

RAMOS REYES WASHINGTON DAVID  
SALGADO CHASIPANTA DIANA JAZMIN  
CARDENAS CHACÁN HERNÁN ANGEL  
VERA CAMPUZANO NURY RUTH

# COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA 1



Primera edición: abril 2018  
© Ediciones Grupo Compás 2018

ISBN: 978-9942-33-247-9  
Diseño de portada y diagramación: Grupo Compás

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa de la editorial.

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Guayaquil-Ecuador 2018

# COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA 1

---

*Autores*

RAMOS REYES WASHINGTON DAVID  
SALGADO CHASIPANTA DIANA JAZMIN  
CARDENAS CHACÁN HERNÁN ANGEL  
VERA CAMPUZANO NURY RUTH

COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA 1  
Autor.

RAMOS REYES WASHINGTON DAVID  
SALGADO CHASIPANTA DIANA JAZMIN  
CARDENAS CHACÁN HERNÁN ANGEL  
VERA CAMPUZANO NURY RUTH

**Experiencia académica:**

Docentes Superior del Instituto Tecnológico  
Corporativo Edwards Deming.

Este libro fue elaborado en el contexto de desarrollo de la educación por el Instituto Superior Tecnológico Corporativo Edwards Deming, sus contenidos son una estructura básica para lograr un proceso de aprendizaje ideal.

El documento mantiene una revisión de doble par ciego lo que permite considerarse como una obra que contribuye con la formación profesional, consiguiendo el aval de universidades en América como la Universidad de Oriente y UO University.

## Contenido

Introducción.....	3
Capítulo I: La Narración.....	4
Elementos de la narración.....	4
Clases de narración .....	6
La estructura de la narración .....	7
Principales estructuras narrativas .....	7
El Narrador .....	8
Técnicas Narrativas .....	11
Estilos Narrativos.....	12
Capítulo II: Redacción .....	14
Definición .....	14
Características de una buena redacción .....	14
Normas de una buena redacción.....	16
Planificar la Redacción.....	19
Elementos de la redacción .....	20
El Fondo .....	21
La Forma.....	22
Capitulo III. Tipos de redacción .....	24
Redacción Informal O Particular .....	24
Redacción Formal.....	25
Redacción Divulgativa .....	26
Redacción Técnica.....	26
Redacción Oficial .....	26
Redacción Comercial .....	28
Redacción Digital.....	28
Redacción Académica.....	29
Redacción Periodística .....	29
Redacción Comercial O Publicitaria.....	29
Redacción Literaria .....	29
Redacción Expositiva.....	30
Redacción Descriptiva .....	30
Redacción Narrativa.....	30
Redacción Argumentativa.....	30
Capítulo IV.- Redacción Periodística .....	31
Introducción.....	31
Valores De La Noticia.....	32
La obtención de la información .....	34
Estructura Textual.....	36

Titular: Títulos Y Subtítulos.....	38
Formas Discursivas .....	39
La redacción periodística en otros medios.....	40
Ética Profesional .....	44
Capítulo V: Escritura Creativa .....	45
Introducción.....	45
El Lenguaje Literario .....	45
Capítulo VI: Aspectos sobre la redacción del mercadólogo .	49
Introducción.....	49
Vocabulario asertivo y diverso .....	50
Ortografía y puntuación .....	50
Capítulo VII: Marketing de Contenido .....	51
Técnicas de redacción para el marketing de contenido.....	51
Estrategias y técnicas de escritura eficaces en el marketing de contenidos .....	53
Glosario .....	57
Bibliografía .....	61
Webgrafía .....	64

## **Introducción**

La narración es una herramienta que se utiliza dentro del ámbito de la literatura, con el fin de contar una historia; descubriendo hechos, ambientes, personajes, entre otros. Dentro del enfoque de la escritura da credibilidad y forma a los sucesos que se permiten mostrar, además de calidad.

La etimología de la palabra “narrar” viene del latín “narrare” (contar), que se asocia con la raíz indoeuropea gno presente en: conocer, ignorancia, noble, norma, nota, noticia y notario.

En palabras de Bruner (1996), “para dar sentido y organizar las experiencias a las que nos enfrentamos y por medio de las que construimos significados comunes al resto de miembros de nuestro contexto social y cultural. El marco teórico descrito se refleja en un estudio sobre interacciones asimétricas de naturaleza instruccional en una tarea de construcción de historias, en el contexto de la educación de personas adultas.”

## Capítulo I: La Narración

Uno de los puntos principales dentro de la narración es el tiempo y espacio, en el cual va a desarrollarse los sucesos reales o de ficción. En nuestra vida cotidiana el ser humano lee y escucha en todo momento (laboral – académico - familiar) de las cuales puede desarrollar los diferentes tipos de narración.

### Elementos de la narración



Gráfico 1. Elementos de la narración

### El Narrador

El narrador es la persona que cuenta los hechos de una historia. Él será quien presente los hechos y los personajes, espacio y tiempo en el cual se desarrolla lo narrado.

Los diferentes tipos de narradores:

- 1ra. Persona: Cuando quien cuenta lo hechos participa en la historia que cuenta.
- 3ra. Persona: Cuando quien cuenta la historia está fuera de ella.

Si el narrador es omnisciente sabe todo lo que siente y piensan los personajes.

### Personajes

Son los seres que viven la acción dentro de la historia contada por el narrador, estos personajes pueden ser principales o secundarios. Uno de los personajes principales es el protagonista (personaje más importante de todos) y el antagonista (personaje oponente al protagonista-malvado).

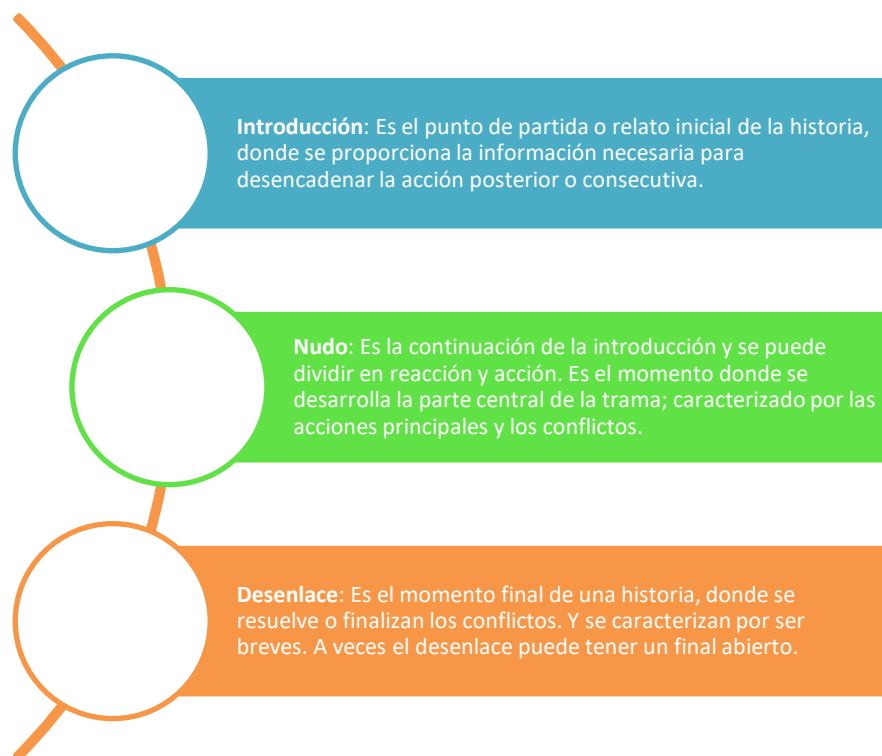


Unas de las características de los personajes es su carácter (personalidad), es lo que les va a definir dentro de la historia y va a identificar a los principales de los secundarios.

### **Argumento**

Para el desarrollo del argumento se debe tener en cuenta la organización de los elementos dentro de la historia a narrarse, los cuales están interconectados para que exista coherencia y cohesión de un texto narrativo. De forma general se distingue tres partes en una narración:

Gráfico 2. **Partes del Argumento**



### **Tiempo**

Elemento de la narración que tiene en cuenta la duración, sucesión y ordenación en la cual se desarrollan los diversos acontecimientos.

Se puede desarrollar de una forma lineal (orden), pero hay excepciones donde existe la ruptura del orden cronológico (alterar el orden temporal de los hechos).

## Espacio

Es el elemento que se refiere al lugar en el cual se van a desarrollar las diferentes acciones de lo narrado. Pueden ser urbanos, rurales, domésticos, entre otros.

## Clases de narración

### Narración subjetiva

Narrada en primera persona. El narrador cuenta los hechos en los que él participa como protagonista. Así mismo va dando su opinión sobre los hechos y personajes.

Ejemplo:

"Entre Antioquia y Sopetrán, en las orillas del río Cauca estaba yo fundando una hacienda. Me acompañaba en calidad de mayordomo Simón Pérez, que era todo un hombre, pues ya tenía treinta años, y veinte de ellos los había pasado en lucha tenaz y bravía con la naturaleza, sin sufrir jamás grave derrota... Un sábado en la noche, después del pago de los peones, nos quedamos Simón y yo conversando en el corredor..." (Que pase el aserrador, Jesús del Corral).

### Narración objetiva

Narrada en tercera persona. Cuando el narrador cuenta lo que ve, lo que sucede a otros. Figura como espectador, sin expresar su opinión.

"Se oyen pisadas en los corredores del exterior. Se entremiran azorados, se ponen de pies. Se abre la puerta del salón y van entrando descubiertos, silenciosos, Juan Gálvez, los Tabares, padre e hijo, y los dos Restrepos. Son los mineros que se fueron a venerar a las selvas de las laderas del remoto río que corre por arenas auríferos. Se han vuelto porque el invierno se entró". (La tragedia del minero, Efe Gómez, 2010).

Ejercicio:

- Identifique el texto objetivo y subjetivo.

	"Aquella vez vi a un buitre devorando la poca carne que quedaba de la cabeza de un hombre"
	"El ave hambrienta devoraba el cráneo que parecía aún con vida de aquel hombre, sentía como si este daba un grito ahogado."

## La estructura de la narración

### La narración

La narración es el relato de hechos reales o imaginarios que les suceden a unos personajes en un lugar. Cuando contamos algo que nos ha sucedido o que hemos soñado o cuando contamos un cuento, estamos haciendo una narración.

### Estructura de la narración

La narración tiene 2 tipos de estructuras: estructura externa y estructura interna.

#### Estructura externa

Se refiere a la forma de presentar la obra: capítulos, libros, episodios.

#### Estructura interna

Se refiere a la ordenación y distribución de los hechos narrados.

La estructura interna de una narración la forman los apartados que haya en el desarrollo de la trama, en su contenido. Estos elementos se organizan de forma variada, aunque es frecuente una secuencia lineal (acción lineal). En este caso se suele dar una estructura básica:

**Planteamiento o introducción:** Se presenta a los principales personajes y se narra el acontecimiento inicial, el que origina el conflicto desarrollado en el nudo.

**Nudo o conflicto:** Son los hechos que viven y realizan los personajes. Constituyen el eje de la trama.

**Desenlace o final:** Es la solución al conflicto propuesto en el planteamiento y desarrollado en el nudo.

### Principales estructuras narrativas

- **Acción lineal:** la acción se desarrolla cronológicamente, sin anacrónicas, ni saltos temporales.
- **Evocación retrospectiva:** la narración se estructura con frecuentes vueltas al pasado.
- Anticipaciones: saltos temporales hacia el futuro.
- In mediae res: la acción se sitúa en medio del relato, vuelve atrás para narrar desde el comienzo y cuando llega al centro prosigue linealmente hacia el final.

## El Narrador

Toca tener en cuenta que el narrador y el escritor son diferentes personas y no equivalen a uno solo. En realidad, el escritor para contar se sirve de una voz, esta voz es la del narrador.

El narrador es la voz que va desarrollando (cuenta) al lector los que va aconteciendo en la narración. Él presenta y sitúa a los personajes dentro de las diferentes acciones en un espacio y tiempo determinado.

Existen dos clases de narradores que cuentan una historia:

### El narrador “omnisciente”

Es el narrador que todo lo ve y que todo lo sabe (aquel que está en todas partes). Observa el desarrollo de los acontecimientos sin participar en ellos.

Características:

- Expone comenta las actuaciones de los personajes y los acontecimientos que se van desarrollando en la narración. Por ejemplo, en el cuento Vampirismo de Hoffmann:

El conde consoló a su esposa lo mejor que pudo.	Expone la actuación del personaje Comenta esa actuación
La condesa solía preparar ella misma el té que tomaba el conde, y luego se alejaba. Aquel día decidió él no probar una gota, y como leyese en la cama, según tenía por costumbre.	Se interna en los personajes y les cuenta a los lectores los pensamientos más íntimos que cruzan por sus mentes.
Los más negros presentimientos sobrecogieron su alma (la del conde); y pensó en la diabólica madre cuyo espíritu (...)	Domina la totalidad de la narración, parece saber lo que va a ocurrir en el futuro y lo que ocurrió en el pasado
Pero a la noche siguiente iba a desvelársele el espantoso secreto, el único motivo del misterioso estado de su esposa.	Utiliza la tercera persona del singular.

## **El narrador “protagonista o personaje”**

La participación de este narrador en los acontecimientos que narra puede darse de dos maneras básicas:

- **Como personaje protagonista o primera persona**

Su discurso permite descifrar características del personaje que narra.

Utiliza la primera persona del singular, lo cual permite dar a conocer con naturalidad los pensamientos del personaje y hacer parecer que se trata de una narración autobiográfica.

- ❖ Ejemplos de párrafos narrativo en un cuento

- Cartas desde mi celda. Gustavo A. Becquer

Queridos amigos: Heme aquí trasportado de la noche a la mañana a mi escondido valle de Veruela; heme aquí instalado de nuevo en el oscuro rincón del cual salí por un momento para tener el gusto de estrecharos la mano una vez más, fumar un cigarro juntos, charlar un poco y recordar las agradables, aunque inquietas horas de mi antigua vida. Cuando se deja una ciudad por otra, particularmente hoy, que todos los grandes centros de población se parecen, apenas se percibe el aislamiento en que nos encontramos, antojándonos, al ver la identidad de los edificios, los trajes y las costumbres, que al volver la primera esquina vamos a hallar la casa a que concurríamos, las personas que estimábamos, las gentes a quienes teníamos costumbre de ver y hallar de continuo

- Por el arte. Emilia Pardo Bazán

Mientras residí en la corte desempeñando mi modesto empleo de doce mil en las oficinas de Hacienda, pocas noches recuerdo haber faltado al paraíso del teatro Real. La módica suma de una peseta cincuenta, sin contrapeso de gasto de guantes ni camisa planchada -porque en aquella penumbra discreta y bienhechora no se echan de ver ciertos detalles-, me proporcionaba horas tan dulces, que las cuento entre las mejores de mi vida. Durante el acto, inclinado sobre el antepecho o sobre el hombro del prójimo, con los ojos entornados, a fuer de dilettante cabal, me dejaba penetrar por el goce exquisito de la música, cuyas ondas me envolvían en una atmósfera encantada.

- ❖ Ejemplo de párrafo narrativo en un ensayo
- La voluntad del barroco. José Ortega y Gasset

Yo creo que esta transformación del gusto literario no sólo cronológicamente se relaciona con la curiosidad incipiente en las artes plásticas hacia el barroco. La admiración solía durante el pasado siglo detenerse en Miguel Ángel como en el confín de un prado ameno y una feracísima selva. El barroco atemorizaba; era el reino de la confusión y del mal gusto. Por medio de un rodeo, la admiración evitaba la selva e iba a apearse de nuevo al otro extremo de ella, donde con Velázquez parecía volver la naturalidad al gobierno de las artes.

- ❖ Ejemplo de párrafo narrativo en una crónica periodística
- La primera verbena que Dios envía

Se ha inaugurado hoy la verbena de la Princesa, de la calle de la Princesa.

Era tradicional, y como cosa de tradición algo consubstancial con el espíritu del pueblo madrileño, que la primera verbena urbícola que advenía con los primeros efluvios de mayo y los brotes incipientes de las lilas, fuera la de San Antonio de la Florida. Y era esto tan de tradición, que en torno a ella se creó un rico florilegio de canciones y un copioso refranero que abarrotó el "folklore" local.

Pero eso fue hasta hace poco tiempo, unos cuatro o cinco lustros a lo sumo, cuando ya Antoñito Casero había perdido la gracia de la tercera juventud y la gracia de tu lira chispera, que era impotente para cantar la calesa mecánica H:P la línea insinuante y espigada de la chamamberilera sin requilorios de Manila o de erespon.

- Como personaje secundario o tercera persona



Imagen 1. Escritura  
Fuente: Google Imágenes

Su presencia en los acontecimientos es más atenuada. Su discurso permite conocer las características del personaje que narra, pero estas tienen menor importancia en el diseño general de los personajes y en las relaciones que se establecen entre ellos. Utiliza la tercera persona del singular.

❖ Ejemplo narrador en tercera persona

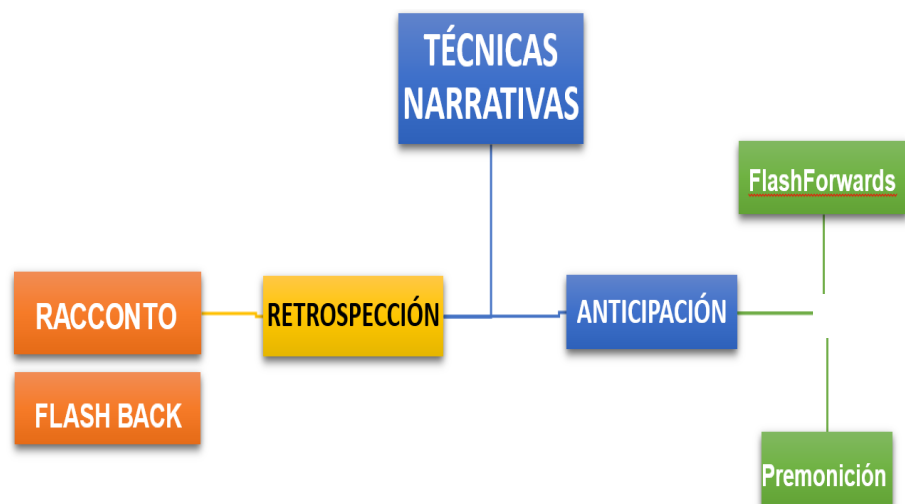
Pero alejado y solitario, más allá de las barcas y playas, estaba practicando Juan Salvador Gaviota. A treinta metros de altura, bajó sus pies palmeados, alzó su pico y se esforzó por mantener en sus alas esa dolorosa y difícil torsión requerida para lograr un vuelo pausado. Aminoró su velocidad hasta que el viento no fue más que un susurro en su cara, hasta que el océano pareció detenerse allá abajo. Entornó los ojos en feroz concentración, contuvo el aliento, forzó aquella torsión un... solo... centímetro... más... Encrespáronse sus plumas, se atascó y cayó.

(Richard Bach, Juan Salvador Gaviota)

Ejercicio

- Elaborar un texto en primera persona y otro texto en tercera persona.

### Técnicas Narrativas



El narrador se refiere a hechos ocurridos en el pasado.

**a) Racconto:** El narrador hace un recuerdo, retrocede en el tiempo (narrativo) y traerlo al presente tratado. Por ejemplo, La novela picaresca El lazarillo de Tormes, también es una explicación de la vida actual del personaje principal.

**b) Flash Back:** Retroceso breve y abrupto del pasado en el presente. Explicación: El autor viene narrando el presente lo corta sin previo aviso, narra algo del pasado y rápidamente regresa al presente.<sup>1</sup>

### Anticipación o prolepsis

El narrador alude a hechos ocurridos en el futuro.

**a) FlashForwards:** Significa hacia adelante, técnica utilizada en la literatura. En esta técnica se altera la secuencia cronológica de la historia donde conectan momentos distintos y trasladando la acción hacia el futuro.

**b) Premonición:** Se efectúa una vasta incursión en el futuro, para regresar nuevamente al presente inicial. Se da fundamentalmente en los cuentos de ciencia ficción.

### Estilos Narrativos

Los estilos narrativos constituyen un recurso utilizado por el narrador, que nos va a servir al momento de crear un cuento, inclinándonos por uno de los estilos mencionados a continuación:



Imagen 2. Estilos Narrativos

Fuente: Google Imágenes

<sup>1</sup> Referencia: David Esteban Cubero. (2017). Preguntas sobre número de escenas y loglines. 2017, de Cursos de guion Sitio web: <https://www.davidestebancubero.com/seccion/tecnicas-narrativas/>



**Estilo directo:** Consiste en que el narrador interviene, pero luego nos permite escuchar directamente al personaje. Por ejemplo: "Romina dijo: ¡Me siento feliz!"

**Estilo directo libre:** Es la forma narrativa en la que el narrador renuncia a su papel de mediador y no interviene. Por ejemplo: - ¡Me siento feliz!

**Estilo indirecto:** Procedimiento narrativo en el que el narrador reproduce con su propia voz lo que dice un personaje y utiliza la conjunción subordinada "que". Ejemplo: "El sujeto se acercó con timidez a la mujer y le dijo que siempre la había querido y que jamás la dejaría, sin embargo, ella le respondió que ya era tarde para convencerla."

**Estilo indirecto libre:** Es una estrategia narrativa en la cual el narrador se mantiene presente, pero habla desde el interior del personaje, lo que produce una identificación del narrador con la interioridad del personaje. Ejemplo: "El se acercó a ella con timidez. Sabía que la amaba y que jamás la habría dejado, pero su corazón se desgarró, porque ella al decir "es tarde para convencerme" mostraba una decisión inquebrantable."

## Capítulo II: Redacción

### Definición

El origen de la palabra redacción tiene su raíz en el latín redactio que se refiere a la acción o efecto de redactar (escribir algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad).

Se debe tener en cuenta que al momento de redactar existen dos puntos primordiales; la coherencia y cohesión textual. Debido a que el orden de las palabras dentro de un escrito puede modificar la intensidad de lo que se está transmitiendo o expresando.

En un texto es fundamental identificar la idea principal y secundaria, esto es un plus en la redacción, manteniendo un orden de acuerdo a la importancia de cada una. Si no hay estos dos puntos bien definidos, el texto carecerá de interés para el lector.

### Características de una buena redacción



Gráfico 4. Características de una buena redacción

## **Claridad**

Se vincula directamente con el orden y la transparencia al momento de transmitir las ideas. Esto ayuda en la redacción a que el lector entienda en su totalidad el contenido.

Para cumplir con este objetivo el redactor debe de presentar sus ideas de forma diáfana, por medio de una buena sintaxis y un vocabulario comprensible.

## **Sencillez**

Cuando hablamos de sencillez en la redacción lo asociamos con el uso de un lenguaje común, para lograr una mejor comprensión de las frases. El lenguaje común no quiere decir vulgaridad, quiere decir que con palabras de uso común se puedan expresar elevados pensamientos de fácil comprensión.

## **Concisión**

La concisión consiste en decir lo más con lo menos, esto se refiere a la economía en el uso de palabras para poder transmitir un mensaje evitando el exceso verbal (ahorrar palabras y evitar lo innecesario).

Lo contrario a la concisión sería la vaguedad. Un exceso de palabras dispersaría al lector en cuanto a la línea informativa.

Para ser conciso en la redacción de textos se deben usar verbos dinámicos y activos, y evitar la verborrea y la redundancia.

## **Adaptación**

La adaptación de un texto debe ajustarse de forma correcta al lector, la cual se vincula directamente con la sencillez.

Para conseguir este objetivo debe de existir un previo análisis al receptor, entiendo su nivel socioeconómico, edad, educación (instructivo), entre otros.

Un ejemplo de adaptación se lo puede observar en los textos publicitarios; si el producto logra ser vendido, se deducirá que el mensaje cumplió con sus objetivos de adaptación correctamente.

## **Corrección**

La corrección se lo asume como el paso final luego de la redacción del texto. Debe existir el corrector de estilo, para garantizar que se cumplan todos los pasos anteriormente ya mencionados.<sup>2</sup>

Para lograr este último paso la corrección toma en cuenta cuatro aspectos fundamentales:

- Revisión ortográfica

Acentuaciones, omisiones de palabras o letras y puntuaciones.

- Corrección morfológica

Los accidentes gramaticales como el género, el número y el tiempo verbal.

- Sintaxis

Implica comprobar nuevamente si se entendió la intención de redactor al plasmar su mensaje.

- Corrección léxico semántico

Revisar la concordancia entre las palabras y el tema con el propósito del texto.

## **Normas de una buena redacción**

Toda redacción sin importa el tema o extensión, debe ser un todo armónico con una lógica comprensible, para ello es necesario tener en cuenta las pautas siguientes:

---

<sup>2</sup> Anónimo. (2017). Características de la buena redacción. 2017, de Redacción y Ortografía Sitio web: <https://redaccionyortografiablog.wordpress.com/2017/07/17/caracteristicas-de-la-buena-redaccion/>

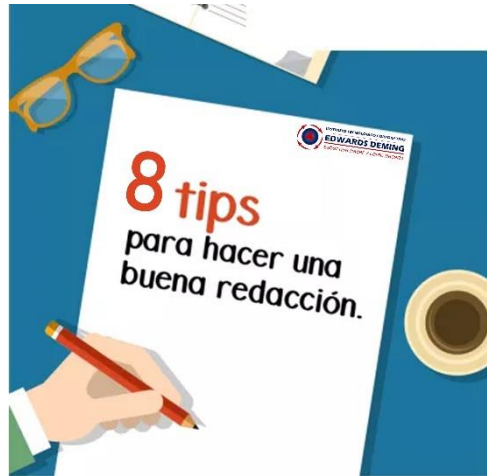


Imagen 3. **Tips de una buena redacción**

Fuente: Google Imágenes

- **Pensar bien el tema propuesto.** Si ni se maneja o no se conoce a fondo la temática que desea tratar, es importante referirse a ella cabalmente. Se aconseja documentarse sobre el tema propuesto, para de ese modo adueñarse de su contenido.
- **Trazar un plan o guion.** Un plan bien organizado es la base de una buena ejecución. Nos evita contrasentidos, repetición de ideas, falta de lógica, incoherencias, etc. Un plan previo nos permite tratar cada cosa a su debido momento; ayuda a situar los hechos, trazar la acción y llegar al desenlace de un modo natural y armónico. Este esquema de trabajo evita tener que retocar, añadir, acortar o trasladar frases o conceptos, que no estarían en su lugar si antes no lo hubiéramos ordenado.
- **Escriba con sencillez y naturalidad.** Evite ampulosidad o grandilocuencia; generalmente son impropias en una redacción simple y sencilla. Valery daba este consejo: “Entre dos palabras debe escogerse la menor”. O sea, la menos ambiciosa, la menos estridente, la más modesta. Aunque escriba sobre un tema complejo, refiérase a él de un modo sencillo; tenga en cuenta que su finalidad es comunicar su pensamiento y no hacer gala de erudición.
- **Escriba con claridad.** La claridad es fundamental en un texto escrito. Toda frase mal construida es, inevitablemente, oscura e incomprensible. La claridad de ésta reside fundamentalmente en la gramática. Por eso, tenga en cuenta las concordancias, la correlación de tiempo, el empleo

adecuado de las proposiciones, etc. No escriba párrafos muy largos; éstos, si no están bien escritos, dan la impresión de pesadez y de escasa agilidad. Su construcción requiere cierta destreza. Emplee párrafos cortos, puntos y aparte, frases breves.

- **Utilice las palabras con precisión.** Debe evitar el uso de barbarismos o vulgarismos de mal gusto, que son sinónimos de pobreza de vocabulario. No utilice voces o palabras de significación muy amplia y ambigua (como la palabra "cosa"), que por su misma amplitud no apunta a nada específico. Prefiera siempre la palabra concreta, que designe objetos y seres, a la palabra abstracta. Si, para los efectos de redacción, se ve en la necesidad de recurrir al uso de sinónimos, procure escoger el más adecuado.
- **Use correctamente los signos de puntuación.** Los puntos, las comas, los signos de interrogación o de admiración, deben estar bien colocados; caso contrario, modifican radicalmente el sentido de la frase, y dificultan la comprensión de la misma.
- **Realice primero un borrador.** Nadie, excepto una persona con mucho oficio, es capaz de hacer un escrito perfecto en el primer intento. Siempre existe alguna dificultad: puede que un giro quede mal construido, o que el adjetivo usado no sea el más adecuado, o que una idea secundaria haya quedado inconclusa, etc. Haga siempre un borrador y sométalo a un exhaustivo trabajo de pulimento. Revise cuidadosamente la forma y el contenido.
- **Profundice su lectura y conocimiento del idioma.** Lea mucho, sobre todo a grandes escritores; fíjese en su prosa, analice su modo de expresarse, su arte de componer la narración, una escena o un retrato, la construcción del diálogo; ellos son y serán siempre el mejor procedimiento para aprender a redactar. También debe existir un progresivo conocimiento del idioma y un mayor dominio del vocabulario.

## Planificar la Redacción

# El proceso de la redacción

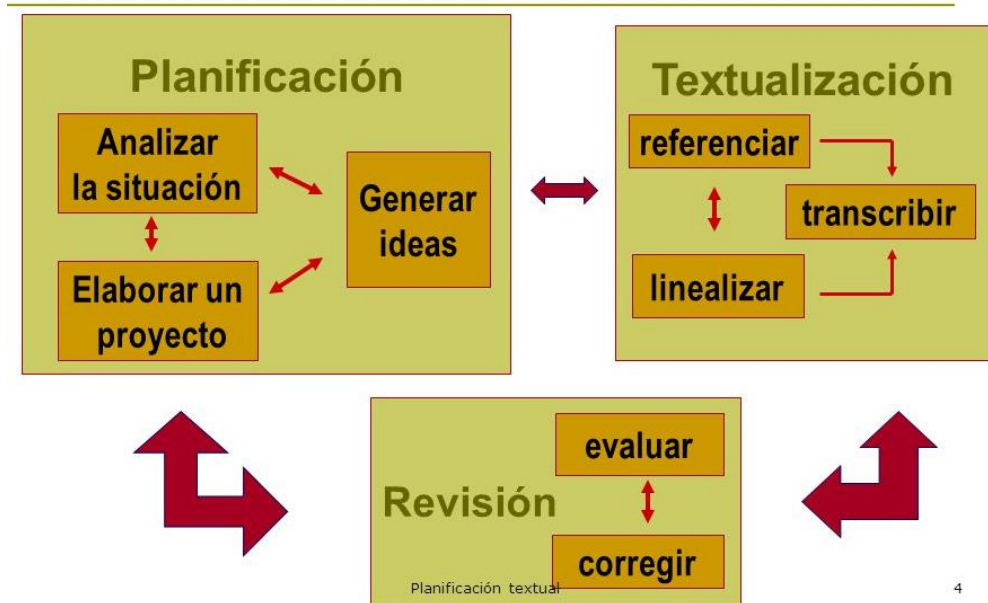


Gráfico 5. **El proceso de la Redacción**

**Fuente:** El tablón de la profesora Esther Licona

Dentro de cualquier escrito es necesario tener una preparación previa para una buena elaboración del mismo, así mismo para darnos cuenta en lo que fallamos y mejorar dichos aspectos. Para llegar a esta finalidad comunicativa hay que seguir 3 pasos en la planificación:

### **Análisis de la situación del escrito**

- Finalidad: ¿Para qué escribo?
- Situación: ¿Por qué escribo el comunicado?
- Propósito: ¿Qué deseo lograr?
- Definición: De objetivos y justificación
- Asunto: ¿Qué mensaje deseo transmitir?

### **Generación de ideas**

- Consiste en buscar datos que puedan ser útiles para elaborar el texto
- Documentarse acerca del tema
- Utilizar técnicas para desarrollar las ideas

## Elaboración del proyecto

- Consiste en preparar un esquema, bosquejo, guía o propuesta concreta del proyecto.
- Elaborar una imagen o esbozo en el que se diseñe mediante líneas, signos, anotaciones, jerarquías, etc.

### Elementos de la redacción

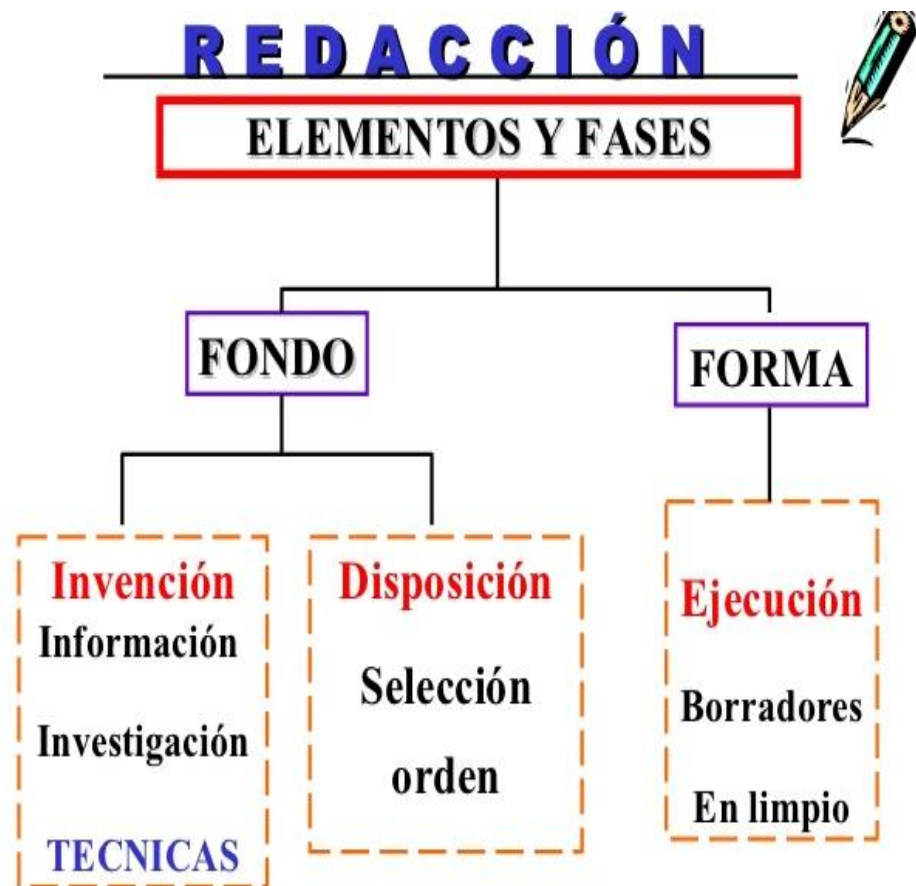


Gráfico 6. Redacción – Elementos y Fases

Fuente: Administración y gestión en la Salle

Toda redacción debe de partir del tema propuesto de antemano, antes de comenzar la redacción se debe ordenar el tema, luego aclarar las ideas que se le sugiere. Para aquello tener en cuenta dos elementos fundamentales en la elaboración de cualquier escrito:

- Fondo
- Forma



### **El Fondo**

Está constituido en las ideas del autor para elaborar el tema. Los aspectos de sintaxis y contenido más importantes que se deben considerar son:

- |                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| a. La coherencia.                  | e. Orden y precisión de las ideas.    |
| b. El contenido interesante.       | f. La fluidez.                        |
| c. La fundamentación de las ideas. | g. El mensaje efectivo y original.    |
| d. La concordancia.                | h. El vocabulario acertado y diverso. |

➤ **La Coherencia:** Para elaborar un esquema provisional o tentativo debemos:

- Documentarnos acerca del tema general.
- Enlistar las ideas principales que el tema nos sugiere.
- Eliminar ideas repetidas.
- Ordenar con número progresivo las ideas principales a desarrollar.

La coherencia también implica unidad de estilo. Cuide esta unidad. No olvide que la lengua es comunicación y que las cualidades fundamentales del estilo son:

- |                         |                |
|-------------------------|----------------|
| • Tono adaptado al tema | • Concisión    |
| • Precisión             | • Sencillez    |
| • Claridad              | • Originalidad |

Según Sandoval (1999), los principales errores del mensaje, que se consideran de fondo son:

- **La oscuridad:** afecta a la claridad y se produce cuando el emisor del mensaje no domina bien el contenido de lo que se pretende expresar y se manifiesta a través de oraciones extensas, rodeos, contradicciones o inseguridad en el tratamiento del contenido. Se supera mediante el conocimiento, estudio y dominio del asunto sobre el cual se escribirá.
- **La incoherencia:** consiste en un deficiente ordenamiento de las ideas, que se podrían resolver utilizando un plan o esquema de elaboración del texto.
- **La monotonía de contenido:** se contrapone al énfasis y consistente en un manejo uniforme de las ideas que constituyen el escrito y que se da cuando el emisor no consigue

resaltar elementos significativos que están insertos en su discurso.

- **Difusión:** se manifiesta cuando se tratan varios temas simultáneamente, esto se produce debido a un manejo insuficiente del contenido o por una ansiedad por abarcar más por parte de quien escribe, lo que puede llevar a la dispersión de las ideas. La sugerencia es que agote el tema y después cambie a otro asunto.

### **La Forma**

- Es el modo particular de como el autor expresa sus ideas plasmándolos en un escrito.
- Los puntos formales de la redacción que se deben tener en cuenta dentro de la forma son los siguientes:

Los aspectos formales de la redacción que se deben considerar son los siguientes:

#### **Márgenes.**

- También conocidos como espacios que se pueden dejar en el escrito, tienen las siguientes medidas:
  - ✓ Margen izquierdo y superior: 4 cm
  - ✓ Margen derecho e inferior. 2.5 cm

#### **Sangrías y otros espacios.**

- La distribución y los espacios entre texto-texto o línea-línea
  - ✓ La primera cuartilla del prefacio o de cada capítulo se iniciará con un "colgado", es decir, con espacio en blanco de 6 cm a partir del tope superior de la página.
  - ✓ Con excepción de la primera, las páginas restantes se enumerarán, de preferencia al centro inferior, en las esquinas inferior derecha, o en el ángulo superior derecho.
  - ✓ El primer párrafo de cada capítulo irá junto al margen, sin sangría; pero los párrafos restantes dejarán en el primer renglón una sangría de 5 a 7 espacios o golpes de máquina. Esta es la norma universitaria más frecuente.
  - ✓ Entre un párrafo y otro se dejarán dos espacios o renglones.

#### **Limpieza.**

- Estimula y facilita su lectura.
  - a. LEGIBILIDAD.
  - Una redacción debe ser legible, es decir, sus grafías deben ser tan nítidas que se facilite su lectura.

#### **Ortografía.**

- Proviene: de ortos (correcto) y grafos (escritura), se deriva la palabra que nombra a la parte de la gramática que enseña a escribir de forma correcta. Observar las reglas ortográficas preserva la unidad y belleza de nuestra lengua y facilita el entendimiento entre quienes las usan.

#### **Puntuación.**

- Los signos de puntuación indican pausas, finales de sentido, que dan expresividad a nuestros párrafos. Los signos más comunes son: coma, punto y punto y coma.

#### **Distribución de las ideas en párrafo y estructura adecuada del texto.**

- El párrafo bien construido contiene oraciones que se relacionan con una idea central y conforma una unidad de pensamiento que se separa de la siguiente unidad por punto y aparte. No conviene mezclar ideas centrales en un mismo párrafo ni escribir párrafos muy cortos ni demasiado largos. "Un párrafo para cada idea y una idea para cada párrafo"

#### **Estructura adecuada del texto.**

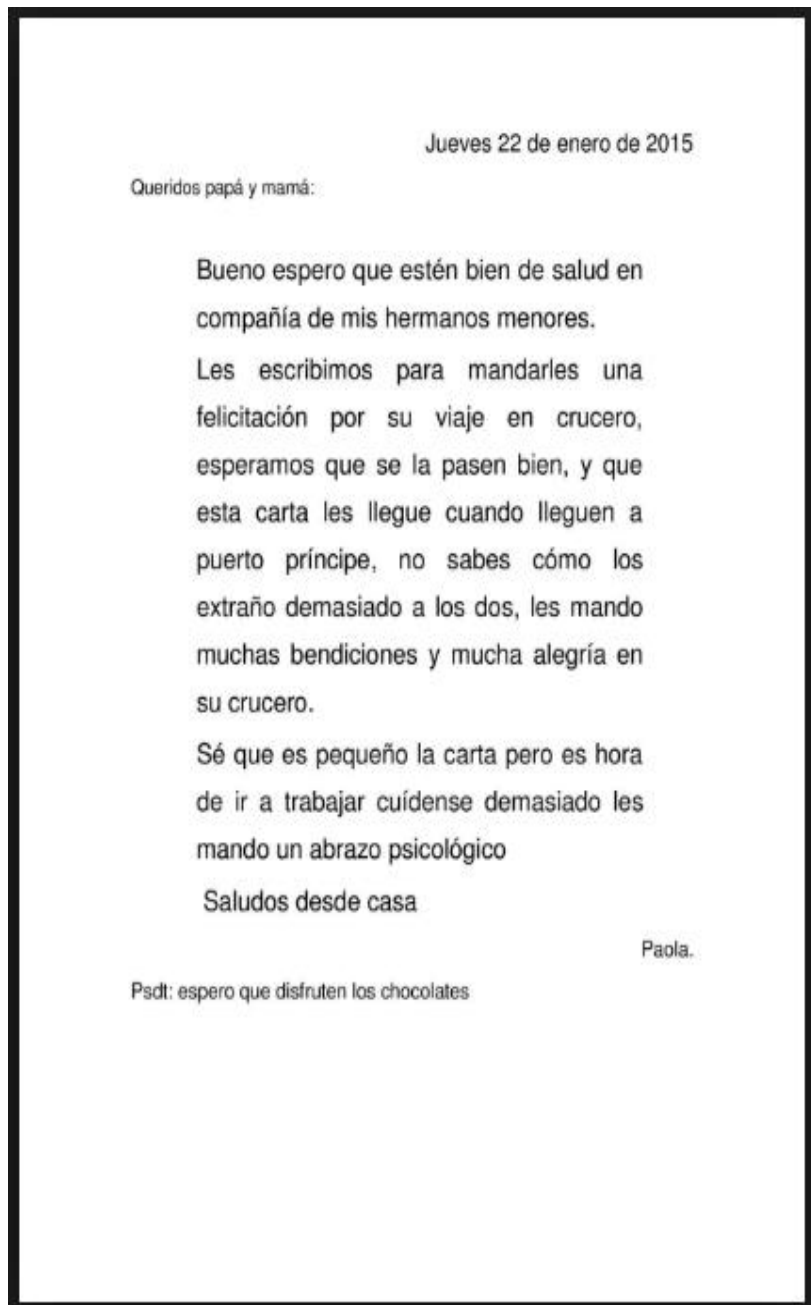
- Los textos tienen una organización, un cuerpo, una estructura.

### Capítulo III. Tipos de redacción

#### Redacción Informal O Particular

- Es una redacción que se realiza individualmente con fines personales. En su mayoría no tiene por qué tener ningún tipo de formalismo integrado, porque puede tratarse de una comunicación a un familiar o conocido.

Ejemplo:



## Redacción Formal

- Es también conocida como redacción administrativa. Es caracterizada por el uso de un lenguaje expresamente formal, evitando usar el lenguaje personal.<sup>3</sup>

Ejemplo:

**SOLICITO: Permiso para realizar Trabajo de  
Investigación**

**SEÑOR DAVID MIRANDA RODRIGUEZ  
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DEL CENTRO DE SALUD ZAMACOLA**

**Yo, YANA CHAMBI BETTY, identificada  
con DNI N° 42515670, CUI N° 20022287  
con domicilio Jirón Belén N° 126-  
Urbanización Manuel Prado del distrito de  
Paucajato. Ante Ud. respetuosamente me  
presento y expongo:**

Que habiendo culminado la carrera  
profesional de **PSICOLOGÍA** en la Universidad Nacional de San Agustín, solicito a  
Ud. permiso para realizar trabajo de Investigación en su Institución sobre "**CALIDAD  
DE VIDA EN ADULTOS MAYORES DE 60 AÑOS**" para optar el grado de  
Psicólogo.

**POR LO EXPUESTO:**

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Arequipa, 04 de Abril del 2009

\_\_\_\_\_  
**YANA CHAMBI BETTY**  
DNI N° 42515670

<sup>3</sup> A. 2017, 10. Tipos de redacción. Tipos de. Obtenido 03, 2017, de <https://10tipos.com/tipos-de-redaccion/>

## Redacción Divulgativa

- Es aquella redacción que va relacionada con la R. Formal, pero no tiene un tema especificado como otros. Se puede decir que es espontánea dependiendo el asunto del que se vaya a tratar.

## Redacción Técnica

- Este tipo de redacción se basa en conceptos científicos y de ingeniería. Usa un lenguaje denotativo, con miras a brindar una información, haciendo uso también de la objetividad, expresando con precisión y claridad las palabras. De esta manera el lector puede entender términos o conceptos técnicos de una manera más sencilla.

## Redacción Oficial

- Esta es una redacción que conglomerada un conjunto de comunicados y documentos utilizados por servicios formales, del Estado o de alguna otra organización. Esta se divide en tres partes<sup>4</sup>:

**Comunicaciones oficiales:** en estas se encuentran el oficio, la circular y el memorándum.

**Documentos oficiales:** aquí se pueden encontrar el certificado, la resolución y el decreto.

MEMORANDUM	
<b>PARA</b>	: SR. JAVIER CEDEÑO
<b>DE</b>	: ING. GALO PARRAGA M <span style="float: right;">OFC: GP-TEC 001</span>
<b>ASUNTO</b>	: REEMPLAZO TEMPORAL
<b>FECHA</b>	: LA VILLEGAS, 09 DE MAYO DEL 2014
<p>Por medio de la presente comunicamos a Ud. Que a partir del día 16 de mayo y hasta el 29 de Mayo del año en curso reemplazara al Sr. Marino Urgiles en sus funciones de jefe de Campo de la T-3. Por motivos de viajes al exterior.</p> <p>Retornando a sus funciones como jefe de Campo de la T1-A el 29 de Mayo del 2014.</p> <p>Por la atención a la presente.</p> <p>Gracias</p>	
<hr/>	<hr/>
ING. AGR. GALO PARRAGA M GERENTE DE PRODUCCION TECNOBAN	SR. JAVIER CEDEÑO JEFE DE CAMPO T1-A

<sup>4</sup> Mercedes Galarza. (2013). COMUNICACIÓN, ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN Y OPERATORIA DE TECLADO. 2017, de blogspot Sitio web: <http://cadiotearchidona.blogspot.com/2013/05/redaccion-oficial.html>

**Documentos notariales:** en estos se encuentran la declaración jurada, el poder y el acta.



Francisco de Rojas 2 1º dcha. 28010 Madrid  
Tel 91 758 31 87 info@escueladeescritores.com  
www.escueladeescritores.com

## CERTIFICADO

Javier Sagarna, director de Escuela de Escritores, certifica que,

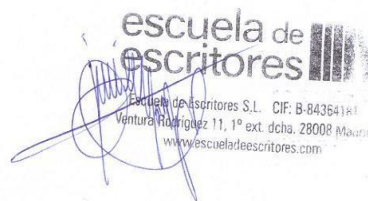
**Desirée Lucas Carmona**

Con DNI: 73996668-X

ha realizado en nuestro centro Escuela de Escritores el siguiente curso a través de Internet durante el año académico 2009/2010:

Curso de *Iniciación a la escritura creativa C*  
de 3 meses de duración  
dictado por la profesora Montalbà Bori.

Y para que así conste, expido el presente documento en Madrid, a 30 de marzo de 2010.



Fdo: Javier Sagarna,  
Director de Escuela de Escritores  
<http://www.escueladeescritores.com>

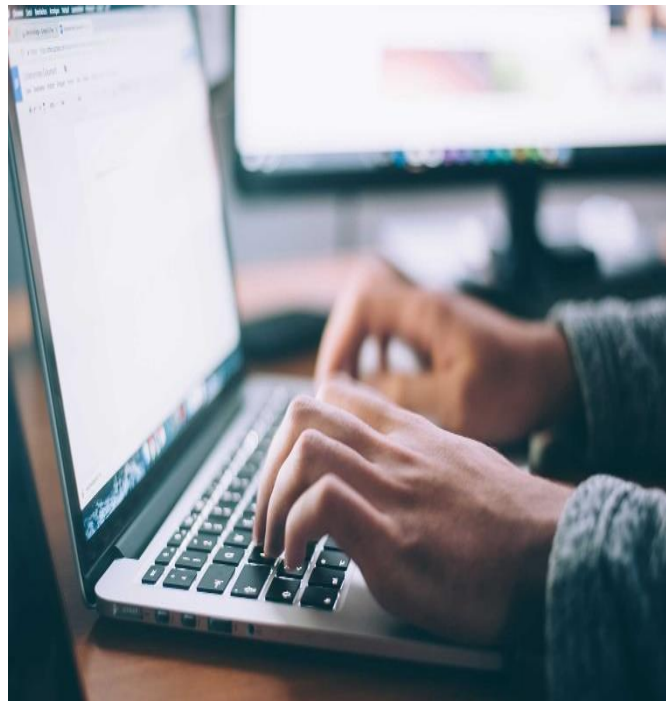
### **Redacción Comercial**

- La redacción comercial, también llamada redacción empresarial. Es aquella que basa su escritura en transmitir mensajes con respecto a un negocio, y es utilizado también como medio de persuasión. Esto, con respecto a las decisiones que toman los consumidores ante ciertos productos. Por esta razón es importante conocer las palabras claves de lo que se expresa y utilizar un lenguaje que se compenetre con el lector.

### **Redacción Digital**

Es un tipo de redacción que se realiza en un medio digital. Hoy día puede ser una de las formas más comunes de hacer redacciones en la actualidad. Esta, antes de ser realizada se enfoca en la difusión del contenido a través de estrategias, gracias al alcance que ofrecen estos medios.

Imagen 5. Redacción Digital



**Fuente:** Google Imágenes



## **Redacción Académica**



Esta redacción la encontramos aplicada mayormente en ámbitos estudiantiles, escuelas, universidades y otras instituciones de igual carácter. Documentos como tesis, monográficos forman parte de la redacción académica. Por lo general este tipo de redacciones suelen ser temáticos. Se realiza una investigación previa de manera profunda para sustentar la información que se plasme en esta redacción.

### **Redacción Periodística**

- Este es un tipo de redacción con la funcionalidad específica de informar al lector sobre un acontecimiento. Aunque sea un solo hecho, cada escritor le da el toque que considere, haciendo la información como suya, expresándola de la manera que crea mejor. En esta redacción es importante utilizar un lenguaje llano.

### **Redacción Comercial O Publicitaria**

- En este caso, la redacción está inmerso en el sector de los negocios y/o el comercio. Esto es, la redacción es esquemática, con un lenguaje claro y con una lógica de instrucción. Lo que se busca es tener claridad en lo que se está realizando en la empresa y lo que se pretende alcanzar. Se redactan documentos como planes de negocio, plan de marketing, plan financiero, plan de medios, entre otros.

### **Redacción Literaria**

- Esta redacción va más allá de una escritura, pues refleja el pensar, los sentimientos y la creatividad de quien escribe. Esta

redacción es considerada como arte, con esto busca expresarse ante un público. Esta no tiene formas específicas, convirtiéndola en una escritura libre. Algunas de estas redacciones son los poemas, los ensayos, los cuentos, las novelas y otros.

#### **Redacción Expositiva**

- Esta redacción se utiliza con el fin de realizar una aclaración de una idea.

#### **Redacción Descriptiva**

- Este tipo de redacción comprende un texto en el que se detallan aspectos básicos sobre algo, ya sea un objeto, un animal o una persona. Esta también se refiere a los detalles de cualquier situación, como los sentimientos de una persona que se quieran expresar.

#### **Redacción Narrativa**

- En esta redacción se expresan hechos que hayan sucedido o aquellos ficticios. Cuenta la historia de principio a fin, caracterizado por la implementación de personajes, de paisajes y otros aspectos que le impregnen realidad a lo contado.

#### **Redacción Argumentativa**

- Este es un tipo de redacción que presenta una defensa o rechazo de una idea o un planteamiento.

## Capítulo IV.- Redacción Periodística

### Introducción

El periodismo es un género, dicho género determinado dentro de la comunicación en el que la o el periodista se convierte en el emisor mientras que el público receptor es una masa.

Una comunicación en la que el mensaje refleja parte de la realidad. En medio de esa realidad y el receptor se encuentran los medios, es por ello que a las y los periodistas se les llama mediadores, porque seleccionan parte de la realidad, elaboran la noticia y se la ofrecen al receptor.

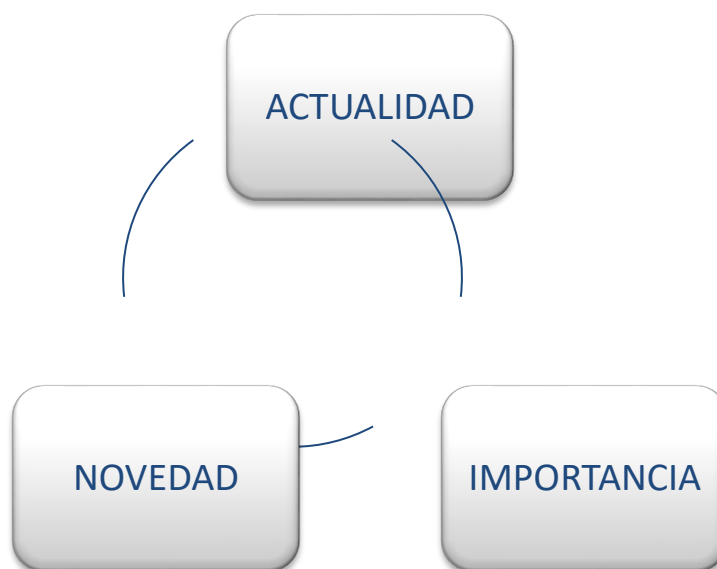
La “Redacción periodística”, según definición de Josep María Casasús (1988, 11), “es el estudio de los procedimientos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las formas de expresión y de las estructuras externas e internas que adoptan los mensajes informativos de actualidad y las unidades redaccionales periodísticas en general, al ser canalizadas a través de la prensa escrita y de más medios de comunicación”.

Las representaciones que ofrecen los medios se caracterizan por ofrecer una visión:

- **Fragmentada:** ofrecen hechos que no conectan con la realidad, no hay tiempo para explicar la noticia bien.
- **Simplificada:** intentando que sea comprensible para la mayoría de las personas
- **Estereotipada:** utilizan estereotipos para reducir la información (ej.: el extranjero)
- **Trivial:** Se coloca en el mismo medio, el asunto importante con otros argumentos más o menos superficiales, debido a la gran cantidad de información que existe.
- **Incomprensible:** al ofrecer un relato fragmentado, simplificado, estereotipado y trivial pueden crearse noticias que no resulten comprensibles para el receptor.

## Valores De La Noticia

Gráfico 7. Valores de la Noticia



En periodismo se utilizan una serie de criterios para seleccionar las noticias, se les llama valores-noticia:

**Actualidad:** Se refiere a todo está sucediendo en el presente, o cerca de presente, pasado o como el futuro próximo. El clímax de este punto es la simultaneidad, donde coincide la noticia con el momento cuando ocurre los hechos que hacen la noticia misma.

**Novedad:** Es el conocimiento que se desarrolla en el público sobre un acontecimiento. Se confunde con actualidad porque lo más actual es novedad para el público.

**Importancia:** La importancia, en cierto sentido, es relativa porque un hecho es importante en los siguientes puntos:

- Cuanto mayor impacto tenga sobre la zona de difusión.
- Según el número de personas implicadas.
- Si el acontecimiento es significativo.
- Según evolucione el acontecimiento.
- En función del grado o nivel jerárquico de los implicados.
- Por la notoriedad del sujeto.
- Según el interés de la audiencia: se seleccionan acontecimientos que interesen a esa audiencia. Los intereses mayoritarios son:

- ❖ Proximidad geográfica: cuanto más cerca haya pasado el suceso del receptor, más interés surgirá. La ley del muerto kilométrico dice “un muerto europeo equivale a 28 muertos chinos”; es decir, es más importante lo más cercano que lo más lejano”.
- ❖ Proximidad social.
- ❖ Lo extraordinario.
- ❖ Preferencia temática: hay temas que interesan más que otros.
- ❖ Interés humano: son más importantes los temas en los que el público se identifica con las y los protagonistas de la noticia, la vida cotidiana, el dramatismo, desastres, conflictividad, suspense, amor, progreso, humor, morbo, etc.

La jerarquización es importante porque es el proceso por el cual un medio de comunicación otorga más o menos importancia a los hechos que presenta.

La jerarquización se refiere a dos procesos:

1. La tematización, que distribuye la información en una determinada sección.
  - ❖ Clasificación geográfica: internacional, nacional y local.
  - ❖ Clasificación temática: sociedad, cultura, deportes, espectáculos.

Los criterios geográficos y temáticos no son excluyentes porque el mundo no está dividido en secciones, es por ello que la selección la realiza la propia periodista. Es más, hay diversos temas que pueden formar parte de varias secciones.

2. Maquetación o presentación de la información: las noticias más importantes van en portada y ocupan mayor espacio además de ir acompañadas de fotografías. Es importante el orden, el lugar que ocupa en la página, el tamaño del titular, etc.<sup>5</sup>

Ejercicios

- ❖ Localiza las diferencias significativas en la tematización y la maquetación entre un periódico de pago y otro gratuito.
- ❖ Compara las portadas de dos periódicos de un mismo día, uno de los llamados serios y otro de los sensacionalistas.

---

<sup>5</sup> Anónimo. (2017). Valores noticia y rutinas profesionales. 2017, de Ciber Corresponsales Sitio web: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/valores-noticia-y-rutinas-profesionales>

## La obtención de la información

Hay tres vías para obtener información:

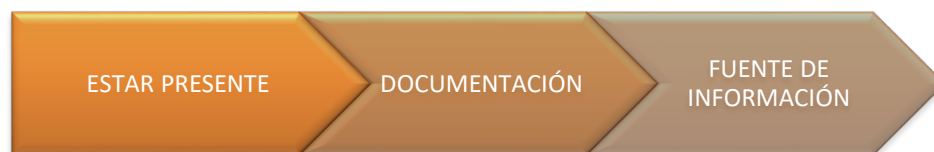


Gráfico 8. La obtención de la Información

**Estar presente:** La persona está atestiguando los acontecimientos y dar cobertura informativa: el mayor problema es que la actualidad es, a priori, imprevisible. Soluciones:

- ❖ Hay muchos acontecimientos que ya están previstos.
- ❖ Hay muchos acontecimientos que elaboramos a partir de acontecimientos prolongados, como, por ejemplo; una guerra.
- ❖ Estar presente en determinadas zonas donde es más probable que pasen cosas.

Cuando la persona llega al acontecimiento se debe acreditar; observar el entorno desde todos los puntos de vista; buscar fuentes de información (protagonistas, testimonios, exclusivas); y registrar toda la información que podemos obtener a través de nuestros sentidos.<sup>6</sup>

**Documentación:** Se trata de la información anterior publicada sobre determinado acontecimiento, y archivada.

Es necesario que los medios tengan un sistema de archivo ordenado para poder encontrar la información rápidamente

---

<sup>6</sup> Anónimo. (2017). La obtención de la información. 2017, de Ciber Corresponsales Sitio web: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/la-obtencion-de-la-informacion>

**Fuente de información:** toda persona que proporciona la información. El mejor periodista es el que más fuentes de información tiene, identificando que las fuentes sean de buena calidad y verídicas. Hector Borrat clasifica las fuentes de la siguiente manera:

Gráfico 9. **Fuentes de Información**



**Según la identidad de la fuente:**

- ❖ Agencias informativas, cuya misión es proporcionar gran número de informaciones a los medios a través de los teletipos, que cada medio debe adaptar a su forma de ofrecer la información. Sirven para contrastar y verificar la información que se ha seleccionado, para después completarla con algún dato más.
- ❖ Gabinetes de prensa: envían a los medios dossiers, notas y comunicados de prensa...Es conveniente que los medios contrasten esas informaciones enviadas.
- ❖ Sujetos protagonistas.
- ❖ Expertos.

**Según la relación con la fuente:**

- ❖ De contacto continuo.
- ❖ Esporádica.

**Según la relación de la fuente con otros medios:**

- ❖ Exclusivas.
- ❖ Compartidas.

### **Según la relación de la fuente con el acontecimiento:**

- ❖ De primera mano.
- ❖ De segunda mano.

### **Según la autorización para ser fuente:**

- ❖ Oficiales: están autorizados para dar la información.
- ❖ Oficiosas: saben del hecho, pero no están autorizados para hablar de él.
- ❖ Extraoficiales: no está autorizada ni conoce el hecho, pero obtienen la información por otros caminos.

### **Según la atribución:**

- ❖ Atribución total "on the record": con nombre y apellidos.
- ❖ Atribución con reserva obligada "on the background": se publica la información, pero sin decir de dónde viene.
- ❖ Atribución con reserva total "off the record": no se puede publicar ni la fuente ni la información.

## **Estructura Textual**

Para que un mensaje pueda ser comprendido, debe estar estructurado, es decir, debe organizar sus elementos en forma de texto. El texto no es una suma de oraciones aisladas, sino un conjunto de oraciones relacionadas entre sí. Son estas relaciones las que constituyen la estructura textual y organizan el mensaje como una totalidad comprensible.

El texto tiene una extensión variable y puede estar conformado por una oración, un párrafo o más de un párrafo.

Un texto también puede ser todo un artículo.

La característica esencial del texto no es su extensión sino la textualidad, ella hace que el texto lo sea. La textualidad se da gracias a dos elementos: La coherencia y la cohesión.

- La cohesión establece relaciones particulares entre las oraciones y el léxico de un texto. Por esto puede diferenciarse dos clases de cohesión: la gramatical (uso de conectores y marcadores textuales) y la léxica.
- La coherencia a diferencia de la cohesión, no es la relación superficial entre las oraciones, sino que ella organiza la información semántica mediante el establecimiento de



relaciones jerárquicas entre conceptos, oraciones y secuencias en función de un tema general, a través de macroestructuras y superestructuras.

Por medio de la coherencia el (la) lector(a) puede reconocer cuál es el tema de un texto y cómo se estructura.

### **La macroestructura**

En un texto, las oraciones no sólo se relacionan entre sí, sino que una secuencia de ellas está relacionada por un tema en común. Este es más general y abstracto que el tema de las oraciones, porque es la información global que quiere transmitirse.

Hablar de macroestructura, es referirse al sentido global del texto, es decir, al tema general, que a su vez se estructura a partir de la relación de oraciones temáticas de cada párrafo que configuran el sentido local o la microestructura textual.

En otras palabras, la macroestructura se relaciona directamente con el tema y la microestructura con los subtemas.

### **La superestructura**

Es la que caracteriza el tipo de texto independientemente de su contenido. Es el esquema al que el texto se adapta. Al igual que la macroestructura, es una estructura global, es decir, no se define con relación a oraciones o secuencias aisladas, sino con el texto total.

La diferencia entre ellas radica en que la macroestructura es semántica, es decir, es la organización del tema; la superestructura es el esqueleto, el esquema del texto.

Entre las superestructuras textuales más utilizadas están la narrativa, la expositiva, la argumentativa e informativa, cada una de ellas con unas características específicas y con unas intenciones o propósitos comunicativos que las distinguen.

## Titular: Títulos Y Subtítulos



Figura 1: pirámide invertida

### Gráfico 10. Titular: Títulos y Subtítulos

Fuente: Comunicado sin formados

Los titulares son los elementos primordiales para presentar informaciones y para atraer la atención del lector. Se compone de un tipo mayor tamaño que el cuerpo del texto y ocupan un lugar destacado. El título de una información en una revista o periódico puede constar de:

**Título:** elemento fundamental del titular, siempre va en un cuerpo superior y ocupando un lugar destacado. Anuncia el contenido del texto que sigue. Se trata de sintetizar en una frase lo más destacable de la información.<sup>7</sup>

**Antetítulo:** título secundario que precede al principal en una noticia, reportaje, etc. Generalmente, aportan algún dato más sobre la información, que no está incluida en el título porque no cabe. No conviene que tenga más de dos líneas.

**Subtítulo:** sirve de complemento al título. Hay publicaciones que los utilizan en lugar del antetítulo y cumplen la misma función que él. Amplían la información en algún aspecto que no ha podido ser incluido en el título.

**Sumario o entradilla:** resume los principales elementos de la información, va situado después del subtítulo, generalmente, en negrita.

<sup>7</sup> Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Madrid: Ariel.

## Formas Discursivas



Gráfico 11. Formas Discursivas

### Exposición

Es aquel escrito en el que la o el periodista trata de generar una comunicación eficaz evitando los datos ambiguos, las impresiones personales, la emoción...<sup>8</sup>

Principios básicos:

- Enunciación clara del tema abordándolo desde el principio.
- Ordenación lógica de las ideas que se van a expresar.
- Explicación lógica del porqué de las cosas, que no suelen ser casuales, sino que vienen motivadas por algo.
- Resumen: concretar las ideas y datos.

Se utilizan ciertos recursos que aportan claridad al texto, como las enumeraciones, los ejemplos o la comparación.

### Argumentación

El periodista trata de convencer con su texto al receptor de una idea. Elementos principales:

- **Tesis:** idea, hecho, contenido en torno al que se reflexiona y se pretende convencer al público. El periodista se posiciona y muestra su opinión del hecho que transmite.

<sup>8</sup> Van Dijk, T. A. (1980). Estructuras y funciones del discurso. Madrid: Siglo XXI.

- **Argumentos:** razones por las que se opina y se valora de una forma y no de otra.
- **Conclusión:** confirmación de la tesis que se acompaña de una estancia a la acción.

### **Descripción**

La periodista utiliza la descripción para pintar imágenes con la escritura. Es dibujar con palabras, señalar las características de algo, representando y explicando sus partes, evitando las descripciones exactas y utilizando adjetivos calificativos.

### **Narración**

La narración es el elemento por el cual el periodista cuenta una acción, que puede ir acompañada de la descripción. Se caracteriza porque contiene lo que llaman "tensión narrativa", es decir, la expectación que el relato crea en el público para que continúe leyendo el texto.<sup>9</sup>

Existe una estructura típica de la narración:

- Presentación del hecho.
- Nudo.
- Desenlace.

Elementos de la narración:

- Acción.
- Personajes.
- Declaraciones.
- Ambiente.

## **La redacción periodística en otros medios**

### **Radio**

La radio es un medio sonoro, no se apoya en elementos visuales y se considera un medio de flujo porque, una vez que la o el locutor ha dicho algo, no hay vuelta atrás.

La radio permite que mientras se escucha puedan hacerse otras cosas, y a veces el receptor no presta toda la atención. Por ello es necesario utilizar elementos que consigan captar la atención del público, como la brevedad de los mensajes, la

---

<sup>9</sup> Anónimo. (2017). Formas discursivas. 2017, de Ciber Corresponsales Sitio web: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/formas-discursivas>

expresividad y jerarquización en los contenidos según el grado de interés y no de importancia.

La radio debe transmitir un mensaje comprensible, con un lenguaje y una sintaxis sencilla eliminando los elementos que complican la comprensión (redondear las cifras, evitar las siglas...). Es importante una correcta locución, que haga inflexiones y no resulte monótona.

## EJEMPLO DE GUIÓN PARA RADIO

**NOMBRE DEL PRODUCTO/SERVICIO:** EL DEPORTE (UNICEF)

**DURACIÓN DEL COMERCIAL:** 1.50 MINUTOS

**TIPO DE COMERCIAL:** 2 LOCUTORES CON ENTREVISTA

**MUSICA:**

- Donde Jugaran los Niños – MANA \*
- Niños Riendo y Jugando - EFECTO \*\*
- yo soy tu gominola - Osito Gominola \*\*\*

**LOCUTORES:**

- Locutor 1: José
- Locutor 2: Pedro

**ENTREVISTADO:**

- Profesor: Jorge Ángeles

DESCRIPCION DE EVENTOS Y SUCESOS	CANAL PRINCIPAL
Entra música 3 segundos.	Donde jugaran los niños – MANA *
En seguida, bajar volumen y mantenerla de fondo.	Donde jugaran los niños – MANA *
<b>ENTRAN LOCUTORES</b> (as). Música de fondo *	<b>LOCUTOR (A) 1:</b> ¡Buenos días! Estamos muy contentos de transmitir este día en el que los niños y las niñas tenemos un espacio en los medios de comunicación.
Música de fondo *	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> ¡Sí! Por eso, queremos hablar de lo importante que es para nosotros hacer ejercicio
Música de fondo *	<b>LOCUTOR (A) 1:</b> Es esencial para nuestro crecimiento y desarrollo

Subir volumen música 2 segundos.	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> (en tono exaltante) ¿Quieres participar con nosotros?
Bajarla hasta quitarla.	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> ¡Acompáñanos!
En seguida, entran locutores(as). Música de fondo **	<b>LOCUTOR (A) 1:</b> En primer lugar hablaremos de nuestro desarrollo, ¿Qué necesitamos los niños y las niñas para crecer?
Música de fondo **	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> Una buena alimentación, educación, asistencia médica... pero también ¡Diversión y entretenimiento!
Música de fondo **	<b>LOCUTOR (A) 1:</b> ¡Así es! A mi hermano le encanta el baloncesto, y a mí el fútbol.
Música de fondo **	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> ¡También a mí! ¡El fútbol me mola! Y... a vosotros amigos ¿Qué os gusta?
música 3 segundos *** Bajarla hasta quitarla. En seguida, entran locutores(as).	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> Para saber más sobre la importancia del deporte invitamos a nuestro profesor de "Educación Física" Jorge Ángeles.
	Profesor, explíquenos ¿por qué debemos hacer ejercicio?
Música de fondo ***	<b>PROFESOR:</b> Es importante porque nos ayuda a ser unas personas fuertes y sanas... (continúa entrevista)
Música de fondo ***	<b>LOCUTOR (A) 1:</b> Hasta aquí nuestra participación, gracias por acompañarnos. (se le agradece al invitado su participación)
Música de fondo ***	<b>LOCUTOR (A) 2:</b> Y no olviden ¡el deporte ayuda a nuestro desarrollo!
Música de fondo ***	<b>LOCUTOR (A) 1 y LOCUTOR (A) 2:</b> ¡Hasta luego!
Entra música 3 segundos Bajarla hasta quitarla. <b>FIN COMERCIAL</b>	

(Recuerda que la radio es un trabajo en equipo, siempre habrá alguien que te ayude. Al estar en la radio te indicarán los tiempos, cuándo hablar, cuando llega el momento de la publicidad, etc.)

## Televisión

La televisión también es un medio de flujo con un mensaje breve y sencillo que llame la atención y la mantenga; porque en televisión el tiempo es oro.

Como la televisión tiene imágenes, el texto debe tener cierta conexión con ellas y no hay que repetírle al público lo que ya está viendo, sino que hay que aportarle otros datos que van más allá de la imagen. Además, la televisión tiene sonido y esto implica que la realidad también puede hablar por sí misma porque se gana en expresividad y en veracidad (protagonistas, sonido ambiente).

## Internet

La periodista multimedia se maneja en todos los medios y una misma información puede redactarse para publicarse en un periódico, en la televisión y en la radio.

Internet, al no tener tiempo ni papel limitado, permite que la información tenga un espacio virtual para desarrollar más a fondo el mensaje, con información más extensa y exhaustiva. Tiene carácter no lineal, ofrece la posibilidad de escribir en planos diferentes, es decir, gracias a los enlaces que llevan de unos contenidos a otros, ofrece hipertextualidad. También se puede vincular la información a un plano visual con fotografías o sonidos.

Las grandes ventajas son la actualización constante, la reducción de costes y la participación ciudadana.

## Imagen 5. Marketing Digital

Fuente: Google Imágenes



## **Ética Profesional**

Es básico informar con responsabilidad. Para ello no debemos mentir, opinar ni vender la información. Es necesario obtener la información por medios lícitos. Nunca hay que plagiar ni ceder al soborno. Se debe respetar los derechos de la personalidad y el off the record. No hay que aprovechar la información que recibimos para otros fines. Tanto en el periodismo como en otras disciplinas existen unos documentos que explicitan las normas a seguir, son los llamados códigos deontológicos.



## Capítulo V: Escritura Creativa

### Introducción

La escritura es un oficio que se puede aprender. Si quieres escribir, puedes, pero primero debes conocer las técnicas de un oficio tan antiguo como el hombre: el de contador de historias. Porque una historia puede adoptar muchas formas: la de un cuento o una novela, pero también la de una conferencia, un anuncio publicitario o una biografía.

La escritura creativa es cualquier tipo de escritura que se salga del esquema que le puedan imponer sus usos comunicativos estándar, por ejemplo, en el periodismo, en discursos científicos o en textos legales. Cuando escribimos tratando de buscar un efecto adicional a la mera comunicación, o buscando un punto de originalidad que distinga nuestro texto de otros discursos similares, estamos practicando la escritura creativa.<sup>10</sup>

Esta definición es muy amplia, por lo que engloba una gran cantidad de fenómenos. Tradicionalmente, la literatura ha sido considerada como el mejor exponente de la escritura creativa, incluyendo en seno los tres géneros mayores: poesía, narrativa y teatro. Sin embargo, la escritura creativa se da en muchos más ámbitos. Algunos también se relacionan con la ficción, como por ejemplo los cómics, las novelas gráficas, el cine, las series de televisión o los videojuegos. Otros forman parte de lo que se denomina la no-ficción creativa, la cual incluye algunas obras periodísticas como las crónicas, los ensayos, los libros de viajes, las memorias o géneros más modernos como la escritura en blogs y redes sociales.

### El Lenguaje Literario

#### La metáfora y metonimia

El lenguaje metafórico es aquel que se vale de la figura retórica de la metáfora para hablar de una realidad a través de otras palabras que, aunque en su significado original dan a entender un determinado concepto, al usarlo en el sentido metafórico se le asigna un sentido diferente.

---

<sup>10</sup> ALFONSO MUÑOZ CORCUERA. (2016). ¿QUÉ ES LA ESCRITURA CREATIVA? CURSOS Y TALLERES LITERARIOS. 2017, de Central de Escritura Sitio web: <https://centraldeescritura.com/blog/que-es-la-escritura-creativa/>

Por ejemplo, cuando escuchamos a alguien decir "toqué el cielo con las manos", inmediatamente realizamos esa frase con la idea de gozo o bienestar.

Es decir, alguien que se expresa con esas palabras, da entender que se siente bien realizando una determinada acción., aunque no describa en forma concreta dicho acto. Cuando sí lo hace, está utilizando el lenguaje literal, tal cual es. En cambio, cuando lo dice con otras palabras, utiliza el lenguaje metafórico.<sup>11</sup>

Aun así toca la aclarar la diferencia que existe con la metonimia, que es un término que muchas confunden al momento de elaboración de metáforas. La Metonimia es una figura retórica que consiste en designar una cosa o idea con el nombre de otra con la cual existe una relación de dependencia o causalidad (causa-efecto, contenedor-contenido, autor-obra, símbolo-significado, etc.)

### **Tipos y Ejemplos de Metonimia:**

- Causa por efecto
- ✓ Le hizo daño el sol → el calor del sol
- Efecto por la causa
- ✓ Carecer de pan → carecer de trabajo
- Contenedor por contenido
- ✓ Tomar una copa → tomarse el contenido de una copa
- ✓ Se comió dos platos → comerse el contenido de dos platos
- ✓ Fumarse una pipa → fumarse el contenido de una pipa
- ✓ Bebió un vaso de agua → el contenido del vaso
- Símbolo por cosa simbolizada
- ✓ Juró lealtad a la bandera → jurar lealtad al país
- ✓ La media luna dominó España → los musulmanes
- Autor por obra
- ✓ Un Picasso → un cuadro de Picasso
- ✓ En el museo hay varios Rubens → cuadros de Rubens
- ✓ Leyó a Virgilio → una obra de Virgilio
  
- El instrumento por el artista
- ✓ La mejor pluma de la literatura universal es Cervantes.
- Lugar por lo que en él se produce

---

<sup>11</sup> Luisa María Arias. (2014). METÁFORA Y METONIMIA. 2017, de Sabería Sitio web: <https://luisamariaarias.wordpress.com/lengua-espanola/tema-15/metafora-y-metonimia/>

- ✓ Un Rioja → un vino de Rioja
- ✓ Un Jerez → un vino de Jerez de la Frontera
- Objeto poseído por poseedor
- ✓ El primer violín de la orquesta → se refiere al que toca el violín
- La materia por el objeto
- ✓ Un lienzo → un cuadro
- El nombre del objeto por el de otro contiguo a él
- ✓ El cuello de la camisa

### **El lenguaje metafórico en la expresión cotidiana**

La metáfora forma parte de nuestro día a día. Muchas de las frases que decimos están impregnadas de metáfora, sin embargo, como están arraigadas en la cultura hace bastante tiempo, no nos percatamos de su carácter metafórico

Algunas expresiones:

¡Eres un burro! Una frase común utilizada para insultar. Es metáfora porque el término "burro" no se utiliza en sentido literal, sino figurado, para dar a entender que cierta persona es tonta.

El muchacho estaba entre la espada y la pared. Si imaginamos lo que esta frase describe, es decir, a una persona que literalmente se encuentre entre una espada y una pared enfrente suyo, lo primero que pensaríamos es que, no tiene escapatoria, por tanto, está en una situación complicada.

La metáfora busca precisamente, generar en el lector una reacción de lo que se entiende en la frase, más allá de la descripción que se realiza.

### **El lenguaje metafórico en los refranes**

Cuando fuiste martillo no tuviste clemencia, ahora que eres yunque, ten paciencia.

Quien da pan a perro ajeno, pierde el pan y pierde el perro.

Quien siembra vientos recoge tempestades.

Bueno es que haya ratones, para que no se sepa quien se come el queso.

Si da el cántaro en la piedra, o la piedra en el cántaro, mal para el cántaro.

El oro hace soberbios, y la soberbia, necios.

Ver la paja en el ojo ajeno, y no la viga en el propio

No se hizo la miel para la boca del asno.

Cría cuervos y te sacarán los ojos.

Aunque la mona se vista de seda, mona se queda.

Muerto el perro, se acabó la rabia.

Dios aprieta, pero no ahoga.

No hay rosa sin espinas.

### **El lenguaje metafórico en la literatura**

En el lenguaje literario, la metáfora es una herramienta de expresión muy habitual. El autor siempre busca diversas maneras de enriquecer su expresividad, y encuentra en la metáfora una fuente rica.

Ejemplo de lenguaje metafórico en poemas

En su llama mortal la luz te envuelve.

Absorta, pálida doliente, así situada  
contra las viejas hélices del crepúsculo  
que en torno a ti da vueltas.

### **Pablo Neruda**

Sin embargo, la infancia se empecina,

Comienza a levantar sus inventarios,

A echar sus amplias redes para luego.

Es una isla limpia y sobre todo

Fugaz, es un venero de primicias

Que se van lentamente resecano. **Mario Benedetti**

## **Capítulo VI: Aspectos sobre la redacción del mercadólogo**

### **Introducción**

En el caso particular de los mercadólogos, la redacción se convierte en algo fundamental. Algunas de las tareas donde esta actividad está presente y debe ser indispensablemente correcta son las siguientes:

- Elaboración de planes de marketing.
- Redacciones publicitarias.
- Elaboración y revisión de manuales (de identidad, de organización, departamentales).
- Documentos que se entrega a clientes (cotizaciones, saluciones, información general).
- Redacción de informes a medios de comunicación; entre otros.

Como se puede ver, son muchas y variadas las situaciones en las que el Mercadólogo debe tener una buena redacción. Es por ello que te recomendaré que cuides por lo menos 5 aspectos sobre la redacción del mercadólogo.

### **Fondo**

- Este punto se refiere al contenido de lo que se va a redactar, debe ser interesante, fundamentada y sobre todo cuidando una buena sintaxis. Es una de las partes más importantes ya que sin los elementos de fondo, el documento carece de valor o interés.

### **Coherencia**

- Lo que se escribe debe tener una relación lógica en su conjunto. A veces empezamos a redactar y divagamos tanto que terminamos hablando de todo menos de lo que originalmente queríamos comunicar. El orden, la limpieza y la claridad son característicos de este elemento de la redacción.

### **Fluidez**

- Una de las técnicas en este punto es el de ser repetitivos puede ser una buena decisión, si se hace correctamente. Pero en general, debemos evitar caer en la constante replicación

de contenido si este no aporta. Que tu redacción lleve poco a poco al lector a seguir el texto, con gusto e interés.

### **Vocabulario asertivo y diverso**

- Es importante saber el público para el cuál vas a redactar, ya sea un plan, un copy o un informe; no todas las personas tienen el mismo nivel de lectura y comprensión, ni utilizan las mismas palabras; adecúate al público que quieres cautivar. De igual forma, el leer y escribir como hábito, permite que tengamos a nuestra disposición una gama mucho más amplia de términos, palabras y expresiones que evitarán caer en errores como las muletillas.

[Tweet “Es importante saber el público para el cuál vas a redactar, ya sea un plan, un copy o un informe”]

### **Ortografía y puntuación**

- El último aspecto al que debemos considerar es el del saber el uso adecuado de las letras, su combinación y los signos, es un rasgo que denota no sólo cultura, sino también la atención con que atiendes las cosas y asuntos. Confundir la B con la V o la C y la S puede parecer algo insignificante que, sin embargo, puede cambiar en gran medida el mensaje que queremos transmitir. En el mundo que nos tocó vivir, en esta era donde el marketing digital y el contacto a través de las redes sociales es el pan de cada día, los usuarios no perdonan este tipo de equivocaciones. Todos somos susceptibles de equivocarnos, pero hay que procurar que sea en medida de lo posible.

## Capítulo VII: Marketing de Contenido



Imagen 6. **Marketing de Contenido**

Fuente: Literautas

El marketing de contenido da importancia significativa al momento de posicionarse, la cual genera un valor para los usuarios. Esto se evidencia en la información que se ofrece, si llega a ser atractiva o ignorada por el contenido que manejas.

Para lograr éxito en este tema se necesita crear un plan de contenidos teniendo en cuenta al target que se dirige, captando su atención con cada temática realizada.

### Técnicas de redacción para el marketing de contenido Copywriting

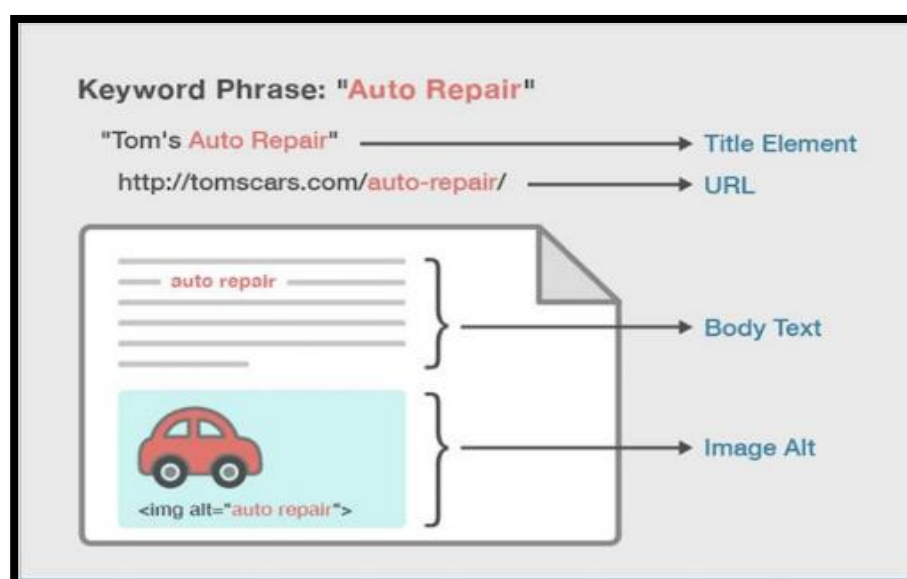


Imagen 7. **Copywriting**

Fuente: Google Imágenes

El copywriting es una técnica de escritura, donde se elaboran textos atractivos para el usuario la cual genera la interacción (feedback) con el mismo.

Existen diversas técnicas de escritura copywriting como:

➤ **FAB (Features / Advantages / Benefits – Características / Ventajas / Beneficios)**

Se debe responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué características tiene y qué puede hacer tu producto?
2. ¿Por qué puede ayudar al usuario y qué ventajas tiene?
3. ¿Qué consigue el usuario con ello y qué beneficio obtiene?

Ejemplo de texto FAB:

“Este producto/servicio tiene larga durabilidad, garantía, distintos precios, modelos y diseños que pueden ser de gran utilidad para ti debido a...Solicítanos información sobre nuestros servicios y descubre todo lo que podemos hacer por ti. Te ayudaremos y asesoraremos sin ningún tipo de compromiso para que obtengas el mejor resultado con tu...”

➤ **4U (Único / Útil /Urgente / Ultra-específico)**

Las 4U son primordiales para captar la atención de un lector – cliente, para ello se tiene que tener en cuenta las siguientes características:

- a) Generar urgencia en el usuario por tener el contenido.
- b) Transmitir los beneficios del contenido, producto o servicio como únicos y diferenciales.
- c) Concisión y estructura simple en los contenidos.

Ejemplo:

Ofrecer un ebook o curso exclusivo durante un tiempo X, en el que el usuario puede obtener información muy valiosa sobre el producto o servicio (consejos, trucos, instrucciones de uso...) en el que está interesado a cambio de llevar a cabo una conversión en la web (solicitud de presupuesto, compra de un producto...).



➤ **No pasarse con la densidad de palabras claves**

Todo post publicitado de manera virtual tiene que ser fácil de comprender, no siendo; repetitivo y tedioso al momento de su lectura.

➤ **Influir en la imaginación de los usuarios mediante la sugestión para llegar a su fibra sensible**

Esta técnica se logra mediante los dos siguientes puntos:

- a) No abusar de la utilización de exclamaciones, hipérbolos y adjetivos para describir tus servicios, productos o contenidos, ya que cuantos más utilices, más parecerá que tienen que adornarse.
- b) Mensajes llamativos como “Imagina tener 2.000 nuevos suscriptores cada mes”.

➤ **Utiliza fuentes fiables y contrastadas en las que puedas apoyarte**

Basandote en los lineamientos de la RAE para la semántica y ortografía de los contenidos. Para esto hay diferentes herramientas que google nos ofrece, como:

- Google Tool Planner o SEMrush: para el SEO
  - Wordreference: obtener sinónimos y no repetir palabras.
  - Plagiarism checker: contenidos duplicados, entre otros.
- Usar CTA (Call to Action) o llamadas, que capten la atención de los usuarios
- Revisar texto

Debemos tener en cuenta nuestra ortografía al momento de la redacción; faltas ortográficas, repeticiones de palabras o textos. Para aquello se debe de aplicar de las técnicas de escritura para mejorar nuestra conversión en un sitio web.

**Estrategias y técnicas de escritura eficaces en el marketing de contenidos**

En este punto lo que se busca es estar en la situación de “ganar-ganar”, una de las ventajas es que el usuario encuentre beneficios dentro de la información que se les ofrece. De este modo se obtiene un tráfico en qué y cómo lo ofrezcas.

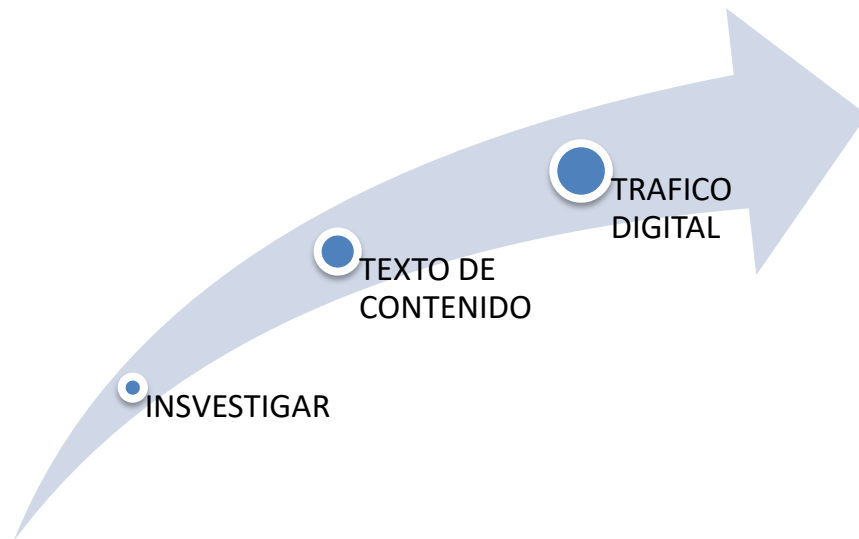


Gráfico 12. Estrategias y técnicas de escritura eficaces en el marketing de contenidos

### Storytelling

- Es el arte de contar una historia y captar la atención del usuario. Es una técnica de escritura persuasiva muy efectiva y creativa.
- Se debe realizar la creación de una atmósfera dirigida a tu público objetivo y así llegar a la imaginación del lector mediante el relato creado. Contando historias con un toque cercano que sea rentable para los usuarios alcanzados.

### Estructuración de contenido

- Para este punto es necesario enfocarse en el keyword (palabra clave) y el long tail (larga cola; término estadístico que hace referencia a la distribución de una población.)

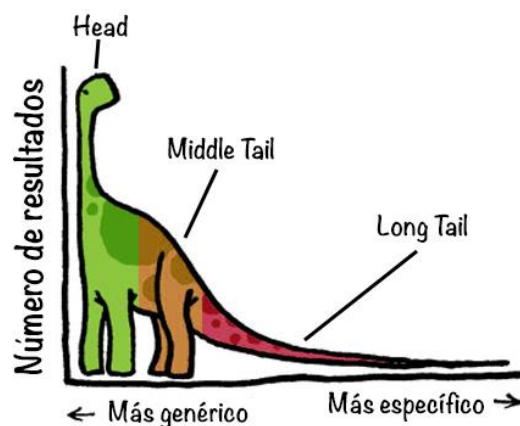


Imagen 8. Long Tail

Fuente: 40defebrero

Del mismo se puede potencializar el Long Tail de las siguientes formas:

- Estructuración bien de la web.
- Vigilar la indexación de tu web (Url, fotos, texto, entre otros).
- Cuidar el contenido.
- Proceso de mejora continúa.

### **Grabar un vídeo y transcribirlo después**

Es una de las formas más rápidas para generar contenido escrito, toca tener en cuenta que el material audiovisual sea de una fuente confiable y que domine el campo o área a tratarse. Este ejercicio puede ahorrar tiempo y hacer que los textos parezcan naturales y cercanos al interés del público seccionado.

### **Enumeraciones (Tops y Rankings)**

Técnica que se emplea en marketing online y periodismo, es una forma de escritura o generador de contenido donde especifica alguna temática y resume la misma. El principal objetivo es generar la atracción del usuario, facilitándoles su búsqueda de una manera sencilla y concisa.

### **Entrevistas**

El objetivo de la entrevista es el de informar de una forma ya o tradicional, es decir, dando al usuario su connotación sobre el producto servicio o idea de una empresa. La estructura puede variar dependiendo del tipo de entrevista que se maneje.

- a) Entrevista Pregunta – Respuesta
- b) Entrevista Reportaje

Este contenido es muy utilizado en periódicos y revistas, pero en social media es recomendado en blogs, plataformas web, entre otros.

Para potencializar este contenido es recomendado que el entrevistado sea una persona conocida en determinada población o en general.

### **Noticias y actualidad**

Técnica para obtener contenidos virales de calidad y atractivos para los usuarios. Lo primordial es generar

características específicas de temas exterminados con anterioridad.

Así captar la atención de los usuarios con temáticas actuales, aumentando el tráfico de las redes sociales establecidas. El secreto en esta técnica es generar un contenido continuo.

### **Investigaciones**

Este es uno de los contenidos más demandados por los usuarios y que genera más engagement (comprometido) con los usuarios.

Así generar contenidos exclusivos, únicos y creativos ante otras alternativas que usuarios encuentren.

## Glosario

### **Narrar**

Contar unos autores hechos, por lo general ficticios, en una obra literaria la novela narra la vida de un vagabundo.

### **Narrador**

Persona o personaje que cuenta una historia

### **Argumento**

Conjunto de acciones que realizan los personajes. Cuenta de manera cronológica, acontecimientos que se van sucediendo en el transcurso de la narración.

### **Racconto**

Es un quiebre en el relato volviendo al pasado, pero este último no es tan repentino, es más pausado en lo que se refiere a la velocidad del relato y de mayor extensión. El racconto es una retrospectiva prolongada hacia un momento largo del pasado de la narración que se relata de forma entera, incluso aportando detalles significativos.

### **Flash back**

El flashback es una técnica narrativa que consiste en interrumpir la narración para dar un salto al pasado. También denominado analepsis (escena retrospectiva), es un recurso muy utilizado en literatura, cine, series, cómics y videojuegos. El término inglés flashback tiene dos partes, por un lado flash, que quiere decir "de aparición y desaparición rápida y clara", y por otro back, que quiere decir "atrás, pasado o remoto". Estos dos conceptos nos remiten a la esencia del flashback, es una vuelta al pasado pero tiene que ser rápida y repentina, y después vuelve al presente.

### **Flashforwards**

Es una técnica narrativa que ocurre cuando la secuencia de sucesos primaria en una historia es interrumpida por la interjección de una escena que representa un acontecimiento futuro. Ya te explica el final al principio por lo tanto no es una técnica muy utilizada.

### **Premonición**

El flashforward, que corresponde a la proyección hacia el futuro de forma breve; y la premonición, que es un amplio salto en el futuro de la historia, para regresar a la narración inicial. Aquí vemos que la diferencia se asemeja a la que había entre flashback y racconto.

### **Redacción**

La Palabra Redacción proviene del termino latino «Redacñio» el cual, hace referencia a la acción y efecto de redactar que significa, escribir alguna situación, suceso o explicación, previamente pensada. La redacción supone un importante conocimiento en establecer formas y sentidos que le den coherencia y cohesión textual a lo que se escribe, ya que el orden de las palabras puede cambiar el ángulo del texto y puede ser mal interpretado, es esencial que el redactor organice mentalmente las ideas que desea plasmar en el papel.

### **Ortografía**

La ortografía es la parte de la gramática normativa encargada de establecer las reglas que regulan el correcto uso de las palabras y de los signos de puntuación en la escritura. La base de la ortografía está compuesta por una serie de convenciones establecidas de antemano por una comunidad lingüística con el objetivo de respetar y mantener a través del tiempo la unidad de la lengua escrita que corresponda.

### **Información**

La información es un conjunto de datos con significado que estructura el pensamiento de los seres vivos, especialmente, del ser humano.

### **Estructura textual**

Se entiende por estructuras textuales los modos de organizar globalmente la información en un texto, tanto en cuanto a la forma como en cuanto al contenido. En otras palabras, las estructuras textuales hacen referencia a las partes que componen un texto, la denominada superestructura textual, y también al tema que aborda, la denominada macroestructura textual. La superestructura y la macroestructura tienen una

propiedad común: no se definen con respecto a oraciones o secuencias aisladas de un texto, sino con respecto al texto en su conjunto o a determinados fragmentos de este. Esta es la razón por la que se habla de estructuras textuales o globales, diferenciadas de las estructuras locales o microestructuras en el nivel de las oraciones.

### **Titular**

Es el nombre con el cual se denomina al título de las noticias y de los artículos, ya sea en periódicos, revistas, programas de televisión, entre otros, que aparece en letras mayúsculas y destacadas. Generalmente, el titular resume en pocas palabras lo más saliente de una información.

### **Título**

Es aquel que refiere a la palabra o la frase corta con la cual se enuncia o se da a conocer una obra; como un libro, una película, un documento o un tema musical, o bien un asunto y que se encuentra, la mayoría de las veces, en estrecha relación con el contenido de aquello sobre lo que trata la obra o asunto. Es decir, el título es una ultra síntesis de lo que cuenta una obra.

### **Antetítulo**

El antetítulo precede al título y su objetivo es complementarlo, sustentarlo; con base en un dato relacionado, que debe aportar información y ser independiente de este y del sumario.

Consta de una sola línea y según el estilo de cada medio, va precedido o no de un localizador. Nunca termina en punto final.

### **Subtítulo**

Un subcapítulo o subtítulo es el título que contiene conceptos relacionados. Generar un subtítulo es opcional y depende de las preferencias estéticas o conceptuales del cliente. Tiene un carácter separador informativo, aunque también puede contener una descripción.

### **Sumario o entradilla**

Resume los principales elementos de la información, va situado después del subtítulo, generalmente, en negrita.

## **Formas discursivas**

Es aquel escrito en el que la o el periodista trata de generar una comunicación eficaz evitando los datos ambiguos, las impresiones personales, la emoción, entre otros.

## **Periodismo**

Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.

## **Escritura creativa**

La escritura creativa es cualquier tipo de escritura que se salga del esquema que le puedan imponer sus usos comunicativos estándar, por ejemplo en el periodismo, en discursos científicos o en textos legales.

## **Lenguaje literario**

El lenguaje literario es la lengua escrita estándar en la que se introducen palabras poco usuales (cultismos, voces inusitadas, extranjerismos, arcaísmos, etc.) y que se somete normalmente a una voluntad de forma.

## **Marketing de contenido**

Una técnica de marketing que consiste en la creación y distribución de contenido valioso, pertinente y coherente para atraer y adquirir un público definido con claridad, con el objetivo de impulsar la acción rentable de los clientes

## **Copywriting**

El copywriting es la habilidad de escribir de manera persuasiva cualquier tipo de texto que aparezca en tu página web para conseguir que tu cliente ideal realice una acción.

## **Storytelling**

Es el arte de contar una historia. La creación y aprovechamiento de una atmósfera mágica a través del relato. En marketing es una técnica que consiste en conectar con tus usuarios con el mensaje que estás transmitiendo, ya sea a viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.



## **Bibliografía**

- Racionero, L. (1995). El arte de escribir. Emoción y placer del acto creador. Madrid: Temas. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de: [books.google.co](https://books.google.co)
- Martín Vivaldi, G. (s.f). Redacción. México: Prisma. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de: [books.google.co](https://books.google.co)
- Camps, A. (1990). Modelos del proceso de redacción. Madrid: Taylor & Francis. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de: [books.google.co](https://books.google.co)
- González, R. (1995). Manual de redacción e investigación documental. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de: [atlas.umss.edu.bo](https://atlas.umss.edu.bo)
- Castañeda, A. (2005). Técnicas de lectura y redacción de textos. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de: [datateca.unad.edu.co](https://datateca.unad.edu.co)
- BEZUNARTEA, OFA (coord.), 21 Lecciones de reporterismo, Bilbao, universidad del País Vasco, 1998.
- COVARRUBIAS, Jorge Manual de técnicas de redacción periodística, nueva Cork, Associated Press, 1996.
- LÓPEZ, Manuel Cómo se fabrican las noticias fuentes, selección y planificación, Barcelona, Paidós, 1999.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo Curso de redacción teoría y práctica de la composición y del estilo, Madrid, Paraninfo, 2000.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo Géneros periodísticos reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial) Madrid, Paraninfo, 1998.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. Curso general de redacción periodística Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine, Madrid, Paraninfo, 1998.
- RODRIGUEZ JIMÉNEZ, Víctor Manual de redacción. nuevas normas ortográficas, recursos literarios, estilos, comentarios de texto Madrid, Paraninfo, 2001.
- Portal informativo y de contenidos. Equipo de redacción profesional. (2016, 12). Tipos de redaccion. Gaceta educativa - Lostipos.com. Obtenido en fecha 09, 2017, desde el sitio web: <https://www.tiposdecosas.com/redaccion.html>.
- Referencia: David Esteban Cubero. (2017). Preguntas sobre número de escenas y loglines. 2017, de Cursos de guion Sitio web: <https://www.davidestebancubero.com/seccion/tecnicas-narrativas/>

- Prof. Sandra Villanueva. (2017). Técnicas Narrativas (2017). De versificación.
- Redacción. (2017). Redacción. 2017, de Concepto Definición Sitio web: <https://conceptodefinicion.de/redaccion/>
- Anónimo. (2017). Características de la buena redacción. 2017, de Redacción y Ortografía Sitio web: <https://redaccionyortografiablog.wordpress.com/2017/07/17/caracteristicas-de-la-buena-redaccion/>
- CLAUDIA SANCHEZ. (2015). INTRODUCCIÓN A LA REDACCIÓN. 2017, de Blogspot Sitio web: [http://sistemasdeinformacioncontableclaudia.blogspot.com/2015/10/introduccion-la-redaccion-origen\\_15.html](http://sistemasdeinformacioncontableclaudia.blogspot.com/2015/10/introduccion-la-redaccion-origen_15.html)
- .A. 2017, 10. Tipos de redacción. Tipos de. Obtenido 03, 2017, de <https://10tipos.com/tipos-de-redaccion/>
- .A. 2013, 11. Tipos de redacción. 10ejemplos.com. Obtenido 03, 2017, de <https://10ejemplos.com/tipos-de-redaccion/>
- ROSALÍA DÍAZ - BARRIGA MARTÍNEZ. (2001). REDACCIÓN TÉCNICA. México: Tresguerras.
- Mercedes Galarza. (2013). COMUNICACIÓN, ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN Y OPERATORIA DE TECLADO. 2017, de blogspot Sitio web: <http://cadiotearchidona.blogspot.com/2013/05/redaccion-oficial.html>
- Carmen Torres. (2010). Periodismo y Género. Reflexiones de intervención desde el género. 2017, de Mujeres en Red Sitio web: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1843>
- Anónimo. (2017). Valores noticia y rutinas profesionales. 2017, de Ciber Corresponsales Sitio web: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/valores-noticia-y-rutinas-profesionales>
- Van Dijk, T. A. (1977). Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso. Madrid: Cátedra, 1980.
- Elda Arroyo. (2010). Estructura Textual, superestructura, macroestructura y microestructura. 2017, de slideshare Sitio web: <https://es.slideshare.net/sthephanysagaz/estructura-textual-superestructura-macroestructura-y-microestructura>
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Madrid: Ariel.
- Anónimo. (2017). Subtítulos y Títulos: ¿Qué es un Título y Subtítulo? Definición, Significado. 2017, de Traditional Catholic Sitio web: <http://www.traditionalcatholic.info/es/subtitulos/>

- Van Dijk, T. A. (1980). Estructuras y funciones del discurso. Madrid: Siglo XXI.
- Anónimo. (2017). Formas discursivas. 2017, de Ciber Corresponsales Sitio web: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/formas-discursivas>
- Adam, J.-M. (1992). Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue. París: Nathan.
- Javier Darío Restrepo. (2017). ¿Qué es la ética periodística? 2017, de Fundación Gabriel García Márquez Sitio web: <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/669>
- ALFONSO MUÑOZ CORCUERA. (2016). ¿QUÉ ES LA ESCRITURA CREATIVA? CURSOS Y TALLERES LITERARIOS. 2017, de Central de Escritura Sitio web: <https://centraldeescritura.com/blog/que-es-la-escritura-creativa/>
- Anónimo. (2017). Escritura Creativa. 2017, de Escuela de escritores Sitio web: <https://escueladeescritores.com/cursos/escritura-creativa-madrid/>
- Luisa María Arias. (2014). METÁFORA Y METONIMIA. 2017, de Sabería Sitio web: <https://luisamariaarias.wordpress.com/lengua-espanola/tema-15/metafora-y-metonimia/>
- Miguel Arteché. (2016). METONIMIA. 2017, de UChile Sitio web: <http://www.uchile.cl/cultura/actividades/glosario/metonimia.ht>
- Orlando Cáceres Ramírez. (2016). ¿Qué es el lenguaje metafórico? 2017, de About Español Sitio web: <https://www.aboutespanol.com/que-es-el-lenguaje-metaforico-3959901>
- Fran León Ale. (2015). 5 CUALIDADES PARA SER UN MERCADÓLOGO DE ÉXITO. 2017, de Merca 2.0 Sitio web: <https://www.merca20.com/5-cualidades-para-ser-un-mercadologo-de-exito/>
- Arturo Alcázar Dávila. (2016). 5 aspectos sobre la redacción del mercadólogo.. 2017, de Marketeroslatam Sitio web: <https://www.marketeroslatam.com/5-aspectos-sobre-la-redaccion-del-mercadologo/>

- Lucas García. (2017). ¿Qué es el Marketing de Contenidos?. 2017, de 40 de Fiebre Sitio web: <https://www.40defiebre.com/que-es-marketing-de-contenidos>
- Ignacio Jaen. (2017). Le damos al Branding. 2017, de In bound marketing Sitio web: <https://ignaciojaen.es/tecnicas-de-redaccion-para-marketing-de-contenidos/>
- Vilma Nuñez. (2017). Qué es el Storytelling y cuáles son sus características esenciales. 2017, de Vilma Nuñez Sitio web: <https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/>

### **Webgrafía**

- <https://concepto.de/narracion/#ixzz5Q3aR1Her>
- [https://www.cibercorresponsales.org/system/custom\\_upload/filename/35/Modulo\\_11.pdf](https://www.cibercorresponsales.org/system/custom_upload/filename/35/Modulo_11.pdf)
- <https://www.portaleducativo.net/quinto-basico/672/Narracion-y-sus-elementos>
- [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t2/teoria\\_5.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t2/teoria_5.htm)
- <https://agorainstitutano.files.wordpress.com/2011/06/8c2b0-tc3a9cnicas-narrativas-lenguaje.pdf>
- <https://www.significados.com/redaccion/>
- <https://redaccionyortografiablog.wordpress.com/2017/07/17/caracteristicas-de-la-buena-redaccion/>
- <https://www.cibercorresponsales.org/pages/formas-discursivas>
- <https://slideplayer.es/slide/5573266/#>
- <http://trampress.com/manual-de-redaccion-periodistica/>
- <https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>
- <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP0000110307A/12950>
- <http://coe.academia.iteso.mx/2015/06/15/normas-generales-de-redaccion/>
- <https://www.marketeroslatam.com/5-aspectos-sobre-la-redaccion-del-mercadologo/>
- [http://www.posgrado.unam.mx/arquitectura/aspirantes/La\\_Redaccion.pdf](http://www.posgrado.unam.mx/arquitectura/aspirantes/La_Redaccion.pdf)
- <http://significado.net/redaccion/>
- [https://es.slideshare.net/Calieg/el-proceso-de-redaccion?next\\_slideshow=1](https://es.slideshare.net/Calieg/el-proceso-de-redaccion?next_slideshow=1)

- <http://comunicacionlinguisticai.blogspot.com/p/la-estructura-del-texto.html>
- <http://www.tiposde.org/general/575-tipos-de-redaccion/>
- <http://10ejemplos.com/tipos-de-redaccion>
- <https://www.aboutspanol.com/que-es-el-lenguaje-metaforico-3959901>
- <http://roble.pntic.mec.es/msanto1/lengua/1narraci.htm>
- <https://es.slideshare.net/UJMDVirtual/tipos-de-redaccion-41955512>
- <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/194/La-narracion-y-su-estructura>
- <https://www.tiposdecosas.com/redaccion.html>
- <https://www.mdirector.com/marketing-digital/tecnicas-de-copywriting-ganadoras.html>
- <https://es.semrush.com/blog/tecnicas-escritura-exito-marketing-contenidos/>
- <http://www.leadmarketingdigital.com/blog/tecnicas-redaccion-copywriting/>
- <https://www.40defiebre.com/que-es/long-tail/>
- <https://es.semrush.com/blog/medir-engagement-marketing-contenidos-blog/>

ISBN: 978-9942-33-247-9



9 789942 332479

