

SAGRADO

Universidad del Sagrado Corazón

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

PRONTUARIO

TÍTULO: Redacción para los medios y narrativas multimediales

CODIFICACIÓN: CMU 240

PRERREQUISITO: CMU 110

CRÉDITOS: 3 créditos | 45 horas contacto | 1 término

DESCRIPCIÓN

Estudio teórico y práctico de los formatos básicos utilizados en los medios de comunicación masiva con énfasis en las diversas estructuras narrativas digitales disponibles aplicables tanto para la producción audiovisual, el periodismo y la comunicación estratégica.

JUSTIFICACIÓN

Todo comunicador debe poder dominar las herramientas básicas para llevar un mensaje efectivo, ya sea de forma hablada, escrita, visual o digital. Además, debe conocer los formatos y dominar sus ejecutorias para lograr los objetivos de comunicación. Es fundamental insertarse en las tendencias tecnológicas y entender la transformación de los medios para poder atemperar las estrategias de comunicación a estos nuevos paradigmas.

COMPETENCIAS

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

- **Investigación y exploración**
- **Sentido ético y justicia social**
- **Comunicación**
- **Cuestionamiento crítico**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Distinguir los distintos formatos que tiene a su disposición el comunicador.
2. Crear contenidos de forma adecuada, tanto para el periodismo, la comunicación estratégica y las producciones audiovisuales.
3. Entender los nuevos formatos para contar historias en la era digital.
4. Incorporar el uso de imágenes fijas y en movimiento, sonido, texto, hipertextos y otras formas de comunicación como parte de la construcción de mensajes
5. Comprender las diferencias entre narrativas multiplataformas, crossmedia y transmedia en la confección de mensajes y estrategias de comunicación.

CONTENIDO

- I. Redacción periodística
 - A. Pirámide invertida
 - B. Entradas
 - C. Atribución
 - D. Citas
 - E. La entrevista
- II. Redacción para la producción audiovisual
 - A. Guión literario
 - B. Guión técnico
- III. Redacción para la comunicación estratégica
 - A. Anuncios para medios impresos, radio, audiovisuales y digitales
 - B. Cartas
 - C. Artículos
 - D. Discursos
 - E. Otros
- IV. Narrativas digitales
 - A. La hipertextualidad
 - B. La multimedialidad
 - C. La interactividad
 - D. El texto y el contexto
 - E. El cierre y los vínculos
 - F. Multiplataformas
 - G. Crossmedia
 - H. Transmedia
 - I. Blogs

- J. Redes sociales
- K. Páginas web

METODOLOGÍA

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

- Aprendizaje basado en desafíos o en retos/ *Challenge Based Learning*
- Flipped classroom
- Gallery walk
- Análisis de textos en diferentes formatos
- Ejercicios prácticos

EVALUACIÓN

Composiciones	30%
Presentaciones orales	30%
Proyecto o examen (final)	25%
Participación	<u>15%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

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

BIBLIOGRAFÍA

AdReaction (2014). Marketing in a multiscreen world. Global Report. Recuperado de https://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown_AdReaction2014_Global.pdf

Alzamora, G & Tárca, L. (2014). Proposed Methodology for Transmedia News Story Analysis: A Comparative Study of the Float Project and the Great British Property Scandal: Every Empty Counts in the UK. Interactive Narratives. New Media & Social Engagement. S/D, 19-27.

- Ávalos, L., Costa, E. Gaido, P. & Rossi, E. (2013). La no ficción: en el límite entre periodismo y literatura. Recuperado de <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/redaccion1-liberatore/2013/10/17/la-no-ficcion-en-el-limiteentre-periodismo-y-literatura/>
- Bauman, Z., & Rosenberg, M. (2015). Modernidad líquida. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Basingstoke, A. (2014). Writing for Visual Media. 4th, Rev. Londres: Taylor & Francis Ltd.
- Bivins, T. (2010). Public relations writing: the essentials of style and format. New York. McGraw- Hill.
- Brooks, B. (2014). The art of editing: in the edge of convergence. 10th Ed. Boston: Pearson.
- Carnagey, D.; Esenwein, J. & Berg. L.(2013). The Art of Public Speaking (Start Classics). New York, N.Y.: Start Publishing LLC.
- Carrol, B. (2014). Writing and Editing for Digital Media. 2nd ed. New York: Routledge.
- Costa-Sánchez, C. (2014). El cambio que viene. Audiovisual Branded Content. Telos (99), 84-93.
- Costa-Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). Icono 14. Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes, 10(2), 102-125.
- Davison, Lucy (2017). Where storytelling ends and communication begins. Ontario: John Wiley & Sons, Ltd. DOI 10.1002/rwm3.20488
- Dena, C. (2009). Transmedia practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments. S/D.

- Díaz, F. A., & Caloguerea, A. (2012). Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Earnshaw, S. (2014). The Handbook of Creative Writing. 2nd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2014.
- Felder, L. (2012). Writing for the web: creating compelling web content using words, pictures, and sound. New York: New Riders.
- Filak, V. (2014). Convergent Journalism: An Introduction: Writing and Producing Across Media. Londres: Focal Press.
- Foster, J. (2012). Writing skills for public relations: style and technique for mainstream and social media. Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Freitas, C. y Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. Revista Estudios Culturales, (5), 19-42.
- García González, G. (2014). Narraciones Transmedia de No Ficción: El caso de Kony 2012 (Tesis Doctoral). Universidad de Alcalá, Madrid.
- Gómez-Tarín, F.J. (2015) Lo viejo y lo nuevo. Prólogo. En Guarinos Galán, V, y Sedeño Valdellós, A. M. (Coord.) Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia. Recuperado de <http://apolo.uji.es/fjgt/Prologo%20Ana%20Sedeno%20B.pdf>.
- Guarinos Galán, V. y Sedeño Valdellós, A. M. (Coord.) (2013). Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia. Madrid: La Fragua.
- Hayes, G. (2011). How to write a transmedia production bible. S/d, Screen Australia.

- Hernández, E. (2016). *The Art of Copywriting. Writing copy for an overstimulated world.*
New York: Apress. DOI 10.1007/978-1-4842-2056-6
- Irigaray, F. & Lovato, A. (2014). *Hacia una Comunicación Transmedia.* Rosario, UNR Editora.
- Irigaray, F. & Lovato, A. (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías.* Rosario: UNR Editora.
- Irigaray, F. (2015). *El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos.* Recuperado de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debepensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/>
Consultado 30 Oct. 2015.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York: NYU Press.
- Maslen, A. (2015). *Persuasive Copywriting: Using Psychology to Influence, Engage and Sell.* Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Montemayor Ruiz, F.J. (2014). *Postproducción digital e infografía virtual en la retransmisión televisiva de los eventos mediáticos.* En Javier Sierra Sánchez y Francisco García García (Coord.), *Tecnología y narrativa audiovisual*, 51-73. Madrid: Editorial Fragua.
- Pérez Rufí, J.P. y Gómez Pérez, F.J. (2013). *Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova.* En Isabel de Salas Nestares y Enric Mira Pastor (Coord.) *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*, 167-187. Madrid: Ediciones CEU.

- Phillips, A. (2012). *A creator's guide to transmedia storytelling: How to captivate and engage audiences across multiple platforms*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Prádanos, E. (2012). *Cómo Escribir una Biblia Transmedia*. S/D
- Pratten, R. (2015). *Getting started with transmedia storytelling: A practical guide for beginners*. S/D: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Ràfols, R. (2011). Infografía audiovisual: de la imagen al espacio. *Estudios sobre el mensaje Periodístico*, 17(2), 569-579.
- Renó, D.P. (2011). Periodismo, Redes Sociales y Transmediación. *Razón y Palabra*, s/d.
- Renó, D. P., & Miguel, F. V. (2012). Periodismo transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista BIBLIOGRAFÍA 90 91 desde los laboratorios de medios interactivos. Madrid: Editorial Fragua.
- Renó L. & Renó, D. P. (2013). Narrativa Transmedia y Mapas Interactivos: Periodismo Contemporáneo. *Razón y Palabra*, 83 (s/d).
- Ruano López, S. (2014). La televisión 3.0 y los nuevos formatos. En Javier Sierra Sánchez y Daniel Rodríguez Parente (Coord.) *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada*, 277-288. Madrid: Editorial Fragua.
- Rule, L. (2015). Digital Storytelling Association. Recuperado de <http://electronicportfolios.com/digistory/>.
- Salaverría, R., Piqué, A. M., & Negro, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol 90.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Smith, R (2012). *Becoming a public relations writer: a writing workbook for emerging and established media*. New York: Routledge.

Sumner, D., Miller, H. G. (2013). *Feature & Magazine Writing: Action, Angle, and Anecdotes*. 3rd ed. Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.

Theaker, A & Yaxley, H. (2012). *The Public Relations Strategic Toolkit: An Essential Guide to Successful Public Relations Practice*. 1st ed. New York, NY: Routledge.

Victorino Ramírez, B.A. (2011). *¿Narrativa digital o digitalización de la narrativa?* Tesis de Magíster. Facultad de Artes, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECO. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5218>

Wolff, J. (2012). *Your Writing Coach: From Concept to Character, From Pitch to Publication: Everything You Need to Know About Writing Novels, Non-fiction, New Media, Scripts and Short Stories*. 2nd ed. Londres: Nicholas Brealey Pub.

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

ACOMODO RAZONABLE

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

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política

de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022