**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Tecnología en Guianza Turística |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 250102019 - Escribir textos de acuerdo con los géneros y el lenguaje literario. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 250102019-01. Establecer los componentes de la escritura creativa del servicio turístico de acuerdo con la intencionalidad, la función comunicativa y las técnicas de redacción de textos. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 004 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Composición del texto narrativo |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Todas las actividades del ser humano están marcadas por la necesidad de expresar ideas y pensamientos, las mismas, se estructuran en mensajes que buscan llegar a otros para su interpretación, a través de diferentes narrativas. La comunicación a través de estas narrativas es de vital importancia en los servicios turísticos para lograr llevar mensajes planificados para todas sus audiencias. |
| PALABRAS CLAVE | Narrativa, personajes, tiempos, espacios, argumentos |

| ÁREA OCUPACIONAL | 5 - ARTE, CULTURA, ESPARCIMIENTO Y DEPORTES |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

**1. Técnicas de redacción y escritura.**

**2. Género narrativo creativo**

**3. Texto narrativo creativo**

**4. Técnicas de redacción creativa**

**5. Escritura creativa**

**6. Derechos de autor**

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

Todas las actividades del ser humano están marcadas por la necesidad de expresar ideas y pensamientos, las mismas, se estructuran en mensajes que buscan llegar a otros para su interpretación, a través de diferentes narrativas, te invitamos a ver el siguiente video sobre nuestro tema a abordar:



1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:** 
   1. **Técnicas de redacción y escritura**

La comunicación se basa en la interacción entre el receptor, emisor, el mensaje y el canal con base en el diálogo oral, todo en un mismo contexto o escenario, pero como es sabido existe otro tipo de diálogo que encontramos en composiciones literaria como narraciones, cuentos, novelas, fábulas, obras de teatro, noticias entre otros, referidas al diálogo escrito el cual maneja variedad de recursos y una interacción diferente entre emisor y receptor, convirtiéndose en una relación escritor-lector y aunque se fundamenta en el mismo sistema lingüístico de la oralidad, sus características son diferentes.

**La comunicación escrita**

Una de las críticas más antiguas para abordar la escritura, es que las personas al escribir lo hacen igual a como hablan, se asume que es por falta de conocimiento y comprensión de las reglas de sintaxis, gramática y en general del lenguaje escrito que efectivamente necesita estudio y apropiación profunda.

Las características de la comunicación escrita están referidas a:



Por lo anterior se ratifica que estos aspectos son mayormente la talanquera para que las personas puedan expresarse con comunicación escrita. No es imposible, la disciplina y el interés ayuda a mejorar la técnica escritural.

**Función comunicativa de la escritura**

La escritura cumple en sí misma una función comunicativa, la misma en su funcionamiento ofrece las respuestas que da el lenguaje para el desarrollo de la comprensión de símbolos y la capacidad del ser humano para contextualizarla de acuerdo con sus diferentes roles. Como su fin es comunicar tiene que cumplir con ciertos parámetros y estructura que permitirá que lo que se escriba cumpla su función misional de llevar el mensaje deseado a sus correspondientes receptores.

Desde el estudio estructural del lenguaje, podemos derivar varias funciones, entre las más divulgadas por expertos tenemos:



Cada una de estas funciones ayuda a comprender la importancia de hacer de la redacción un tema de estudio permanente y nos ubica en la importancia de aprender a expresarse de forma escrita con alto nivel.

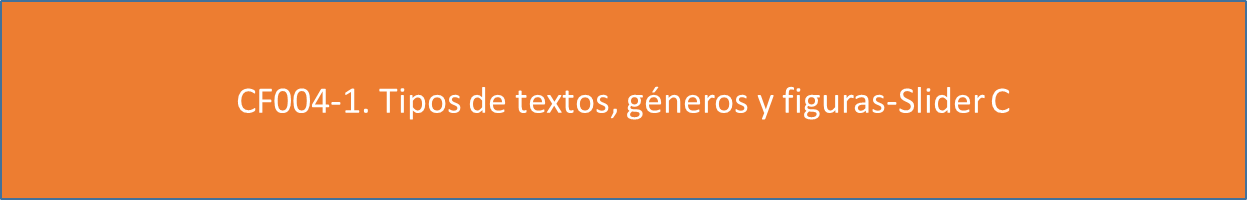
Para cerrar, la comunicación no es solo intercambio de información mecánica, sino la posibilidad de codificar y decodificar palabras y mensajes que tienen intención, que generan inclusive emociones, lo cual es parte fundamental del trabajo en guianza.

**Tipos de textos, géneros y figuras literarias más comunes**

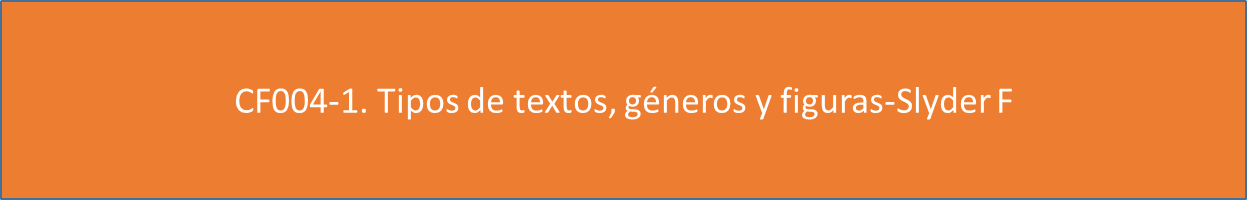
Hay diferentes tipos de textos, géneros y figuras literarias, por ser un tema lo suficientemente amplio es posible no conocerlo en un primer momento, pero si es bueno saber que mientras más profundicemos en estos temas mejor va a ser nuestro desempeño a la hora de desarrollar textos de diferente tipo, porque podremos traer estos elementos para una correcta y profunda construcción de textos que sean enriquecedores y logren el objetivo que se espera que produzcan en las audiencias a las que sea dirigido el mismo.

Veamos algunos de estos elementos a continuación, donde podremos identificarlos y podremos utilizarlos como hemos dicho a la hora de empezar a redactar textos con un propósito firme:

Entre los tipos de textos tenemos:



Dentro de los géneros o categorías que podemos encontrar dentro de la literatura tenemos:



Las figuras literarias se usan como recursos para dar belleza, vivacidad y expresividad a las situaciones, permite que el lector u oyente se emocione o para sugerir o convencer sobre un tema.

El discurso literario o del orador se enriquece con este recurso ya que tiene un toque artístico y poético.

Entre las figuras literarias usadas con frecuencia, están la metáfora, la hipérbole, la anáfora, el símil y otros.

-El símil consta de dos expresiones que comparan de forma indirecta o directa para acentuar alguna cualidad entre ellos que puede ser de: diferencia, semejanza o sentido figurado.

-La metáfora lo hace de forma directa, reemplazando términos; la similitud directa se realiza con un vínculo comparativo usando expresiones como “Semejante a”, “como” y otras.

-La hipérbole se reconoce porque es una expresión exagerada con intenciones expresivas ya sea para minimizar o engrandecer algún atributo particular de algo en particular.

-En la personificación se destacan propiedades humanas otorgadas a un objeto o animal o elementos inanimados.

-La anáfora consiste en la reiteración rítmica de sílabas o sonidos dentro de una frase o verso.

-Finalmente, la alegoría cuando se habla de algo sin mencionarlo específicamente a través de un conjunto de agrupaciones metafóricas o referenciaciones indirectas.

**Técnicas tradicionales**

En la redacción encontramos muchas técnicas, que son usadas a diario por muchas personas dedicadas a la creación y producción de contenido, como por ejemplo un *community manager* que debe redactar *copys,* que son mensajes para transmitir a través de las redes sociales o un periodista que debe redactar los sucesos noticiosos acaecidos durante el día o aquella persona que lleva un blog para llevar información a su comunidad, así como millones de casos más que a través del tiempo, incluso de forma innata han usados estas técnicas tradicionales para la redacción de contenidos.

Algunas de estas técnicas son:



Si bien estas son sólo algunas e incluso las mismos pudiesen ser desarrollados en una escritura creativa, pero han sido estas algunas de las técnicas tradicionales desarrolladas a través del tiempo por conocedores y neófitos de la escritura para la construcción de diferentes textos.

1. **Género narrativo creativo**



La narrativa, es la base del género, consiste en contar creativamente historias del mismo autor o de otras situaciones y personajes sin relación a su vida o cotidianidad de forma armónica, libre y creativa. Incluyendo elementos atractivos en cada oración o frase, imprimiendo en estas una emotividad o una forma de poder vivir o sentir estos escritos.

**Técnicas y estrategias en la creatividad narrativa**

Con el fin de potenciar al máximo la narrativa creativa, se usa un conjunto de técnicas o herramientas que facilitan llegar a la historia, de una manera natural y cumpliendo el objetivo. Se sugiere partir del conocimiento y aplicación de saberes como gramática, sintaxis y tener claridad de las fases de la escritura y hacer ejercicios para afianzar cada una de ellas: elaborar la idea inicial, hacer un borrador de varias ideas anexas, escribir técnicamente, hacer una revisión y ajustar o reescribir el texto.



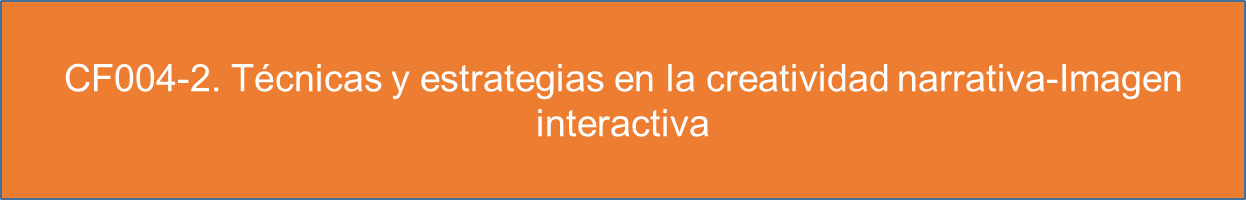
La creatividad está asociada a la fluidez y flexibilidad en la escritura demostrada en la capacidad de planificar el escrito para lo cual debe partir de un listado de ideas para jerarquizar de acuerdo con las variables como intención o población objetivo.

Según el listado de ideas, se seleccionan de forma concreta y organizan desde la idea inicial y las secundarias para la estructura del escrito que desemboca en la elaboración de los párrafos que se escriben de forma conectada, cohesiva y coherente precisa cronológicamente en la que se usan recursos como la formulación de una hipótesis la cual se comprueba durante el escrito.

Este momento necesita de originalidad y paciencia en la redefinición permanente y ajustes de acuerdo con factores como claridad y concisión. La corrección es una acción permanente en un escrito, reescribir y estar en ese proceso cíclico ayuda a tener un documento de calidad.

En el proceso de la escritura creativa se presentan inconvenientes que van desde el desconocimiento de las técnicas escriturales hasta el bloqueo de ideas por falta de claridad en el tema y otros aspectos.

Para solucionar estas situaciones técnicamente, existen un conjunto de técnicas que ayudan al desarrollo creativo como:



**Desarrollo de la creatividad narrativa**



La narrativa se desarrolla de acuerdo con principios relacionados con la creatividad, los textos están escritos en prosa propiciando amplitud de la descripción detallada en la historia. También, el verso, aunque menos usado, hace parte de la narrativa, aunque esta, limita la descripción. Pero es importante saber que es una habilidad que hay que entrenar y desarrollar a través del tiempo.

El objetivo es comunicar por medio del relato o de una serie de acontecimientos, historias que se compongan de un narrador, personajes, el espacio, escenario o ambiente, el relato y el estilo de narración. Para desarrollar la historia casi siempre se inicia por la presentación de los personajes y el lugar donde se desarrollan los hechos y a continuación el desarrollo de los hechos en un nudo o momento de tensión que se cierra con el desenlace o fin de la historia, pero aun, así como su nombre lo indica en la creatividad siempre puede haber un estilo diferenciador o nuevo.

La narración se hace generalmente en tercera persona, sin embargo, se puede realizar en primera o segunda persona. Igualmente, el narrador puede estar integrado o no entre los personajes. La narración hace parte de la comunicación escrita y en diferentes tipos de diálogos relacionados con el teatro, el cine, las historietas y en los formatos televisivos en las telenovelas, modalidades de transmisión de contenido e información innovadoras del siglo XXI, en la que no se puede dejar a un lado lo concerniente al contenido para la web e internet.

**Pensamiento visual y narrativa**

El siglo XXI trae consigo novedades en todas las disciplinas y saberes, donde la escritura no fue la excepción.

El desarrollo de las artes con base en lo visual generó técnicas como el Pensamiento Visual o *Visual Thinking* que consiste en pasar las ideas a imágenes y gráficos para transmitir mensajes o manejar información.

La representación de ideas y conceptos en gráficas, fotos e imágenes hace en curso dentro de las herramientas de aprendizaje más usadas y es común ver la propuesta en infografías, mapas de procesos, organizadores de información gráfica entre otros y afirman los expertos que ha calado porque es muy innato del ser humano en sus expresiones el interés por la imagen ya sea en video o estática.

El pensamiento visual trae consigo otras herramientas como la Grabación Gráfica o *Graphic Recording* que ayudan a la sistematización o síntesis de la información con amplitud de opciones que, como el dibujo, la fotografía, el video, los audios, generan una gama de formas narrativas que exploran otras habilidades.

Transmitir ideas de forma dinámica, concisa y clara es un apoyo en el entorno educativo, artístico, comercial y permea los mensajes y la forma comunicativa de todas las generaciones flexibilizando el trabajo en equipo y los lenguajes, ya que está comprobado que el contenido digital genera motivación e impacta la mente humana haciendo parte de las nuevas propuestas de marketing y de otras actividades del ser humano.

El paso de la narración literaria a la narración visual es un fenómeno reconocido en la fuerza que toma la ilustración y la imagen en el hecho de contar historias en otras formas de escritura, lo que es un reto para el guía que además de integrar estas formas de comunicación en la presentación de recorridos.

Se aconseja que el guía apropie rápidamente dentro de la narrativa creativa las herramientas del pensamiento visual incluyendo los aprendizajes relacionados con ver, imaginar y mostrar. Ampliar sus narraciones y asumir las propuestas del pensamiento visual diversificando la comunicación. Aprender sobre la función de lo visual en la narración convirtiendo esta actividad en un arte; desarrollar competencias de pensamiento visual, la comunicación visual, la creación y desarrollo de ideas integrando la imagen, la iniciativa e imaginación en propuestas narrativas que despierten interés y motivación en diferentes canales y medios teniendo en cuenta la percepción y el estudio de emociones y el cerebro humano.

1. **Texto narrativo creativo**

Toda expresión escrita que tiene como esencia la creatividad e imaginación pertenece a la familia de la escritura creativa que cuenta con tres recursos narrativos: descripción, secuencias de acción y diálogo.

Las formas del texto narrativo que requieren creatividad son variadas, sin importar si se escriben en prosa o verso, cada una tiene espíritu propio, es decir, cuenta con características que la definen, entre ellas se enlistan:

* Las poesías.
* Los cuentos.
* El teatro.
* Los guiones.
* Las novelas.
* La leyenda
* El mito
* La biografía
* El periodístico: crónica, noticia

Las historias pueden tener como base la estructura de alguno de los recursos anteriormente mencionados, en importante que el periodo creativo esté acompañado de inspiración y también de técnicas para su desarrollo.

El guía se motiva a la escritura con base en lecturas de historia, geografía, cultura y otros temas para que el guion o texto que necesite elaborar este acorde con el público objetivo y el contexto en donde va a ser relatada.

El conocimiento de las técnicas de escritura, arriesgarse a crear, hacer paneo de emociones y tener creatividad hacen parte de las cualidades para innovar de forma escrita.

**Componentes de la narrativa creativa**

Para el desarrollo de escritura creativa se hace indispensable tener en cuenta el concepto de género pues cada uno tiene una característica que lo define, recordando que, la estructura de un escrito es común a varios géneros, pero que específicamente en la narración se integran los componentes necesarios para que la historia sea contada con calidad y técnica.

Los componentes de la narración los podemos ver a continuación, en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Componentes de la narración*

| COMPONENTES | DEFINICIÓN/FUNCIÓN | CONSISTE EN |
| --- | --- | --- |
| El Narrador | No es lo mismo que el autor. Su función es llevar el ritmo de la narración, el que es variado. | -Narrador omnisciente: usa estilo de narración en tercera persona; él conoce a los personajes y sus pensamientos, así como su pasado, presente y futuro y hasta los deseos más íntimos.  -Narrador testigo: cuenta la historia como espectador y en ocasiones como protagonista secundario, él estuvo allí como observador y, no necesariamente como participante, utiliza el monólogo interior.  -Narrador protagonista: narra la historia como personaje principal, es decir en primera persona, narra los hechos vividos personalmente. |
| Los Personajes | Seres reales o imaginarios que están en una obra. | -Protagonista o personaje principal de la obra.  -Antagonista o personaje de oposición al protagonista: lo enfrenta, necesario para que haya conflicto.  -Secundario: es importante mas no imprescindible, acompaña la acción y ayuda a la realización de la historia.  -Nominal: corresponde a aquellos personajes de fantasía, son nombrados en el texto sin participación en la trama. |
| Los Tiempos | Es el referente histórico, de momentos con elementos sociales o culturales | -Tiempo Cronológico o propio de la historia: es la línea que corresponde al tiempo real, al paso de las horas, los días; también se da con fechas específicas.  -Tiempo Psicológico o tiempo del relato: difícil de determinar con claridad cuánto tiempo transcurre. Generalmente ocurre en momentos de angustia o dolor, o al evocar tiempo pasado por un recuerdo y es difícil identificar cuánto tardó dicho recuerdo. |
| La Secuencia | Hilo narrativo, orden de los hechos | -Lineal: aparece cuando la narración sigue un orden lógico de aparición de los hechos. Por ejemplo: nacer, crecer, morir. Un terremoto, destrucción, auxilio y reconstrucción.  -Perturbada: este tipo de secuencia se da cuando el orden lógico se encuentra alterado. En el ejemplo anterior, sería si se empieza con la reconstrucción y luego la narración se va devolviendo al momento del terremoto. |
| Los Registros narrativos | Son los usos del lenguaje que el narrador registra en sus personajes, sirve para dar veracidad al relato | -Culto: utiliza lenguaje elevado propio de personas letradas.  -Vulgar: uso de palabras comunes y parte de la sabiduría popular.  -El poético: uso de versos y figuras literarias.  -El técnico: uso de términos propios de alguna profesión.  -El campesino: uso de palabras costumbristas o propias de su cotidianidad. |
| Los Estilos Narrativos | Formas en que el narrador expone lo hablado | Directo: reproduciendo las palabras textuales, tal y como están escritas para el personaje; indicada por la marca textual del guion de diálogo o las comillas.  El guion muestra las palabras exactas del diálogo entre los personajes. Las comillas, representan los monólogos o soliloquios y también la citación de palabras exactas de una tercera persona, cuando se requiere.  Indirecto, se usa cuando se cuenta lo que otro dijo, pensó o murmuró, de manera indirecta. |
| Los Espacios | Son los diferentes niveles, sitios o lugares de una obra literaria que se caracteriza por ser pluriespacial. | -Físico o real: donde se desarrollan los hechos.  -Ético: los valores o la carencia de ellos según el texto.  -Social: clases sociales reflejadas en la obra.  -Económico: descripción estatus económico.  -Político: papel de la política en el texto.  -Legislativo: leyes que gobiernan a los personajes.  -Religioso: creencias, ritos religiosos de algún tipo, estos se analizarán en este espacio.  -Ecológico: puede ser que una obra describa el contexto natural en el que se dan las acciones, esto permite referirse a la ecología.  -Hay otros como simbólico, abierto, cerrado y utilitario. |

1. **Técnicas de redacción creativa**

Para abordar las técnicas de redacción creativa, es importante primero poder abordar algunos conceptos, reglas y recomendaciones que nos permitirán tener un mejor desarrollo de los contenidos a redactar y las cuales desarrollaremos.



**Gramática y semántica**

Igual que cualquier otro texto, la narración requiere del seguimiento de reglas y normas de gramática y semántica para darle calidad al producto creativo.

La gramática es lo que se define como las reglas ortográficas y que dan claridad y corrección a los textos o al habla. Y la semántica, es la que permite identificar los patrones lingüísticos, los temas y atributos del escrito permitiendo la simplificación de este y por ende la comprensión de lo que leemos o escuchamos. Todos los idiomas cuentan con las reglas o instrucciones válidas para cada una, esta es la sintáctica y tiene que ver con el componente gramatical de escribir correctamente las palabras y al significado que le encontramos a este orden, se le define como semántica.

La semántica tiene dos componentes llamados denotación, es decir el significado de las palabras, el sentido de lo oficial que es evidente por el diccionario y el de connotación que dependerá del lenguaje coloquial o popular como parte de un costumbrismo. Como la semántica se basa en estructuras lingüísticas puede tener conceptos asociados a la lógica, la cognición y por supuesto al lenguaje en donde la semántica es una cuestión de significado, definida por la sintaxis y la pragmática.

Es importante de acuerdo con el idioma y el público objetivo, tener en cuenta las normas lingüísticas acompañadas de las técnicas de redacción hacen que el lenguaje oral o verbal, sea comprensible y cumpla con el objetivo comunicativo según la intención del mensaje.

En las técnicas de redacción definir o caracterizar las diferencias entre narrar, exponer, argumentar, dialogar o resumir. La precisión, la prudencia y la empatía son necesarias para el buen desarrollo de la escritura. Para escribir mejor se debe empezar por obtener un alto nivel de lectura, lo cual se desarrolla con el hábito, además de esto, se debe tener en cuenta:

* Adquiera el hábito de escribir y corregir los textos.
* Escribir guardando las normas ortográficas.
* Leer lo que se escribe identificando tipos, cacofonías y otros errores sencillos para corregirlos.
* No hay que confiarse de los correctores de textos, hay que revisar varias veces.
* La revisión debe incluir puntuación.
* Tenga en cuenta no usar palabras en otro idioma si estas existen en español.
* Estar al tanto de nuevas palabras y las que van en desuso o desaparecen, consultando siempre en la Real Academia Española (RAE)

**Las normas ortográficas**

Corresponde a las correcciones para tener en cuenta en la escritura. Estas reglas y su uso dan calidad y claridad textual. A continuación, veremos algunas de las normas básicas de la RAE para una ortografía básica para tener en cuenta.

Si bien hay muchas normas para conocer y desarrollar veamos a continuación algunas sobre acentuación y el uso de correcto de algunas letras, comencemos con las normas de acentuación:

**Tabla 2**

*Normas de acentuación RAE (2010)*

| Acentuación | | |
| --- | --- | --- |
| solo | No debe tener tilde nunca cuando no hay riesgo de ambigüedad. Cuando hay riesgo de ambigüedad y es adverbio, se desaconseja la tilde y en su lugar se prefieren las formas sinónimas únicamente o solamente. | Solo adultos  Metió solamente un gol |
| este, esta, estos, estas, ese, esa, esos, esas, aquel, aquella, aquellos, aquellas | No debe tener tilde nunca cuando no hay riesgo de ambigüedad. Cuando hay riesgo de ambigüedad y es pronombre, se desaconseja la tilde. | Esta es bonita, aunque prefiero aquella |
| Monosílabos | Los monosílabos ortográficos no se tildan nunca, salvo en los casos de tilde diacrítica. En concreto, ya no se tildan las palabras en las que todas sus vocales forman un diptongo o un triptongo ortográfico (antes se admitía como excepción). | guion, Sion, ion, prion, truhan, frio, friais, lie, lio, liais, hui, huis (y no guión, Sión, ión, prión, truhán, frió, friáis, lié, lió, liáis, huí, huís) Con voseo: fias, lia (y no fiás, liá) |
| o entre cifras | No se tilda nunca, pues el riesgo de confundir la letra o con el 0 (cero) es mínimo. Recuérdese que ante un número que empieza por o se convierte en u. | 4 o 5  23 o 24  79 u 80 |
| ý | Se acentúa la letra y en nombres de ortografía arcaizante donde tiene el valor de la vocal i, si le corresponde por las normas generales. | Ýñigo, Aýna |

También como indicamos veamos a continuación otras normas ya relacionadas con el uso de determinadas letras.

**Figura 3**

*Normas de uso de letras RAE (2010)*

| Letras | | |
| --- | --- | --- |
| h | En las palabras que se pueden escribir con hache o sin ella, se prefiere siempre la forma sin hache, con independencia del uso. | ala, ale, alacena, alelí, armonía, arpa, arpillera, atajo, boardilla, baraúnda, desarrapado, ológrafo, sabiondo, uy |
| g, j | En los préstamos en los que la g y la j tiene un sonido parecido al de y, se recomienda adaptar bien la pronunciación, bien la escritura. | banjo, júnior, mánager pronunciados [bánjo], [júnior], [mánajer] banyo, júnior, mánayer |
| w | Se admite la w en préstamos, letra que se considera preferible en las voces en las que su uso está asentado. Por tanto, no necesitan cursiva. | kiwi, sándwich, web, wéstern, taiwanés, kuwaití |
| k | En préstamos, se prefiere conservar la k en las palabras que se usan mayoritariamente con ella. | alaskeño, askenazi, bikini, euskera, harakiri, kamikaze, karst, kimono, kurdo, moka, musaka, póker, uzbeko Irak, Alaska, Marrakech, Pakistán |
| c, qu | En préstamos, se prefiere la forma adaptada con c o qu cuando es mayoritaria en el uso. | caqui, cuáquero, iraquí, neoyorquino, polca, queroseno, quiosco, quiosquero, telequinesia, valquiria Tanganica, Turquestán |
| qa, qe, qi, qo, qu | Se recomienda cambiar las combinaciones qa, qe, qi, qo, qu en nombres comunes adaptados y macrotopónimos a ca, que, qui, co, cu, cuando tienen estos valores. En el resto de los nombres, se pueden conservar. | cuórum, exequátur, cuadrivio, cuark, cuásar, catarí Catar (se prefiere a Qatar) Al Qaeda |
| y final tras vocal | Como norma general, se prefiere -ay, -ey, -oy, -uy en estos diptongos a final de palabra, aunque hay excepciones en préstamos donde se escribe -ai, -ei, -oi, -ui. Cuando ambas formas son válidas, se prefiere la mayoritaria en el uso. | carey, yóquey, tepuy, jagüey agnusdéi, saharaui bonsái, paipai, samurái, tipoy |
| y final tras consonante | Al adaptar extranjerismos que terminan en consonante + y, esta se transforma en i. También se escriben con i latina final los hipocorísticos. | bodi, curri, ferri, panti, rali, sexi Mari, Cati, Toni, Dani |
| y medial | En préstamos, y pasa a i cuando tiene este valor de vocal. Se recuerda que también se cambia al formar el plural de algunas palabras que terminan en vocal + y. | lycra, géiser, aimara gais, yoqueis, jerséis |
| ng final | Se recomienda suprimir la g final al adaptar palabras terminadas en -ng. El diccionario académico recoge como casos excepcionales fang, gong y yang. | cáterin, campin, casting, esmoquin, márquetin, piercing, parking, pudin o pudín |
| ps inicial | El uso culto sigue prefiriendo la grafía con ps- inicial, aunque en todos los casos se admiten las formas con s-. | psicología, psicosis, psiquiatra, pseudoprofeta, psoriasis, seudología, seudónimo, seudópodo |
| Derivados de nombres propios | En los derivados de nombres propios se conservará la escritura del nombre del que procede. Esta norma no se aplica a los nombres comunes que han pasado a designar objetos, enfermedades, productos... | beethoveniano, picassiano, taylorismo, shakespeariano, darwinista pero alzhéimer, boicot, jacuzzi, zepelín o zeppelin |

Estas son sólo algunas normas extraídas de la última actualización en ortografía, publicada por la Real Academia Española en 2010. Para poder ver todas e información adicional sobre la ortografía te invitamos a revisar el material complementario relacionado a Técnicas de Redacción Creativa.

1. **Escritura creativa**

La escritura creativa es aquella que posee sus propias características y formas, ubicándose muy aparte de la escritura periodística, académica, técnica, o literaria. La escritura creativa es original y única, lo que hace que se aleje sustancialmente de las escrituras convencionales existentes.

Esta escritura permite crear, inventar, y mostrar temas novedosos, que buscan cumplir con un objetivo, buscando a través de su originalidad captar la atención del receptor y causar en éste un efecto que lleve a la vivencia de momentos o generar experiencias.

Veamos a continuación, varios elementos de la escritura creativa:



El proceso creativo está relacionado con dos aspectos humanos: el cerebral y la habilidad o chispa creativa, que técnicamente, se convierte en la forma creativa de expresar de forma escrita o verbal.

Los expertos sustentan que el proceso creativo necesita de un desarrollo técnico con las siguientes recomendaciones y tips a tener en cuenta para lograr un efecto con sensaciones a quien lo escuche o lea:



Cada técnica necesita de unas acciones concretas, en el caso de la escritura, debe seleccionarse el tiempo o una franja diaria, en un lugar con luz, ambiente cómodo y tener cerca lo que genera inspiración; dicen los expertos que la practica hace al maestro, aprovechar los tiempos libres, escribir diariamente y usando normas gramaticales y estructuras semánticas es una ayuda para desarrollo de la habilidad; igualmente, la lectura de textos de autores reconocidos y de los temas a escribir, ayuda a la estructuración semántica y creativa de fluidez.

Depender de la inspiración puede ser poco efectivo, siempre tenga a mano una libreta y escriba ideas que ayuden a la elaboración del texto, igual, el ejercicio permanente de pensar y escribir genera la posibilidad de riqueza textual y variada; el plan de escritura y ordenamiento de un texto en una línea temporal y que permita definir el nudo o situaciones de la historia, esto dará coherencia y cohesión al texto. La metáfora, paradoja, ironía entre otras figuras literarias le da belleza, sorpresa y pertinencia al escrito, evitar siempre los adjetivos o palabras exageradas o enfáticas que no aportan a la historia.

El lector o receptor, sus expectativas y necesidades deben ser parte del escrito o la historia, así se conecta con el escrito y desde luego que la empatía, ayuda a crear personajes y situaciones comprensible y reales para él.

Finalmente, el proceso creativo y los pasos para armar una historia o relatar un suceso necesita de un camino metodológico que además permita llegar al reconocimiento de la propia posibilidad de desarrollar la escritura, paso a paso, de forma atenta y dedicada.

Cada etapa del trabajo es crucial para llegar al resultado:

****

**Marketing de contenidos para el turismo**

El marketing o técnicas para comercializar productos y servicios, hace parte de la creatividad y saberes que en el turismo se desarrollan habitualmente.

Los estudiosos del marketing y sus estrategias sobre contenidos recomiendan que al implementarlas los contenidos e imagen deben ser equilibrados, claros y de impacto para aprovechar las numerosas ventajas de la internet, como:



Todo lo anterior reafirma la importancia de la escritura creativa en procesos como el marketing que se pueden publicar en diferentes tipos de canales como:

* Blog
* E-books
* Newsletter
* Videos
* Infografías
* Podcasts

***Storytelling, storyscaping, storydoing***

Las técnicas para materializar la escritura creativa no solo en marketing si no en otros escenarios como el de generar experiencia cliente en el turismo se diseñan al tener en cuenta que, desde la generación de ideas hasta la divulgación, el lenguaje inspirador es esencial. Relacionado a que el marketing incluye la emoción como parte del objetivo, creando vínculos afectivos entre todas las personas o clientes, para volverlos protagonistas de las historias por lo que el uso de técnicas que lo permitan como el *storytelling, storyscaping, storydoing* están de moda, haciendo parte de la forma de presentar contenidos de la narrativa creativa o *branded content*.

El *storytelling*, es una palabra del idioma inglés compuesta por: “*story*” que traduce historia y “*telling*”, que traduce contar. Varios autores concuerdan que es un arte que a través de la creación, descripción**,** desarrollo y adaptación de historiasque se escriben con elementos de la narrativa como personajes, contextos o ambientes, nudo o conflicto y un mensaje o moraleja, cuentan con una estructura que presentan el inicio, medio y fin, de un relato, con el objetivo de enclavar un mensaje llevando a la conexión con el receptor, lector u oyente a nivel emocional, concepto que es propicio porque el guía, es un facilitador de experiencias.

La originalidad o impronta personal de quien la realiza o sea el autor se deriva de la experiencia y la perspectiva con que éste la narra permitiendo que las buenas historias conduzcan al público a lo largo de una jornada y que ésta sea inolvidable.

Los elementos del *storytelling* como técnica de narrativa creativa son:

**Tabla 4**

*Elementos del storytelling*

| Mensaje | El mensaje está compuesto por dos partes:   * *Story*: la historia y el mensaje que serán transmitidos. * *Telling*: la forma como ese mensaje es presentado.   Se usan buscando equilibrio lingüístico en el texto y estos componentes, en otras palabras, si el mensaje es fuerte, puede surtir el efecto aun teniendo un *telling* débil; de otra parte, si el *telling*, es débil o plano difícilmente se salvará el mensaje, pese a que se utilicen técnicas de calidad. |
| --- | --- |
| Personaje | El personaje, puede ser real o ficticio, pero es en quien recae toda la acción de la historia. |
| Ambiente o contexto | Puede ser real o ficticio, es el lugar donde sucede la historia. Es importante hacer una excelente descripción para posibilitar que el lector, oyente o receptor vivencie la historia y el momento lo más cercano posible. |
| Trama/Nudo/Conflicto | La trama, nudo o conflicto es el elemento que atrae y atrapa el interés del lector, oyente o receptor. Se afirma que es el desafío motivante del receptor, lo mantiene atento y al integrarse disfruta de toda la jornada.  Este elemento debe ser elaborado con calidad, profundidad y evitando una solución facilista, pues esto crea desconexión con el lector, oyente o receptor. Por lo tanto, la trama, nudo o el conflicto debe ser elaborado de forma compleja, con expectativa para mantener la atención durante el desarrollo de las actividades y dejar sensaciones variadas hasta mucho tiempo después. |

El *storyscaping* busca conectar al receptor con una historia, esta técnica pretende que el lector, oyente o receptor viva la historia, se busca un mundo en el que el receptor no solo participe y se relacione sintiéndose identificado, sino que es protagonista y parte importante de la historia, la puede ayudar a construir o deconstruir, se apropia de ella. En cuanto al uso en el marketing, Darren McColl y Gaston Legorburu – 2014, sostienen que:

| “*Storyscaping: Stop Creating Ads, Start Creating Worlds*”  "*Storyscaping*: deje de crear anuncios, comience a crear mundos" |
| --- |

De otra parte, la técnica *storydoing* aplicada en el turismo tiene como objetivo permitir que el viajero tenga contacto con otras cotidianidades diferentes a la suya y otorgar la oportunidad de que sean transformadas en experiencia de vida. Este renacimiento del turismo hacia la construcción y mejora de la identidad del viajero se edifica a través de sentir nuevas emociones, lo que implica que las historias y experiencias se diseñan desde la base personal de la percepción creada en la mente del turista como respuesta a la comparación entre las expectativas del viaje o imaginario y su experiencia concreta, es decir, la experiencia realizada.

Esta técnica es efectiva para el desarrollo en la concepción del turismo alternativo puesto que desde este enfoque el turista deja de ser un *sujeto pasivo* para convertirse en activo, al interactuar con el entorno que visita convirtiendo esta, en una experiencia única y totalmente emocional.

El *storydoing* (*story*: historia – *doing*: haciendo) es interactividad pura, pues se reconoce que transmitir una historia y unos valores y hacer que el participante empatice con ella (*storytelling*), llevando a la demostración de las ventajas sobre migrar a la acción incluyente en donde el receptor puede ser protagonista y ser parte de la historia, haciendo historia (*storydoing*).

Existen diferencias a tener en cuenta:

| *Storytelling* | *Storydoing* |
| --- | --- |
| Simplemente cuenta una historia al receptor | Crea experiencias para el receptor |
| *Storytelling* busca contar historias | *Storydoing* las lleva a cabo |

1. **Derecho de autor**

En los últimos años es conocido en todos los escenarios el uso de las normas APA (American Psychological Association) para la presentación de trabajos con una estructura universal para publicaciones, lo que permite que el siglo XXI presente de manera prolija, alta producción académica y de calidad. 

El guía de turismo no es ajeno al uso de las normas para presentar trabajos, así como tampoco se distancia de la necesidad de que todo trabajo escrito, investigación, guion entre otros, no esté exento de la aplicación y cumplimiento de las normas legales sobre derechos de autor.

La norma APA integra en sus parámetros, el lineamiento para citar material que requiere protección de acuerdo con la clase o tipo según el documento. Dentro de los conceptos a tener en cuenta se habla del poseedor de la obra con derechos exclusivos, por ejemplo, que permite que la producción pueda ser comercializada en una parte o todo el contenido. La diversidad y amplitud de la protección de derechos de autor está definida a tipos de producciones como los trabajos audiovisuales, programas de televisión, películas, videos online, las composiciones en música o grabaciones de sonido, conferencias, artículos y libros. El arte está incluido en obras de teatro o musicales, carteles y anuncios publicitarios, cuadros y todo tipo de trabajo visual.

El derecho de autor o *copyright* y *copywriter* con intencionalidad de vender, divulgar o promocionar en la web, es universal, cada país tramita su legalidad a través de decretos y resoluciones que describen su regulación de acuerdo con tratados internacionales, de hecho, la Constitución de los países en general, cuentan con un articulado sobre la protección a la propiedad artística o literaria.

Entre los aspectos para tener en cuenta para aplicar los derechos de autor se encuentran:

* Aprender a citar una fuente o referencia según las normas de APA
* Leer e interpretar los avisos legales que presentan la delimitación o condiciones
* Respetar el contenido original
* Conocer la ley y cumplirla, el no hacerlo puede llevar a sanciones pecuarias e inclusive la cárcel
* Identificar reglamentación de registro de marcas y patentes, hace parte de la profesionalidad
* Cumplir con los derechos de autor incluido en el internet

El manejo y uso de la información en la web cambia a medida que la seguridad se ha convertido en el factor más importante de la comunicación digital. La protección de datos como práctica natural y normal del ejercicio de recopilar información de otro, es parte del reto de la comunicación en internet, por lo que hay que tener en cuenta cuando se recoge información por formularios digitales, tener en cuenta la legislación al tratamiento de datos e incluir anotaciones igualmente, aclarando las condiciones de este manejo; pasa igual con fotografías, audios y videos con personas especialmente, menores de edad, la cual tiene una reglamentación estricta a tener en cuenta como la autorización de mayores responsables de los niños que firman autorización para que la imagen de ellos pueda ser publicada o divulgada abiertamente.

Las publicaciones por Facebook Ads o Ad Manager o lo relacionado con mejoramiento de las marcas y marketing digital mediado en canales como YouTube, Twitter, Tik Tok, o Instagram, tienen condiciones de uso que deben ser conocidas para no contravenir las leyes, al usar texto en la web para promocionar productos o servicios empresariales, además de tener buena gramática la publicación debe ser apropiada a la audiencia y con alta credibilidad, también el dosificar la información es respetuoso con los usuarios, así como no utilizar lenguajes muy estilizados o con vocabulario de difícil comprensión.

El éxito de los mensajes también dependerá de usar los famosos mecanismos cerebrales que permite que el cliente potencial decida rápido por la compra u obtención de su interés, estos tips comunicativos se aplican con ejercicios que el diseñador del mensaje realiza teniendo en cuenta que los mensajes se basan en la comprensión del público objetivo. Es indispensable usar técnicas como *storytelling* o historias de la empresa y clientes, compartiendo experiencias como miedos, angustias, desafíos o conquistas que conectan con los clientes potenciales.

Los estilos de citación y referenciación están marcados por las normas APA, como anteriormente se afirmó, al hacer uso de información que se ha obtenido de otros autores, es ético, responsable y legal reconocerlo como referente. Por esta razón en la elaboración de un trabajos académicos o científicos se requiere de la inclusión de una bibliografía sistemática y estructurada, es la que se incluyen dos elementos fundamentales:

**Figura 1**

*Elementos estructurados de citación autores*

Finalmente, hay que recordar que:

| 1.El derecho de autor ampara obras, no ideas | 5.Los derechos de autor patrimoniales son los que se ceden por reproducción, adaptación o publicación |
| --- | --- |
| 2.Crear una obra de cualquier tipo ya es derecho del autor | 6.Es diferente ser dueño de una obra que tener derecho de autor |
| 3.Las creaciones colectivas de personas naturales tienen el derecho de autor | 7.Es importante utilizar con autorización los trabajos de otros |
| 4.Si cede a derechos de autor legalice los fines, usos y aplicaciones para la obra | 8.El derecho de autor rige para actividades creativas no en realizaciones técnicas |

1. **SÍNTESIS**

A través del siguiente diagrama podremos observar una organización gráfica de la composición del texto narrativo, donde sintetizamos toda la información relevante, desarrollada a través del componente formativo:

**Diagrama

Descripción generada automáticamente**

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| --- | --- |
| Nombre de la actividad | El discurso eterno |
| Objetivo de la actividad | Identificar que un discurso puede realizarse con cierta facilidad, pero no siempre el decir algo, da propósito, utilidad y significado a lo que se dice. |
| Tipo de actividad sugerida |  |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Actividad didáctica 1\_CF004.docx |

l

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del recurso o  archivo del documento o material |
| --- | --- | --- | --- |
| 3. Texto narrativo creativo | Grapsas, T. (2020) *Marketing de contenidos para el turismo, ¿Ya sabes cómo aplicar la estrategia para el sector?* | Blog | <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos-para-el-turismo/> |
| 4.Técnicas de redacción creativa | RAE (2010) *Novedades de la Ortografía de la lengua española* | Guía | <https://www.rae.es/sites/default/files/Principales_novedades_de_la_Ortografia_de_la_lengua_espanola.pdf> |
| 4.Técnicas de redacción creativa | RAE (s.f.) *Ortografía Esencial* | Guía | <https://www.rae.es/sites/default/files/Ortografia_Esencial_0.pdf> |
| 5. Escritura creativa | Álvarez, M. (2008) *Escritura creativa. Aplicación de las técnicas de Gianni Rodari* | Artículo | <https://www.redalyc.org/pdf/356/35614571010.pdf> |
| 7. Derechos de autor | Jaramillo, A. (2010) *Manual de derecho de autor* | Manual | <http://derechodeautor.gov.co:8080/documents/10181/331998/Cartilla+derecho+de+autor+%28Alfredo+Vega%29.pdf/e99b0ea4-5c06-4529-ae7a-152616083d40> |

1. **GLOSARIO**

| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| --- | --- |
| Género | Centrados en su significado en el contexto de las artes: se llama género a cada una de las clases o categorías en que pueden clasificarse las obras de acuerdo con sus características |
| Didáctica | La didáctica, es el área de la pedagogía vinculada a los métodos prácticos de enseñanza. |
| Ortografía | Es el conjunto de normas que regulan la escritura. Forma parte de la gramática normativa ya que establece las reglas para el uso correcto de las letras y los signos de puntuación. |
| Gramática | Es la ciencia que tiene como objeto de estudio a los componentes de una lengua y sus combinaciones. El concepto halla su origen en el término en latín *grammatĭca* y hace referencia, por otra parte, al arte de dominar una lengua de modo correcto, tanto desde el habla como con la escritura. |
| Sintaxis | Proviene del término en latín *syntaxis*, que a su vez deriva de un vocablo griego que se traduce al español como “coordinar”. Se trata de la rama de la gramática que ofrece pautas creadas para saber cómo unir y relacionar palabras a fin de elaborar oraciones y expresar conceptos de modo coherente. |
| Derechos de autor | El derecho de autor está compuesto por normas que protegen los derechos patrimoniales y morales del individuo. Estos derechos incluso se encuentran contemplados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Álvarez, M. (2008) Escritura creativa. Aplicación de las técnicas de Gianni Rodari. <https://www.redalyc.org/pdf/356/35614571010.pdf>

Legorburu, G. y McColl, D. (2014) *STORYSCAPING*. New York Times Bestseller.

Mero, C. (2011) *Empleo de las Tics en la Aplicación de las Reglas Ortográficas en la Escritura de los estudiantes de Educación Básica.* [*http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/123/1/UISRAEL-EC-SIS-378.242-175.pdf*](http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/123/1/UISRAEL-EC-SIS-378.242-175.pdf)

RAE (2010) *Novedades de la Ortografía de la lengua española.* <https://www.rae.es/sites/default/files/Principales_novedades_de_la_Ortografia_de_la_lengua_espanola.pdf>

RAE (s.f.) *Ortografía Esencial.* <https://www.rae.es/sites/default/files/Ortografia_Esencial_0.pdf>

Rosado, J. (2021) Componentes de la narrativa. <https://idoc.pub/documents/componentes-de-la-narrativa-34m7xrmywp46>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) | Tulio Pizarro | Experto temático | Regional Distrito Capital – Centro Nacional de Hotelería | Mayo de 2022 |
| Zvi Daniel Grosman | Diseñador Instruccional | Regional Distrito Capital – Centro de Gestión Industrial. | Mayo de 2022 |
| Carolina Coca Salazar | Asesor Metodológico | Regional Distrito Capital – Centro Diseño y Metrología | Mayo de 2022 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Responsable equipo de desarrollo curricular | Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura. | Mayo de 2022 |
| Sandra Patricia Hoyos Sepúlveda | Corrección de estilo | Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología | Mayo de 2022 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |