

---

Dr. Iván de la Cruz Cuebas  
Horas de oficina: MJ 10:00 AM a 11:30 AM a 1:00 a 2:20 PM PLAZU N Of. 4080B  
Correo electrónico: [ivan.delacruz1@upr.edu](mailto:ivan.delacruz1@upr.edu)

**I. Título:** Redacción para las Relaciones Públicas

**II. Codificación del curso:** REPU 4147

**III. Cantidad de créditos:** tres (3)

**IV. Prerequisitos, correquisitos y otros requerimientos:**

COPU 4136 - Redacción básica para los Medios de Comunicación  
REPU 4018 - Introducción a las Relaciones Públicas y la Publicidad

**V. Descripción del curso:**

Aspectos teóricos y prácticos de las técnicas y estilos de redacción que aplican a los distintos medios de comunicación escrita y oral que se utilizan en las Relaciones Públicas

**VI. Objetivos del curso:**

1. El estudiante aprenderá la variedad de tareas y las destrezas de comunicación que la redacción que realiza un profesional de las Relaciones Públicas.
2. El estudiante conocerá los problemas a los que se enfrenta el relacionista al redactar documentos o material para las Relaciones Públicas.
3. El alumno aprenderá la forma idónea de presentar la información.
4. El estudiante dominará las técnicas de redacción de acuerdo con los diversos trabajos que realiza un/a relacionista profesional.
5. El estudiante se familiarizará con las técnicas de redacción para los medios al igual que para las audiencias especializadas de las Relaciones Públicas.
6. El estudiante se familiarizará con los mecanismos de comunicación que utiliza el relacionista.
7. El alumno conocerá los organismos que rigen algunas publicaciones, como las juntas editoras, cuáles son sus responsabilidades y los procedimientos por los que se rigen.
8. El estudiante conocerá los conceptos y prácticas éticas de la redacción de informaciones para las Relaciones Públicas.

## VII. Bosquejo del contenido y distribución del tiempo:

|    |  |           |
|----|--|-----------|
| A. | Introducción   | 1.5 horas |
|    | 1. Importancia de dominar la redacción para las Relaciones Públicas.                             |           |
| B. | La redacción y las Relaciones Públicas   | 3 horas   |
|    | 1. Definición de conceptos   |           |
|    | 2. Públicos, canales de comunicación   |           |
|    | 3. El papel del redactor   |           |
|    | 4. Los instrumentos del redactor   |           |
| C. | Redacción para distintos tipos de mensajes   | 3 horas   |
|    | 1. Informar  |           |
|    | 2. Persuadir   |           |
| D. | Investigación  | 3 horas   |
|    | 1. Instrumentos  |           |
|    | 2. Fuentes   |           |
| E. | Principios de Redacción  | 3 horas   |
|    | 1. Mensaje   |           |
|    | 2. Audiencia   |           |
|    | 3. Medios  |           |
|    | 4. Elementos   |           |
| F. | Aspectos éticos de la redacción  | 4 horas   |
|    | 1. Reconocer problemas éticos y legales asociados a la redacción para las Relaciones Públicas.   |           |
|    | 2. Códigos de ética  |           |
| G. | Canales de Comunicación  | 1.5 horas |
|    | 1. Selección de los medios más adecuados para llegar de forma efectiva a los públicos objetivos. |           |
| H. | Redacción para los medios  | 6 horas   |
|    | 1. Medios impresos   |           |
|    | 2. Medios electrónicos   |           |
|    | 3. Discursos   |           |
|    | 4. Guiones   |           |
|    | 5. Informes anuales  |           |
|    | 6. Revistas  |           |
|    | 7. Publicaciones- boletines periódicos   |           |
|    | a. Externas  |           |
|    | b. Internas  |           |

|  |         |
|--|---------|
| I. Plegables                           | 2 horas |
| J. Propuestas                          | 3 horas |
| K. "Backgrounders" y "position papers" | 3 horas |
| L. Comunicación en épocas de crisis    | 3 horas |
| M. Carteles                            | 2 horas |
| N. Anuncios institucionales            | 2 horas |
| O. Nuevas Tecnologías                  | 3 horas |
| N. Otros                               | 2 horas |

Total: 45 horas contacto

### Itinerario tentativo

| Semana | Tema   |
|--------|--|
| 1      | Introducción a la redacción para Relaciones Públicas y su importancia                                |
|        | Públicos de la organización, producto, servicio o causa y canales apropiados para colocar el mensaje |
| 2      | El importante rol del redactor   |
|        | Redacción para distintos objetivos de comunicación   |
| 3      | Persuasión e Información   |
|        | Formación y modificación de opinión  |
| 4      | La naturaleza de la persuasión   |
|        | Persuasión y el proceso de comunicación  |
| 5      | Investigación para la redacción de Relaciones Públicas   |
|        | Categorías de investigación y fuentes de información   |
| 6      | Fuentes primarias y secundarias  |
|        | Claridad en la redacción para crear interés<br>Mensaje, audiencia y medio                            |
| 7      | Elementos de estilo  |
|        | Redacción para públicos externos e internos  |
| 8      | <b>EXAMEN PARCIAL</b>  |
|        | El memorando y la carta como piezas de relaciones públicas y su redacción                            |
| 9      | Tipos de memorandos  |
|        | La carta comercial de Relaciones Públicas (Formato y estilo)   |
|        | Tipos de cartas de Relaciones Públicas (Informativa)   |
|        |  |

|    |  |
|----|--|
| 10 | Tipos de cartas de Relaciones Públicas (Solicitar fondos y otros, promocionales, de trámite y de presentación) |
|    | Tipos de cartas de Relaciones Públicas (De respuesta privada, pública y de agradecimiento)                     |
| 11 | Concepto de noticia y comunicados de Prensa (Desplegado) o Noticias (Audio o video)                            |
|    | Comunicado Web y SMR   |
| 12 | Anuncios de Relaciones Públicas  |
|    | Publicidad en función de las relaciones públicas   |
|    | Guías para la redacción de textos publicitarios  |
|    | Anuncios para prensa, radio y televisión   |
| 13 | PSA-Anuncios de Servicio Público   |
|    | Hojas de Datos y los diferentes tipos  |
|    | Artículo de relaciones públicas (Features) y la importancia del “storytelling”                                 |
| 14 | Redactar para medios sociales y el reto del contenido  |
|    | Escribir para “SEO” y la ciencia de la redacción breve   |
|    | Kit de Medios, su propósito y piezas   |
| 15 | Convocatoria a conferencia de prensa   |
|    | Video News Release (VNR)   |
| 16 | Discursos  |
|    | Otras piezas de Relaciones Públicas  |

### VIII. Técnicas instruccionales:

Conferencias, discusión y ejercicios de redacción.

**Texto:** Newsom D y Haynes J. (2017) Public Relations Writing: Strategies and Structures, 11<sup>va</sup> Edición, Boston: Cengage. ISBN-13: 978-1305500006

**Uso del sistema Moodle** – Es requisito la utilización del sistema Moodle para acceder a documentos del curso, tareas y para tomar los exámenes del curso.

## **IX. Recursos de aprendizaje e instalaciones mínimas disponibles o requeridos:**

El estudiante tiene a su disposición todo el material y equipo del Centro de Investigaciones de la Escuela, a la vez que los recursos bibliográficos del Recinto y de la Escuela.

## **X. Técnicas de Evaluación:**

El estudiante se evaluará a base de los trabajos de redacción, proyectos y exámenes que tomará durante el semestre.

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| Asistencia y participación | 25%        |
| Trabajos en clase y tareas | 25%        |
| Examen parcial             | 25%        |
| Trabajo final              | <u>25%</u> |
| Total                      | 100%       |

Habrá evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales.

## **XI. Acomodo razonable**

Aquellos(as) estudiantes que tengan necesidades especiales o que padezcan de condiciones médicas o de algún tipo de impedimento físico, mental o emocional que requiera de acomodo razonable, deberán notificarlo a la mayor brevedad posible a la Oficina del Procurador de Personas con Impedimento del Recinto y a la Oficina de Asuntos Estudiantiles de la Escuela de Comunicación. Los(as) estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el/la profesor(a) al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y equipo de asistencia necesario conforme a las recomendaciones de la Oficina de Asuntos para las Personas con Impedimento (OAPI) del Decanato de Estudiantes.

## **XII. Integridad académica**

La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de

la UPR vigente.

### **XIII. Enfoque de la Escuela de Comunicación sobre Diversidad**

Nos acercamos al concepto de diversidad desde el contexto de nuestra identidad cultural cuya hibridez histórica nos facilita una heterogeneidad intrínseca a nuestra manera de ser y de pensar. Partimos de la convicción de que las diferencias en los seres humanos no pueden constituir desigualdad sino afirmación de identidad individual, derecho adquirido por la propia naturaleza de lo que somos.

Nos guía, entre otros postulados, el artículo 4 de la Declaración Universal sobre la diversidad cultural de la UNESCO (2002) que afirma que “la defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto a la dignidad de la persona humana.”

Fomentamos la comprensión de la pluralidad de identidades en una disposición de inclusión en términos de género, raza, etnia, orientación sexual, religión, modos de pensar y ser, trasfondo cultural, origen nacional, clase social, edad ideología política, etc.

Cumplimos a cabalidad con la Ley 51 del 7 de junio de 1996 que da a las personas con impedimentos el derecho a recibir el acomodo razonable para el desarrollo de sus capacidades y habilidades particulares.

Honramos el artículo 6 del Reglamento de Estudiantes de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras que establece que “no se podrá privar a ningún estudiante, por razón de sexo, raza, origen, condición social, credo político o religioso, del derecho de asociación ni de los servicios y programas que brinda la universidad.”

Por la propia naturaleza de los saberes que investiga y estudia el campo de las comunicaciones, nos guía el interés de fomentar en el diseño curricular la dimensión transdisciplinaria, multicultural e internacional del mismo, estimulando así no solo el conocimiento sino las sensibilidades pertinentes para la comprensión de las diversas identidades que nos definen.

#### **XIV. Sistema de calificación:**

Se utilizará el sistema de calificación cuantificable (calificaciones de la A a la F).

#### **XV. Bibliografía**

Albert, M. (1998) Redacción y Estilo. 5ta Ed. San Juan, Puerto Rico: Editorial Marle. ISBN: 0962793302

**Alexander, B. (2011). *The new digital storytelling*. Santa Barbara: Praeger. ISBN-13: 978-1440849602**

Arroyo Almaraz, I. (2003). *Ética de la imagen*. Madrid: Ediciones del Laberinto. ISBN: 8487482872

Aronson, M., Spetner, D. And Ames C. (2007). *The Public Relations Writer's Handbook*. San Francisco, California: Jossey-Brass. ISBN: 0787986313

Bivins, T. H. (2015). *Mixed Media: Moral Distinctions in Advertising, Public Relations and Journalism* (2nd ed.). New York: Routledge. ISBN: 1138170097

Bivins, T. H. (2013). *Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format* (8th ed.). New York: McGraw Hill. ISBN: 0073526231

Black, S. (2013). *Practice of Public Relations*. New York: Routledge. ISBN: 1136008500

Bobbitt, R. & Sullivan, R. (2013). *Developing the Public Relations Campaign* (3rd ed.). New York: Pearson Higher Education. ISBN: 0205066720

Barre, W. (2014). *Behind the Manipulation: The Art of Advertising Copywriting*. 1ra edición. San Diego: Cognella Academic. ISBN: 163189398X.

**Breakenridge, D. (2012). *Social media and public relations*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education. ISBN-13: 978-0132983211**

Castarphen, M. G. y Wells, R. A.. (2004). *Writing PR: A Multimedia Approach*, 1/e. Needham Heights: Allyn & Bacon. ASIN: B004HOWK1C

Carter, B. y Levy J. (2014). *Facebook Marketing: Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns*, 3ra edición. Indianapolis: QUE. ISBN: 9332539278

Real Academia Española. (2010). *Nueva gramática de la lengua española: Manual*. Madrid: Espasa. ISBN: 8467032812

Green, A. (2010). *Creativity in Public Relations* (4th ed.). London: Kogan Page. ISBN: 0749456507

Hamilton, C. (2014). *Communicating for Results: A Guide for Business and the*

- Professions (10th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning. ISBN: 1111842167
- Jung, Y. (2013). *Basics of Organizational Writing: A Critical Reading Approach*. Bern: Peter Lang. ISBN: 3034311370
- Kerpen, D. (2015). *Likeable social media*. New York: McGraw-Hill. ISBN-13: 978-0071836326
- Larson, C. U. (2013). *Persuasion: Reception and Responsibility* (13th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning. ISBN: 1111349274
- Luttrell, R. (2018). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. 3rd ed. Lanham: Rowman and Littlefield. ISBN-13: 978-1538110782**
- Breakenridge, D. K. (2012). *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*. 1ra edición. Belmont, California: Upper Saddle River: Pearson. ISBN: 0132983214
- Marsh, C., Guth, D. W., & Short, B. P. (2016). *Multimedia Writing for Public Relations, Advertising and More* (3rd ed.). New York: Routledge. ISBN: 1317343875
- Martínez de Sousa, J. (2012). *Manual de estilo de la lengua española: mele 4* (4th ed.). Gijón, Asturias: Ediciones Trea. ISBN: 8497046064
- Merrigan, G. & Huston, C.L. (2014). *Communication Research Methods*. 3ra edición. New York: Oxford University Press. ISBN: 0199338353
- Newsom D y Haynes J. (2017) *Public Relations Writing: Strategies and Structures*, 11va Edición, Boston: Cengage. ISBN-13: 978-1305500006
- Onieva Morales, J. L. (2001). *Cómo dominar la gramática estructural del español*. Madrid: Editorial Playor. ISBN: 8435905039
- Iguina, Z. y Dozier E. (2013). *Manual de gramática: En español*. Boston: Heinle Cengage Learning. ISBN: 1133935591
- Rich, C. (2015). *Writing and Reporting News: A Coaching Method*. 8<sup>th</sup> ed. Boston: Wadsworth Cengage Learning. ISBN: 1305077334
- Smith, R. D. (2012). *Becoming a public relations writer: a writing workbook for emerging and established media*. 4ta edición. New York: Routledge. ISBN: 0415888026
- Sol, R. (1993). *Manual Práctico de Estilo*. Barcelona: Ediciones Urano. ISBN: 8479530200



**Solis, B. y Breakenridge D. (2009). Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media ISBN-13: 978-0137150694**

Treadwell, D. F., & Treadwell, J. B. (2011). Public Relations Writing: Principles in Practice. 2da edición. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. ISBN: 9781412905510

Wilcox, D., Cameron, G. Y Reber B. (2015). Public Relations: Strategies and Tactics. 11<sup>ma</sup> edición. New York: Pearson. ISBN: 013380934X

**Wilcox, D., & Reber, B. (2015). *Public relations writing and media techniques* (8th ed.). Boston: Pearson. ISBN-13: 978-0134010496**

Yale, D. R. y Carothers, A. (2001). The Publicity Handbook: New Edition. New York: McGraw Hill Professional. ISBN: 0071612742

### **Referencias electrónicas:**

APA Style [faculty.buffalostate.edu/smithrd/PRwrite/apa.htm](http://faculty.buffalostate.edu/smithrd/PRwrite/apa.htm)

Public Agenda [www.publicagenda.org](http://www.publicagenda.org)

People Press [www.people-press.org](http://www.people-press.org)

Gallup [www.gallup.com/poll](http://www.gallup.com/poll)

Berkeley Public Library [berkeleypubliclibrary.org/nypf.org/](http://berkeleypubliclibrary.org/nypf.org/)

Sistema de Bibliotecas UPRRP <http://biblioteca.uprrp.edu/>

Real Academia de la Lengua Española <http://www.rae.es/>

Rev. 8/2018