

Sílabo del curso  
**GUIONES**

**COMA 4315**, sección 3  
**Segundo Semestre 2017-2018**  
Días: martes y jueves  
Hora: 9:00 – 10:50 AM  
Salón: ESTRA2

Profesor: Carlos García Arce  
E-mail: [carlos.garcia23@upr.edu](mailto:carlos.garcia23@upr.edu)  
Horas de oficina: martes y jueves 11:00 PM – 12:00 PM o por acuerdo

Número de horas crédito: tres (3)

Prerrequisito: COPU 4355 – Teoría de la comunicación  
COPU 4017 – Introducción a los medios

### **I. Descripción del curso**

Este curso presenta al estudiante los principales aspectos teóricos y prácticos relacionados al análisis, concepción, desarrollo y redacción de guiones para el cine, la televisión, la radio y los nuevos medios. Estudiará el arte y la técnica de contar historias para los medios audiovisuales considerando cualidades como la estructura narrativa, el desarrollo de personajes, el diálogo, el espacio, el tiempo, el punto de vista y el formato. Se enfatizará en las características distintivas de cada medio, las que deben ser consideradas por el guionista al momento de realizar su trabajo. El curso abordará tanto proyectos de ficción como documentales.

### **II. Objetivos del curso**

1. El estudiante reconocerá la importancia del dominio de la palabra escrita como elemento esencial de todo comunicador profesional.
2. Conocerá el papel fundamental del guion en la producción mediática.
3. Identificará y diferenciará los elementos esenciales para la escritura de guiones de radio, cine, televisión y nuevos medios.
4. Estimaré el balance adecuado entre los elementos técnicos y creativos al redactar un guion.
5. Creará o identificará historias y personajes utilizando técnicas de escritura creativa.
6. Diseñará una estructura narrativa coherente y adecuada al escribir el guion de una historia.
7. Evaluará las limitaciones y fortalezas de cada medio para enriquecer así su proceso de escritura.
8. Ponderará la responsabilidad ética del guionista.
9. Redactará guiones para diferentes medios de comunicación considerando los principios básicos de redacción y el estilo de cada medio.

### III. Bosquejo de contenido y distribución aproximada del tiempo

- A. Introducción al rol del guion y el guionista en la producción mediática (6 horas)
1. El cuentacuentos (*storyteller*) en los medios tradicionales y en los nuevos medios: ¿por qué contar historias? ¿para quién? ¿de dónde surgen las ideas?
  2. Las fases de producción del audiovisual y el oficio del guionista
  3. Introducción a los formatos de guion según el medio y la fase de producción. (Ej. guion literario, guion técnico, guion gráfico, guion radiofónico, guion de *comics*, guion de videojuego)
  4. *Transmedia storytelling*, posibilidades narrativas en el siglo 21  
**Lectura: Carlos A. Scolari, *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan* (p.22-38/ Capítulo 1.1) y/o Carlos A. Scolari, *Narrativas Transmedia: Nuevas formas de comunicar en la era digital* (Tema 6 del Anuario AC/E de Cultura Digital 2014)**
  5. Las partes del guion literario
  6. Manejo de programas para redactar guiones (*Final Draft, Celtx*)

- B. Construcción del relato partiendo del largometraje de ficción (8 horas)
1. La estructura dramática en tres actos: la Poética de Aristóteles, el Paradigma de Syd Field y la Pizarra de Blake Snyder  
**Lectura: Syd Field, *Manual del guionista* (p.21-28/ El Paradigma) y/o Syd Field, *Screenplay* (p.15-30/ What is a Screenplay?)**
  2. Estructuras fragmentadas
  3. La estructura narrativa, el viaje del héroe y los personajes arquetípicos  
**Lectura: Christopher Vogler, *El viaje del escritor* (p.44-59/ El viaje del héroe)**
  4. Géneros
  5. Tema
  6. Conflicto
  7. Personajes  
**Lectura: Robert McKee, *Story* (p.100-109/ Structure and Character) y/o Linda Seger, *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente* (p.200-244/ Creación de personajes multidimensionales)**
  8. Espacio y tiempo
  9. Focalización y punto de vista
  10. Diálogo

• **Asignaciones y ejercicios en clase:** Se realizarán asignaciones y ejercicios prácticos en clase con la finalidad de ejercitar el proceso creativo y demostrar la comprensión de los conceptos estudiados.

- C. Guion cinematográfico (6 horas)
1. El proceso: *brainstorm*, *logline*, sinopsis, argumento, escaleta, tratamiento, guion literario
  2. El guion adaptado y el *remake*
  3. Particularidades del guion de cortometraje  
**Lecturas: *The Ultimate Short Film Screenwriting Guide* (selección de artículos)**

<http://www.screenwritingspark.com/the-ultimate-short-film-screenwriting-guide>

- **Trabajo 1:** *Logline*, sinopsis y primer borrador de guion de cortometraje (*deadline*, martes 10 de abril)

#### D. Documentales (6 horas)

1. Modalidades de representación de la realidad  
**Lectura: Bill Nichols, *La Representación de la realidad* (P.65-106/ Modalidades documentales de la representación)**
2. Recursos narrativos fundamentales en el guion documental
3. La propuesta documental
4. El guion de rodaje y el guion de montaje para el documental
5. El iDoc (documental interactivo): nuevas formas de enfocar lo real

- **Trabajo 2:** Propuesta de documental (con guion o estructura) (*deadline*, martes 1 de mayo)

#### E. Guion de radio (6 horas)

1. El lenguaje de la radio: componentes del guion radiofónico
2. Formatos del guion radiofónico
3. El radioteatro
4. El documental radiofónico
5. El *spot* publicitario y de servicio público para radio
6. Alternativas a la radio tradicional: el *podcast*

- **Trabajo 3:** Parte I - Guion para *spot* radial de servicio público (*deadline*, martes 8 de mayo)

#### F. Guion de televisión (12 horas)

1. La mesa de guionistas
2. Modalidades de la serialidad
3. La serie de ficción dramática
4. Escribiendo comedia, el *sitcom*
5. Alternativas a la televisión tradicional: la *webserie*
6. La biblia de un programa televisivo
7. El *pitching* de un proyecto televisivo  
**Lecturas: Serán asignadas de acuerdo a la necesidad del proyecto elegido por el grupo**

- **Trabajo 4:** Se dividirá la clase en varios grupos (mesas de guionistas). Cada grupo creará la biblia de un programa televisivo o *webserie*. Se realizará una sesión de *pitching* de los proyectos. (*deadline* y *pitching*, jueves 31 de mayo)

- **Entrega final Trabajo 1 revisado: Guion de cortometraje y Memoria del proceso creativo en la que se subrayen los conceptos trabajados en clase.** (*deadline*, martes 12 de junio)

### Resumen del bosquejo y fechas de entrega:

Mes	Semana	Temas	Trabajos y fechas de entrega
marzo	1	Introducción/ <i>Transmedia</i>	jueves 15 de marzo – Ejercicio diagnóstico
	2	Construcción del relato	martes 20 de marzo – Ejercicio de observación
	3	Guion cinematográfico/ cortometraje	martes 27 de marzo – <i>Loglines</i> y <i>sinopsis</i> cortometraje
abril	4		
	5		martes 10 de abril – Guion de cortometraje
	6	Documentales	
	7	Documentales	
mayo	8	Guion de radio	martes 1 de mayo – Propuesta documental
	9	Guion de televisión	martes 8 de mayo – Guion de radio
	10	Biblia de serie televisiva	
	11		
	12		jueves 31 de mayo – Biblia de serie y <i>pitching</i>
junio	13		martes 5 de junio - Ejercicio Final
			martes 12 de junio – Guion de cortometraje revisado y Memoria explicativa

#### IV. Estrategias instruccionales

El curso contará con un componente teórico y un componente práctico con elementos de taller creativo. El profesor impartirá conferencias y dirigirá dinámicas enfocadas en desarrollar aspectos relacionados a la redacción de guiones para los diversos medios de comunicación. Los estudiantes realizarán guiones y proyectos afines a la profesión del guionista. Habrá sesiones de análisis y crítica grupal de los trabajos realizados durante el curso.

#### V. Recursos de aprendizaje

Las conferencias serán impartidas apoyadas por presentaciones digitales, escenas de películas, cortometrajes, documentales, series de televisión, *webseries*, programas de radio y *podcasts*. Se utilizará equipo de reproducción de DVD, vídeo proyector o monitor y equipo de sonido. Se utilizará además la internet para visionar recursos en línea y la plataforma Moodle de UPR-RP para facilitar el intercambio de material de estudio.

Se espera que el estudiante pueda completar las tareas y realizar estudio de material audiovisual utilizando tecnologías similares a las manejadas en la sala de clases. Este equipo está disponible al estudiantado en la Biblioteca de la Escuela de Comunicación.

Se demostrará el uso de los programas de redacción de guiones Final Draft y Celtx. Los estudiantes deberán tener acceso a alguno de estos programas. El programa Celtx tiene una versión libre de costo que se puede acceder a través de su página web: <https://www.celtx.com>.

## VI. Estrategias de avalúo y evaluación

Asistencia, puntualidad y participación en clase	10%
Asignaciones y trabajos en clase	15%
Guion de cortometraje	20%
Propuesta documental	10%
Guion de radio	10%
Biblia de serie televisiva y <i>pitching</i>	15%
Guion de cortometraje revisado	15%
Memoria explicativa	<u>5%</u>
Total	100%

Habrá evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales, siempre y cuando se cumpla con el proceso establecido en las políticas institucionales (ver parte IX Políticas institucionales).

## VII. Sistema de calificación

La calificación se basará en el método estándar.

### Escala de calificación:

NOTA	PROMEDIO (%)
A	90-100
B	80-89
C	70-79
D	60-69
F	0-59

La puntualidad y asistencia a clase es obligatoria. Las ausencias frecuentes afectarán la calificación final, lo cual puede redundar en la pérdida total de los créditos del curso. Luego de la tercera ausencia no justificada, se procederá a descontarle al estudiante *tres puntos* por ausencia de su nota final. Luego de la tercera tardanza se procederá a descontarle al estudiante *dos puntos* por tardanza de su nota final. Se tomará asistencia en cada clase.

Los celulares, computadoras, tabletas o dispositivos móviles solo se pueden usar para fines directamente relacionados a la clase en curso. No se permite hablar por celular, *textear* o navegar en internet mientras la clase esté reunida.

Los *deadlines* (fechas límite) de entrega de los trabajos deben ser respetados. Se descontarán puntos del trabajo por entregas fuera de fecha.

Las asignaciones y los ejercicios en clase son obligatorios y no se aceptarán de manera tardía, pues el no presentarlos a tiempo afecta la dinámica del grupo y el proceso creativo de los compañeros. La participación en las actividades creativas, de análisis o crítica es obligatoria y necesaria para cumplir satisfactoriamente con los objetivos del curso.

Todo trabajo debe llevar el nombre completo del estudiante. En caso de entrega digital el nombre del archivo debe incluir el nombre y apellido del estudiante, y el nombre del trabajo (ej. Juan del Pueblo\_guion.pdf). La entrega digital de los trabajos debe hacerse en formato PDF.

El plagio (el tomar oraciones, párrafos o ideas de trabajos hechos por otras personas y presentarlos como propios) o cualquier conducta que represente deshonestidad en su desempeño académico resultará en la no aprobación del curso, en acción disciplinaria de acuerdo a las normas de la Universidad de Puerto Rico o ambas. Si cree necesario copiar textualmente el material de otro autor, cite su fuente adecuadamente.

## **VIII. Responsabilidad Social**

### **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 de 17 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.

## **IX. Políticas institucionales**

1. Aquellos estudiantes que tengan necesidades especiales o que padezcan de condiciones médicas o de algún tipo de impedimento físico, mental o emocional que requiera acomodo razonable, deberán notificarlo a la mayor brevedad posible a la Oficina del Procurador de Personas con Impedimento del Recinto de Río Piedras y a la Oficina de Asuntos Estudiantiles de la Escuela de Comunicación.

2. Los estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el profesor 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.

3. Todo estudiante deberá cumplir con las políticas de la Universidad de Puerto Rico en relación al uso y abuso de drogas y alcohol, hostigamiento sexual, disciplina en el salón de clases, honestidad académica y uso de las tecnologías de información.

## **X. Bibliografía y referencias**

Aristóteles (1948): *El arte poética*, traducción del griego, prólogo y notas de José Goya y Munian, Buenos Aires.

Barea, P. (1992): *Radio: redacción y guiones*. Bilbao, Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.

Carrière, J.C. y Bonitzer, P. (2010): *Práctica del guión cinematográfico*. Trad. Antonio López Ruiz. Barcelona, Paidós Ibérica.

Cooper, P. Y Dancyger, K. (2005): *Writing the Short Film, Third Edition*. Burlington, MA, Focal Press.

Field, S. (1995): *El manual del guionista: Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Trad. Marta Heras. Madrid, Plot Ediciones

..... (1998): *The Screenwriter's Problem Solver: How to Recognize, Identify, and Define Screenwriting Problems*. Nueva York, NY, Dell Publishing.

..... (2005): *Screenplay: The Foundations of Screenwriting Revised Edition*. Nueva York, NY, Delta.

López, N. (2008): *Manual del guionista de comedias televisivas*. Madrid, T&B Editores.

McKee, R. (1997): *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. New York, NY, Harper Collins Publishers.

Miller, W. (1998): *Screenwriting for Film and Television*. Needham Heights, MA, Allyn and Bacon.

Nichols, B. (1991): *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington, Indianapolis, Indiana University Press.

Pope, T. (1998): *Good Scripts, Bad Scripts: Learning the Craft of Screenwriting Through 25 of the Best and Worst Films in History*. Nueva York, NY, Three River Press.

Rabiger, M. (2004): *Directing the Documentary, Fourth Edition*. Oxford, Elsevier, Focal Press.

Rosenthal, A. (2002): *Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Videos, Third Edition*. Carbondale and Edwardsville, Southern Illinois University Press.

Scolari, C. A. (2013): *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto.

..... (2014): *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Anuario AC/E de cultura digital, Tema 6*. Madrid, Acción Cultural Española.

Seger, L. (1995): *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente, cuarta edición*. Madrid, Ediciones Rialp, S.A.

..... (2000): *Cómo crear personajes inolvidables: Guía práctica para el desarrollo de personajes en cine, televisión, publicidad, novelas y narraciones cortas*.

Snyder, B. (2005): *Save the Cat!: The Last Book On Screenwriting Than You'll Ever Need*. Los Ángeles, CA, Michael Wiese Productions.

Thompson, K. (2003): *Storytelling in Film and Television*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

Vogler, C. (2002): *El viaje del escritor*. Trad. Jorge Conde. Barcelona, Ediciones Robinbook.

Referencias electrónicas:

<https://bloguionistas.wordpress.com>

<http://www.abcgionistas.com>

<http://www.guionnews.com>

<http://elinquilinogionista.blogspot.com>

<http://www.screenwritingspark.com>

<https://screencraft.org>

<http://www.scriptmag.com>

<http://thescriptlab.com>

<http://www.script-o-rama.com>

<http://www.simplyscripts.com>

<http://www.joblo.com>

<https://sfy.ru>

<http://www.horrorlair.com>

<http://www.scriptcrawler.net>

<https://www.johnaugust.com>

<https://www.celtx.com>

<https://www.finaldraft.com>

Revistas:

Creative Screenwriting

Script Magazine