

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Taller de Guion de Ficción
Código	E000007220
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Responsable	M. del Carme Morell
Horario	Viernes, 8:00-10:00
Horario de tutorías	Solicite cita previa vía correo electrónico: cmorell@cesag.org
Descriptor	Aplicación de los conceptos básicos de conflicto, estructura y trama. Construcción de personajes. Seguimiento de la fase de escritura: sinopsis, escaleta, tratamiento y diálogos. Formato de guion. Presentación formal de guiones. Lectura de guiones, visionados y ejercicios prácticos de análisis. Cómo generar ideas. La escritura de la primera versión, revisiones, correcciones y reescrituras. Las particularidades del medio cinematográfico y televisivo.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	María del Carmen Morell Montado
Departamento / Área	Departamento de Lenguas
Despacho	10
Correo electrónico	mcmorell@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Tal y como aparecen definidas en el Libro Blanco de las Titulaciones en Comunicación (www.aneca.es), uno de los grandes perfiles profesionales es el de "Director/a, guionista y realizador/a". La de guionista es una de las profesiones fundamentales y de las más demandadas de la industria audiovisual.

Prerequisitos

Los conocimientos teóricos adquiridos en la asignatura Guion son fundamentales para poder cursar este taller. Se ruega encarecidamente a los alumnos que tengan en cuenta este hecho si piensan matricularse en esta optativa.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES

CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT08	Trabajar en equipo.

ESPECÍFICAS

CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria

Resultados de Aprendizaje

RA1	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
RA3	Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
RA5	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones

	oportunas.
RA5	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

BLOQUE I: PRINCIPIOS DE LA ESCRITURA DEL GUION DE FICCIÓN

Conceptos básicos de la escritura de guiones de ficción. Proceso creativo y métodos. Temas e ideas. tramas y estructura. Conflicto. Construcción de personajes. Diálogos Tono del proyecto.

Largometraje. Idea. Tratamiento. Fichas de personajes. Secuenciación. Diálogos. Reescritura.

La adaptación. Principios básicos.

Serie *primetime*. Idea. Biblia. Fichas de personajes. Sets. Escaleta. Diálogos. Reescritura.

Comedia y *sitcom*. Idea. Sinopsis de los capítulos. Fichas de personaje. Sets. Escaleta. Diálogos. Reescritura.

Docuserie. Docudrama. *Docutainment*.

El cortometraje publicitario. Cómo vender un producto desde un buen guion.

BLOQUE II: DESARROLLO DE LOS TALLERES

Teniendo en cuenta el formato elegido por los distintos grupos de alumnos:

Idea y adecuación al formato, una vez valorada la viabilidad del proyecto.

Elaboración conjunta del tratamiento, biblia o sinopsis.

Elaboración de las fichas de personajes.

Concreción de los sets.

Elaboración de las escaletas.

Escritura de los diálogos.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Para cada uno de los bloques de contenidos el profesor aconsejará sobre:

La metodología de trabajo pertinente.

Las dificultades que se puedan presentar.

El material para preparar la asignatura de manera autónoma.

Los visionados que puedan ayudar a profundizar los conceptos adquiridos.

Se recomienda encarecidamente a los alumnos que se sirvan de las horas de tutoría para poder seguir su evolución a lo largo del curso y para plantear cualquier duda que les pueda surgir tanto sobre lo explicado en clase como sobre la elaboración de trabajos u otras actividades.

Metodología Presencial: Actividades

Trabajo presencial: 35 horas

Actividades:

Talleres : 20 horas

Seminarios y visionados para ilustrar los conceptos: 15 horas

Metodología No presencial: Actividades

Trabajo individual: 40 horas

Actividades:

Trabajo en grupo: 20 horas

Redacción de prácticas: 20 horas

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
15.00	20.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
40.00	
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso



<p>Prácticas escritas de análisis de cortometrajes publicitarios que podrán combinarse con prácticas de secuenciación si es preciso.</p>	<p>Recuperable en convocatoria extraordinaria</p>	<p>30</p>
<p>Escala de actitudes: Evidenciar en los talleres para la consecución del proyectos intervenciones que aporten ideas al trabajo del grupo. Mantener actitudes de crítica constructiva respecto a los otros miembros del equipo.</p>	<p>No recuperable</p>	<p>20</p>
<p>Proyecto y escritura de un corto publicitario</p>	<p>El proyecto consta de dos partes, una grupal, y otra de escritura individual sobre el proyecto elaborado por el grupo. La nota de cada una de ellas equivale al 25% de la nota total de la asignatura</p> <p>El alumno debe obtener como mínimo un 5 sobre 10, tanto en la nota individual como en la grupal.</p> <p>Recuperable en convocatoria extraordinaria. Si el alumno suspendiera la parte individual, pero la grupal estuviera aprobada, solamente deberá recuperar, en convocatoria extraordinaria, la nota individual.</p>	<p>50</p>

Calificaciones

Observaciones importantes:

1. Siguiendo las normas establecidas por el departamento, se restará un punto por falta ortográfica, gramatical o de léxico cometida.
2. La asistencia a los seminarios para preparar el proyecto final es absolutamente obligatoria. Se restarán 0,50 puntos del trabajo individual por cada falta de asistencia injustificada a los mismos.
3. El alumno tendrá la posibilidad de entregar el trabajo dos semanas antes del día estipulado para la entrega de la versión definitiva. Si el trabajo contiene más de cuatro faltas de ortografía, de gramática o de léxico se le devolverá para su corrección.

4. No se recogerá ninguna actividad o trabajo, ni se repetirá ninguna prueba fuera del calendario establecido a no ser que el alumno aporte el justificante pertinente.

Los estudios de grado que se imparten en el CESAG son de modalidad presencial, por consiguiente, la asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales es obligatoria para todos los alumnos. Según el artículo 15.2 del Reglamento Académico, la inasistencia comprobada e injustificada del alumno a más de un tercio de las horas lectivas impartidas tendrá como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico. La pérdida de convocatoria se extenderá automáticamente a la convocatoria extraordinaria.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Preparación de las prácticas escritas	Entre la 1ª y la 8ª semana	8ª semana
Talleres para la elaboración del proyecto final	Entre la 9ª y 15ª semana	15ª semana

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- DOUGLAS, P. (2011) *Cómo escribir una serie dramática de televisión*. Barcelona: Alba Editorial.
- FIELD, S. (2001) *El libro del guion*. Barcelona: Alba Editorial.
- GARCÍA MÁRQUEZ, G. (2003) *Cómo se cuenta un cuento: Taller de guion*. Madrid: Escuela internacional de cine de San Antonio de los Baños/Ollero & Ramos Editores.
- MCKEE, R. (2013) *El guion*. Barcelona: Alba Editorial.
- SEGER, L. (2017) *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. Madrid: Ediciones Rialp.
- SEGER, L. (2000) *El arte de la adaptación*. Madrid: Ediciones Rialp.
- TUBAU, D. (2011) *El guion del siglo XXI*. Barcelona: Alba Editorial.
- VOGLER, C. (2002) *El viaje del escritor*. Barcelona: Ediciones Robinbook.

Otros recursos: Campus virtual y dossier de la asignatura

Bibliografía Complementaria



Bibliografía específica sobre series de televisión:

BALE, Eugene (1998) *Técnicas de guion para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.

DIMAGGIO, Madeline (1992) *Escribir para televisión*. Barcelona: Paidós.

LÓPEZ PUMAREJO, Tomás (1996) *Aproximación a la telenovela*. Madrid: Aguilar.

VILCHES, Lorenzo (1998) *Taller de escritura para televisión*. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía específica sobre sitcom:

BYRNE, J., POWELL, M. (2004) *Writing sitcom*. Londres: Ed. A & C Books.

SMITH, E. S. (2009) *Writing Television Sitcoms (revised)* Londres: Penguin Books.

VORHAUS, John (2004) *Cómo orquestrar una comedia*. Barcelona: Alba Editorial.

WOLFF, Jurgen (1990) *Successful Sitcom Writing*. Londres: St. Martins Press.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)