

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

GUIONISMO

Elaboró:	Lic. Cuitláhuac Martín Gómez Salinas	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. María Nuria Ferreira Mañá	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtra. Betania Paniagua Reynoso	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtra. Berenice Reyes Almazán	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Florencio Manuel Estrada Maldonado	Unidad Académica Profesional Huehuetoca

Fecha de **H. Consejo Académico** **H. Consejo de Gobierno**
aprobación: 27 de junio 2022 27 de junio 2022
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	9
VII. Acervo bibliográfico.	12



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Guionismo**

Carga académica **3** **1** **4** **7**
Horas teóricas Horas prácticas Total horas de Créditos

Carácter **Optativa** Tipo **Curso** Periodo escolar **Séptimo**

Área curricular **Comunicación** Núcleo formación de **Optativo**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común

No presenta **X**



II. Presentación del programa de estudios.

La unidad de aprendizaje (UA) *Guionismo* forma parte de núcleo integral optativo del Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación, dentro del área curricular “Comunicación”. Se trata de una UA que conduce a un adiestramiento teórico-práctico en los fundamentos del guion audiovisual, con énfasis en el guion cinematográfico de ficción.

Siendo la base de la comunicación la expresión de ideas, la formación en guionismo proporciona creatividad y rigor a dichas ideas las cuales se transmitirán con los elementos y herramientas técnicas propios de la escritura profesional audiovisual. Adiestrar la inventiva, el talento y la técnica de los alumnos y alumnas para concebir guiones audiovisuales que funcionen dramática y emocionalmente es el objetivo de esta unidad de aprendizaje.

El profesional de la comunicación está obligado a conocer las diversas modalidades en las que se puede expresar el mensaje, donde el acto comunicativo es esencial. Por ello, la comunicación audiovisual a través del guion, adopta esencial importancia dado el tipo de sociedad en que vivimos y la característica de *homo videns* que refiere Sartori.

La formación para la confección de una historia audiovisual cultiva la atención, la observación y la imaginación en el marco del pensamiento crítico. A la vez, distingue los diferentes géneros audiovisuales, así como lo comercial frente a lo autoral, la imagen real versus la animación.

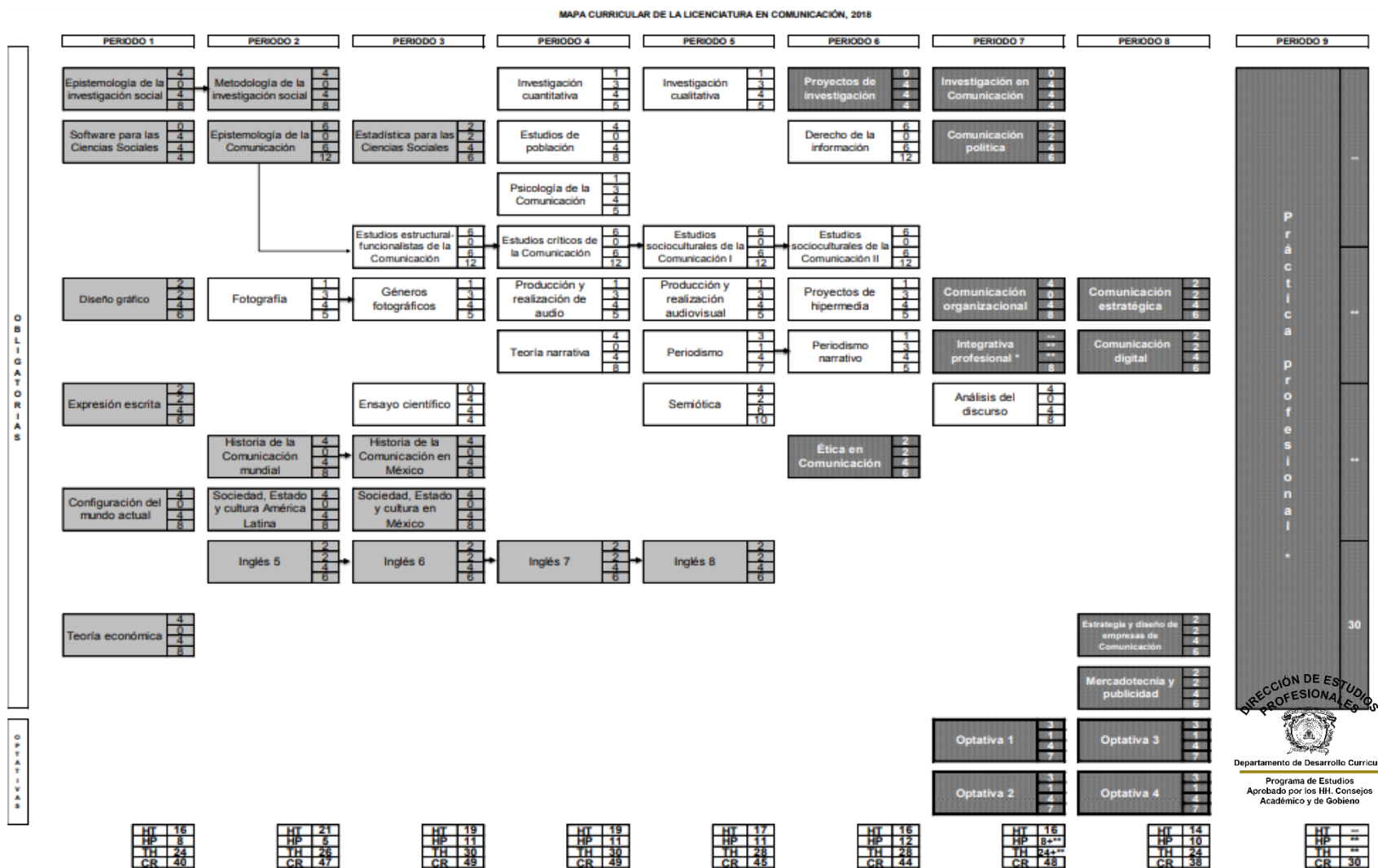
La UA se estructura en cuatro unidades, comenzando en la Unidad 1. El Guion y la Narrativa, la cual dirige al estudiante a la distinción entre lo literario y lo guionístico a través de un uso reflexivo de la plataforma teórica. La Unidad 2. La estructura dramática del guion cinematográfico, accede a los diferentes instrumentos, guías y herramientas propias de la escritura audiovisual para lograr convertir ideas iniciales en guiones con formato profesional. La Unidad 3. La estructura del guion en otros medios y espacios audiovisuales, en estrecha vinculación con la Unidad 2, proporcionará a la comunidad estudiantil la capacidad de identificar las particularidades de los relatos audiovisuales según sea el medio de difusión correspondiente. La Unidad 4. La industria y el mercado del guion, pondrá en conocimiento de los estudiantes la realidad del mercado audiovisual y las rutas de acceso a casas productoras, legislación y ayudas oficiales.

Incluida esta UA en el séptimo periodo de la Licenciatura en Comunicación, contribuye a que la comunidad estudiantil tenga la capacidad de aplicar la función transformadora del lenguaje audiovisual para invertir esfuerzos en temáticas de carácter social y en la concienciación sobre valores humanos.

Finalmente, los estudiantes de la UA *Guionismo*, a la hora de integrarse en el mercado laboral, contarán con adiestramiento en producción y realización de guiones audiovisuales para medios de comunicación escritos, agencias de promoción y publicidad, productoras audiovisuales, escuelas y universidades.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Intercultural comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Intercultural comunicación	3		1		4		7								
Intercultural comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES
Departamento de Desarrollo Curricular
Programa de Estudios Aprobado por los HH. Consejos Académico y de Gobierno

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HF: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

- Núcleo básico obligatorio.
- Núcleo sustantivo obligatorio.
- Núcleo integral obligatorio.
- Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52
	18
	70
	122

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58
	34
	92
	150

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 *	16
	29**
	36**
	90

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12
	4
	16
	28

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la licenciatura en Comunicación formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación. De esta manera, se considera a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural para así contribuir al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de convivencia con los semejantes y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como nota informativa, entrevista, crónica y reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.



Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión. Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes, y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura. Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Construir guiones dramáticos y de documental para cine, radio, televisión y multimedia, partiendo desde una adaptación o un argumento original a través del estudio de los tipos de guion, lenguajes auditivo y de imagen y metodología de investigación para materializar en un producto comunicativo.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. El guion y la narrativa.
Objetivo: Distinguir relato audiovisual de relato narrativo a través del uso reflexivo de conceptos plasmados desde la <i>Poética</i> de Aristóteles, para de ese modo comprender el drama y acceder a la escritura cinematográfica.
Temas: 1.1 El concepto de guion. 1.1.1 Diferencias entre el lenguaje del guion y el lenguaje narrativo. 1.1.2 Verdad y verosimilitud. 1.2 Principales fuentes de inspiración del guionista. 1.3 Géneros dramáticos.



Unidad temática 2. La estructura dramática del guion cinematográfico

Objetivo: Analizar la estructura dramática y sus elementos para su aplicación en el proceso de escritura de guiones en productos comunicativos audiovisuales diversos.

Temas:

- 2.1 Idea, anécdota e historia.
- 2.2 Los motores de la historia: el conflicto y el objetivo.
- 2.3 La premisa dramática.
- 2.4 La construcción de personajes.
 - 2.4.1 El arco dramático.
 - 2.4.2 Estereotipos y arquetipos.
- 2.5 La estructura básica de los tres actos.
 - 2.5.1 El paradigma desarrollado por Syd Field.
 - 2.5.2 La trayectoria del protagonista a través de Joseph Campbell.
 - 2.5.3 Los puntos de giro.
- 2.6 Narración de la acción, descripción y diálogos.
- 2.7 El texto y el subtexto.
- 2.8 La construcción de desenlaces.
- 2.9 Principales errores en la escritura de un guion.
- 2.10 Proceso de escritura: *logline*, sinopsis breve, argumento o sinopsis larga, escaleta.
- 2.11 Escritura del guion en formato profesional.

Unidad temática 3. La estructura del guion en otros medios y espacios audiovisuales.

Objetivo: Diseñar diferentes tipos de guiones para diversos medios y formatos audiovisuales partiendo de su estructura básica.

Temas:

- 3.1 El guion para largometrajes y cortometrajes documentales.
- 3.2 El guion para televisión.
 - 3.2.1 La escaleta y la programación en vivo.
 - 3.3.2 El guion para ficción y no ficción.
- 3.4 El guion para radio.
- 3.5 El guion multimedia.





Unidad temática 4. La industria y el mercado del guion.

Objetivo: Analizar el mercado del guion en todas sus fases: oferta, opciones de venta y contratación con la finalidad de poder desenvolverse en el mismo con facilidad.

Temas:

- 4.1 Registro de obra y derechos de autor.
- 4.2 Concursos, ayudas y subvenciones al guionista.
- 4.3 Legislación sobre guion.
- 4.4 Contratación.
- 4.5 El *piching*.



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Alonso, C. G. (2004). *El guión*. (2ª ed.) México: Trillas. PN239.S27 G63 2004
- Aristóteles. (1988). *Poética*. México: Fondo de Cultura Económica. PA6400.A319 A119 1998
- Hilliard, R. L. (2000). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México: Thomson. PN1990.9 A58 H55
- Mckee, R. (2013). *El guión story: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. (9ª ed.) Barcelona: Alba Editorial. PN1996 .M465 2013
- Torre, G. d. (2003). *El guión: modelo para armar*. México: Ficticia. PN1997.A1 T6 2003

Complementario:

- Baiz Quevedo, F. (1993). *La ventana imposible*. Caracas: Fundarte.
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós. PN1995 B67 1996
- Brady, J. (1995). *El oficio del guionista*. España: Editorial Gedisa. PN 1996 B74
- Carro, N. (Introducción), et al. (1997). *Antología de cortometrajes*. México: Ediciones El Milagro/IMCINE. PN 1995 .9 D6 C67
- Chion, M. (1997). *Cómo se escribe un guión*. Madrid: Cátedra. PN1996 .C45 2011
- Crowe, C. (2002). *Conversaciones con Billy Wilder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dimaggio, M. (1992). *Escribir para televisión: cómo elaborar guiones y promocionarios en las cadenas públicas y privadas*. Barcelona: Paidós. PN1992.7 D5
- Field, S. (1996). *El manual del guionista*. Madrid: Plot.
- Field, S. (1997). *Prácticas con cuatro guiones*. Madrid: Plot.
- Goldman, W. (2002). *Nuevas aventuras de un guionista en Hollywood*. Madrid: Plot.
- Linares, M. J. (2003). *El guión, estilos y formatos*. México: Thomson.
- Luna, A. (2001). *Matad al guionista... y acabareis con el cine*. Barcelona: Nuer Ediciones.
- Mamet, D. (2001). *Los tres usos del cuchillo: sobre la naturaleza y función del drama*. Barcelona: Alba Editorial. PN1631 .M35 2008
- Maza, M., & Cervantes, C. (2003). *Guión para medios audiovisuales*. México: Thomson. PN1991.77.A1 M39
- Onaindia, M. (1996). *El guión clásico de Hollywood*. España: Paidós. **Papeles de Comunicación.**



- Pérez, M. A. (1998). *Prácticas radiofónicas: manual del productor*. México: Porrúa.
- Poloniato, A. (1992). *Cine y comunicación*. México: Trillas. **TR852 .P62 1990**
- Propp, V. (1992). *Morfología del cuento*. México: Colofón. **GR550 P76 1999 6**
- Sartori, G. (2006). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. México: Punto de lectura. **QA76.9.C57 S27 2006**
- Seger, L. (2000). *Cómo convertir un buen guión en un excelente guión*. Madrid: Editorial Rialp. **PN1996 S44 2011**
- Seger, L. (2000). *Cómo crear personajes inolvidables*. Barcelona: Paidós.
- Vale, E. (1993). *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa Editorial. **PN1996 V34 1986 2**
- Vilches, L. (comp.) (1998). *Taller de escritura para cine*. España: Editorial Gedisa. **PN 1996 .T35 1998**
- Vilches, L. (comp.) (1999). *Taller de escritura para televisión*. España: Editorial Gedisa. **PN1992.7 T26**
- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona: Ediciones Robinbook. **PN1996 .V64**

