



¿CÓMO HACER UN GUIÓN PARA UN SPOT?

QUÉ ES UN GUIÓN Y POR QUÉ ES IMPORTANTE

El guión es la preparación literaria del rodaje. Es importante porque esclarece el punto de vista artístico y técnico del spot. Todo está escrito de forma muy clara para que no haya confusiones. En el medio audiovisual la información la recibimos de una vez, y si no entiendes algo es porque no está bien contado (en prensa, sin embargo, puedes releer y aclarar confusiones). Por ello, hay que tener muy claro en qué medio se va a presentar el producto (en este caso, en televisión). También es importante a quién va dirigido (nuestro público objetivo). La duración es limitada. El spot tiene que ser de 20 segundos.

PASOS A SEGUIR PARA LA CREACIÓN DE UN GUIÓN

1º. Pensar una idea

Lo primero es pensar en una idea, un punto de vista, algo original. No es el anuncio ya como tal; no hay localizaciones ni personajes claros. Es lo que queréis reflejar, la idea que se queda patente.

Ejemplo: Cómo controla el alcohol a una persona.

2º. Pensar una historia para esa idea

Hay que tener muy claro que todo no se puede hacer -por ejemplo, que la acción se desarrolle en un barco-, aunque nosotros intentaremos facilitaros el trabajo (si hay alguna escena en un bar, nosotros buscaremos uno). Pensar en cosas fáciles, accesibles. Tened muy en cuenta que sólo se disponen de 20 segundos. Si la historia contiene el factor sorpresa, esto ayudará mucho para que el spot sea un éxito. Siempre hay que basarse en la idea original. Trataremos de condensar nuestra historia y así tener muy claro qué es lo que queremos contar.

Ejemplo: Un personaje que representa el alcohol maneja los movimientos de un joven que ha bebido.

3º. Escribir la historia en un párrafo

En este momento ya se empieza a detallar más; incluid ya localizaciones; intentad que los textos sean claros.

Ejemplo: Un chaval está en un bar tomando una copa. Tras él aparece un personaje que con un mando maneja los movimientos del chaval. Los movimientos son cada vez más exagerados quedando en ridículo delante de los demás.

4º. Reflexión

Una vez escrito el spot en un párrafo, responder a las siguientes preguntas para saber si el mensaje va bien encaminado o si es necesario rectificar algo:

- ¿Contribuye el mensaje a conseguir un posicionamiento comunicativo?
- ¿El mensaje es creíble? ¿es convincente?
- ¿Facilita la conexión con sus destinatarios? ¿Cuánta complicidad propone?
- ¿Comunica bien el beneficio del producto/marca? (es decir, de prevenir adicciones)
- ¿Goza de suficiente originalidad?
- ¿Se entiende con claridad, o al menos suficientemente, por el receptor?
- ¿Consigue llamar la atención del receptor?
- ¿Despierta el interés del receptor?
- ¿Se hace recordar fácilmente?
- ¿Contribuye el mensaje publicitario a alcanzar los objetivos?

5º. Guión literario

Escribir por secuencias qué ocurre, cómo y cuándo. No se informa de qué tipo de plano es (eso se hace en el guión técnico). Hay que especificar mucho la acción. En este apartado le damos título al guión. También se puede crear un eslogan, que puede ser el mismo que el título. Recordar que debe enganchar, tiene que tener mucha fuerza.

Ejemplo: “NO SIGUES EL JOGUET DE L’ALCOHOL”

Secuencia 1. Barra de un bar. Interior. Noche.

Un bar lleno de gente joven. Beben y bailan animados. Está sonando una música moderna, a nivel normal. Llega un chaval a la barra.

CHAVAL:
Ponme un whisky cola.

El chaval coge la copa de la barra. Le pega un trago. Descubrimos tras él a un personaje que está fuera de lugar. Viste de negro. Está sentado en una mesa y maneja un mando de videojuego de gran tamaño. El personaje de negro mueve el mando levemente hacia delante. El chaval reacciona al mismo tiempo moviéndose hacia delante. El personaje hace un movimiento brusco hacia atrás y el chaval se mueve con fuerza igualmente. El ritmo de la música aumenta. El personaje de negro hace movimientos cada vez más fuertes al tiempo que aumentan los del chaval. El chaval se tropieza con la gente. El personaje de negro, que representa el alcohol, parece disfrutar con el control que tiene sobre el chaval. La gente se aparta y miran al chaval sorprendidos. Los movimientos del chaval son tan ridículos que la gente se empieza a reír y a sentir vergüenza ajena.

Secuencia 2. Rótulo

“No sigues el joguet de l’alcohol”.

FIN.

¿QUÉ VALORAMOS PARA LA SELECCIÓN?

Para este concurso es importante la idea, pero también lo es cómo se desarrolla, qué posibilidades tiene para convertirse en un anuncio, así como la presentación del proyecto.

GUIÓN TÉCNICO

(Esta parte es opcional, el concurso valora sólo hasta el paso 5º -guión literario-)

En el guión técnico aparecen todos los datos restantes: tipo de plano y su descripción, movimientos de cámara, etc. Aquí tenéis unos datos que os pueden ayudar a la hora de realizar un guión técnico:

Tipos de plano:

Se denominan en función de la figura humana.

Planos lejanos: Descriptivos, ambientales. El personaje está sometido al paisaje. Hay de 3 tipos:

Gran plano general (GPG): Ideal para dar sensación de pequeñez, subordinación de un personaje. El espacio es el protagonista.

Plano general (PG): El personaje existe, no es absorbido del todo por el paisaje, se le reconoce.

Plano conjunto (PC): Pueden salir más personas, son reconocibles y son más importantes que el paisaje.

Planos medios: Son planos narrativos, cuentan acciones. También hay 3 tipos:

Plano americano (PA): Plano de una persona con el corte a la altura de las rodillas.

Plano medio largo (PML): Más cerca, le cortamos por la cintura.

Plano medio corto (PMC): A la altura del pecho, no vemos los brazos a no ser que los tenga cerca de la cara (por ejemplo, peinándose).

Planos cortos: Son planos dramáticos. Solo se ve la cara del personaje. Hay de 3 tipos:

Primer plano (PP): Coge la cabeza; es el más cinematográfico; expresa sentimientos, sin referencia corporal, excepto los rasgos de la cara.

Primerísimo primer plano (PPP) Como el anterior pero más detallado, corta la cabeza.

Plano detalle (PD) Tiene una función informativa puntual (para insertos).

Tipos de encuadres:

Cada encuadre implica que colocamos la cámara en un determinado lugar.

Ángulo normal: Normalmente se sitúa a la altura de la cara, tanto si está sentado como de pie.

Picado: La cámara está por encima del personaje. El efecto visual es que el personaje queda aplastado contra el suelo, lo empequeñece, parece débil.

Contrapicado: La cámara mira al personaje desde abajo. El personaje se engrandece.

Ejemplo: “NO SIGUES EL JOGUET DE L’ALCOHOL”

Secuencia 1. Barra de un bar. Interior. Noche.

Plano 1. Plano general. Chicos en un bar tomando copas y bailando. Música moderna, nivel suave. Entra en plano el chaval, saluda a un chico (leve golpe en la espalda).

CHAVAL: Un *whisky* cola.

Plano 2. Plano medio corto. Chaval coge una copa.

Plano 3. Plano general. El chaval está de frente, con otros jóvenes alrededor. La música empieza a ser más animada y a subir de nivel. El chaval hace unos movimientos ligeros de baile y de repente su cuerpo se abalanza hacia delante sin sentido. Al mismo tiempo se han apartado un poco los chicos de su lado dejando ver a un personaje que va vestido de negro en una mesa. Está moviendo un mando de videojuego hacia delante también y mira fijamente al chaval.

Plano 4. Plano medio corto. El chaval gira levemente la cabeza hacia el personaje de negro, lo tiene detrás. El centro de atención recae en los dos.

Plano 5. Plano detalle. Manos del personaje de negro manipulando el mando de videojuego. Lo mueve hacia delante.

Plano 6. Plano general. El chaval se mueve bruscamente hacia delante y hacia detrás.

Plano 7. Plano detalle. Manos del personaje de negro mueven el mando de un lado a otro.

Plano 8. Plano medio corto. El chico no para de moverse de un lado a otro con cara de asombroso. La cámara sigue los movimientos del chico.

Plano 9. Plano detalle. Manos del personaje de negro mueven el mando de delante a atrás.

Plano 10. Plano general. El chaval con movimientos más exagerados. Los chicos de su alrededor se apartan y le miran alucinados y con vergüenza ajena. La cámara acompaña sus movimientos pero no tan violentos como los del chaval.

Plano 11. Primerísimo primer plano. Cara del personaje de negro. Disfruta de lo que está haciendo. Mira fijamente con una ligera sonrisa.

Plano 12. Plano general. El chaval con movimientos más cargados, asustado. Los chicos de su alrededor se ríen del chaval y le miran con asco.

Secuencia 2. Rótulo

Plano 1. Rótulo.

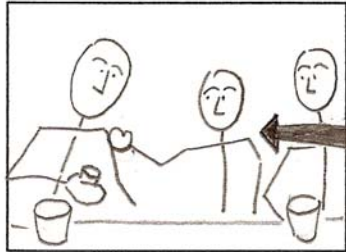
“No sigues el joguet de l’alcohol”

FIN

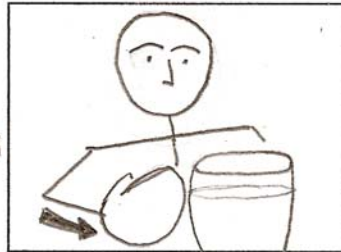
STORYBOARD (también es opcional)

Sirve para ir pensando decorados, iluminación... Es la mejor forma de comunicar las ideas al resto del equipo. Es útil para todo el equipo técnico.

“NO SIGUES EL JOGUET DE L’ALCOHOL”



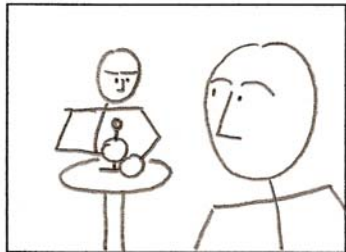
1



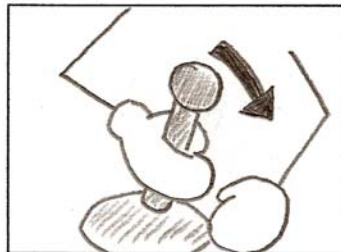
2



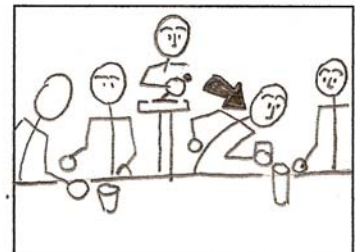
3



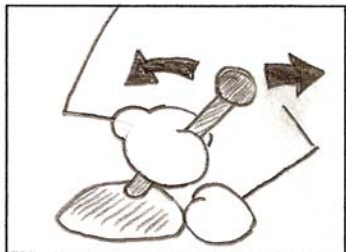
4



5



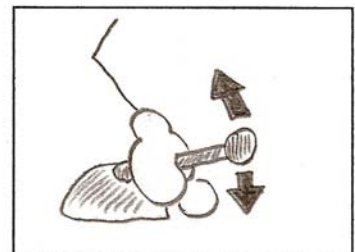
6



7



8



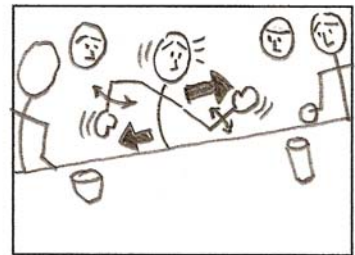
9



10



11



12

