

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30850 FOTOGRAFIA PUBLICITARIA

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

Entre los objetivos generales de la asignatura se encuentran los siguientes:

- Que los alumnos conozcan, comprendan y valoren críticamente el desarrollo y el impacto de la fotografía en la publicidad.
- Que aprendan a distinguir las diferentes peculiaridades que hoy en día utiliza la fotografía publicitaria.
- Que aprendan a aplicar elementos del lenguaje visual a su propio trabajo.
- Que diferencien las principales tendencias de la fotografía publicitaria.

Programa de Teoría

I. INCIDENCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN EL UNIVERSO PUBLICITARIO.

1. Fotografía y publicidad: convergencias históricas.
 - 1.1. Publicidad y documento fotográfico.
 - 1.2. Publicidad y fotografía moderna.
 - 1.3. Fotografiando la crisis.
 - 1.4. El triunfo de la fotografía.
 - 1.5. Un mundo de imágenes.
2. La modernización de la imagen publicitaria.
 - 2.1. El fotomontaje.
 - 2.2. El fotograma.
 - 2.3. El efecto Sabattier.
 - 2.4. Tipofotografía.
 - 2.5. La publicidad como objet trouvé.
3. El descubrimiento estético de los objetos.
 - 3.1. La función de exaltación de los objetos.
 - 3.2. La Nueva Objetividad y la estética del maquinismo.
 - 3.3. América.
 - 3.4. Europa.
4. El retrato: del testimonial al glamour.
 - 4.1. El anuncio testimonial.
 - 4.2. El retrato glamour
 - 4.3. La fotografía de moda.
5. Fotografía y composición gráfica.
6. Fotografía y composición.

II. AUTORES Y ESTILOS.

7. Los grandes maestros internacionales de la fotografía publicitaria.

8. Fotografía publicitaria en España.

III. LA ESTÉTICA PUBLICITARIA.

9. El bodegón publicitario.

10. Retratos reales e imaginarios.

11. Paisajes significativos.

Programa Práctico

Consistirá en la búsqueda de ejemplos de los diferentes tipos de fotografía vistos en clase en la publicidad actual.

Evaluación

La nota final correspondiente a esta asignatura será la que se obtenga en el examen final.

Bibliografía

- Avedon Richard. "An Autobiography". House. New York.
 - Barnicoat, John. "Los carteles su historia y su lenguaje". Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1995.
 - "Beaton in vogue: Josephine Ross". Editorial Thames and Hudson. London 1986.
 - Benedikt, Taschen. "Man Ray". Alemania 1993.
 - Beaton Cecil. "Chène París Audioviuel". 1984.
 - Beaton Cecil. "Los grandes fotógrafos". Ediciones Orbs 1983.
 - Costa, Joan. "La fotografía: entre sumisión y subversión". Editorial Trillas. México 1991.
 - "Diseño Gráfico Soviético años 20". Moscú 1987. Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona 1989.
 - "El Lissitzky 1890-1941". Fundación Caja de Pensiones de Madrid. 1990.
 - Eguizábal, Raúl. "Fotografía Publicitaria". Ediciones Cátedra, Madrid, 2001.
 - Fontanela, Lee. "La historia de la fotografía en España. Desde sus orígenes hasta 1900". Editorial El Viso, Madrid 1981.
 - "Fotografía Pública". Photography in print 1919-1939. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia. Aldeasa.
 - Hamilton D. "Recuerdos". Centropress. 1997.
 - Keim Jean A. "Historia de la fotografía". Editorial Oikos – Tau. Barcelona 1971.
 - Labruno, G. Tr. García, F. "Historia de la fotografía". París 1986.
 - Man Ray. "Fundación Marcelino Botín". Enero – Febrero 1995.
 - Strand, Paul. "Essays on his life and work". Malen Stange Aperture 1990.
 - Souguez Marie –Loup. "Historia de la fotografía". Editorial Cátedra 1999.
 - Rodchenko Stepanova. "Todo un experimento". Fundación Banco Central Hispanoamericano. Madrid.
-