

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30850 FOTOGRAFIA PUBLICITARIA

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

I.-Teoría e historia de la imagen fotográfica.

Antecedentes. Un nuevo sistema de representación. Niépce, Daguerre, Fox Talbot, Scot Archer. El retrato, el paisaje, la fotografía pictorialista y la científica. Nadar, Cameron, Stieglitz, Cartier-Bresson, Brassai. La multiplicación de la imagen. La instantánea. Mensaje sin código. Studium vs. punctum. Lo radical fotográfico.

II.- Incidencia de la fotografía en el entorno publicitario.

La convergencia histórica de la fotografía y la publicidad. El documento gráfico. El fotomontaje. La tipofotografía. La fotografía en el proceso publicitario. Géneros de la fotografía publicitaria.

III.- La estética publicitaria: tendencias y estilos.

Las vanguardias históricas: Dadaísmo, Constructivismo, Surrealismo, Bauhaus, Nueva Objetividad. John Heartfield, Man Ray, Moholy-Nagy, Sander. El descubrimiento del objeto. El nuevo grafismo. La fotografía testimonial y el retrato glamour: de Horst P. Horst a Helmut Newton. La influencia del Pop Art. David Bailey.

IV.- La técnica fotográfica y el proceso creativo.

La formación de la imagen. La luz y los colores. Sistemas analógicos y digitales. La cámara fotográfica. La lente convergente. Tipos de objetivos. Abertura de diafragma y velocidad de exposición. Profundidad de campo. Encuadre e iluminación. Escalas de plano. La construcción de la escena.

V.- Análisis de textos fotográficos: la composición y las formas.

Los registros de la imagen. Las estructuras compositivas: sistemas concéntricos y sistemas cartesianos. Centro geométrico y centro dinámico. El peso visual. Ritmo, tensión, equilibrio. La función expresiva del color. La figura y el paisaje. Fotogenia. La belleza y la fascinación escópica.

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

Estos puntos corresponden al programa del TURNO DE MAÑANA.

Si eres del grupo de Tarde, debes remitirte al PROGRAMA 2.

El Programa de la Asignatura se articula en torno a los siguientes contenidos:

1. LA INVENCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA.
2. TECNOLOGÍA DE LA CÁMARA FOTOGRÁFICA.
3. FOTOGRAFÍA DIGITAL y TRATAMIENTO FOTOGRÁFICO.
4. ILUMINACIÓN y COMPOSICIÓN.

5. EL PAISAJE.
6. EL RETRATO.
7. EL INSTANTE DECISIVO.
8. EL ENSAYO FOTOGRÁFICO.
9. FOTOGRAFÍA Y VANGUARDIAS.
10. EL BODEGÓN PUBLICITARIO.
11. LA FOTOGRAFÍA DE MODAS.

Programa Práctico

Exclusivamente para el Turno de Mañana (grupo 1).

Si eres del Turno de Tarde (grupo 2), debes remitirte al PROGRAMA 2.

CONTENIDO PRÁCTICO.

- Manejo básico de la Cámara.
- Manejo básico de los Flash de estudio.
- Ejercicios de Composición.
- Ejercicios de análisis y recreación de Conceptos básicos para la Historia de la Fotografía.

Si por algún motivo no puedes venir a clase, debes intentar ponerte en contacto, cuanto antes, con la profesora.

Evaluación

Exclusivamente para el Turno de Mañana (grupo 1).

Si eres del Turno de Tarde (grupo 2), debes remitirte al PROGRAMA 2.

De acuerdo a la distribución de créditos e la asignatura, el alumno deberá superar:

- PARTE TEÓRICA (25% de la nota final = 1 crédito):
 - Evaluable mediante examen a celebrar el último día de clase (Previsto para el 20 de enero de 2011).
 - El examen constará de 10 preguntas a desarrollar que estarán basadas en todos los materiales disponibles en el Campus Virtual (también en la Bibliografía recomendada y en las webs de consulta).
- PARTE PRÁCTICA (75% de la nota final = 3 créditos):
 - Para superar la parte práctica el alumno debe enviar, antes del día 20 de enero, y siempre a través del Campus Virtual, una memoria con los trabajos de fotografía que ha realizado durante el curso. (No se aceptarán trabajos en papel).
 - Estos trabajos fotográficos deben girar en torno a los conceptos y técnicas que hemos visto en clase.
 - Las fotografías deben ir acompañadas de los comentarios que el alumno considere oportunos para justificar la composición, iluminación, técnica y significación de sus fotografías.
 - A lo largo del curso el alumno puede utilizar el Campus Virtual para enviar sus fotografías y pedir una corrección parcial de cada una de sus propuestas. (En este caso sólo se realizará una corrección de cada fotografía).
- Material necesario: UNA CÁMARA DE FOTOS. (A la hora de evaluar al alumno no se tendrá en cuenta el tipo de cámara utilizada, sino los resultados obtenidos con ella).

Muy Importante: NO SE EVALUARÁN LAS PRÁCTICAS DE LOS ALUMNOS QUE NO HAYAN ENTREGADO FICHA.

El alumno puede mejorar su nota participando en las Actividades Voluntarias que se proponen en el Campus Virtual:

- Visionado de películas relacionadas con la Fotografía.
- Se podrá opinar y reflexionar acerca de ellas en los

-
- foros disponibles en el Campus Virtual.
 - Glosario de Autores.
 - Disponible en el Campus Virtual. Los alumnos pueden elegir un autor de su interés e incluir su vida/obra/reflexión en un glosario abierto para este fin.
 - Test de auto-evaluación. Disponibles en el Campus Virtual.

*ALUMNOS SIN ASISTENCIA.

Los alumnos que no asistan a clase pueden superar la asignatura con un examen basado en los contenidos de la Bibliografía recomendada. Para ello es necesario leer un mínimo de dos libros. El primero de ellos, el manual de Raúl Eguizábal sobre Fotografía Publicitaria, es obligatorio para todos los alumnos que se presentan a examen. El segundo, un libro sobre la Historia de la Fotografía, es de libre elección.

LECTURA OBLIGATORIA:

- EGUIZÁBAL, Raúl: Fotografía Publicitaria.

A ELEGIR (sólo uno):

- NEWHALL, Beaumont: Historia de la fotografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2002. (5ª edición, 1ª de 1937).
- SOUGEZ, Marie Loup: Historia de la Fotografía. En cualquiera de sus ediciones.

Para preparar el examen el alumno que lo desee puede resolver sus dudas mediante correo electrónico o solicitando una tutoría presencial a la profesora.

Los alumnos interesados en mejorar su nota pueden realizar un trabajo ensayístico a partir de la lectura del resto de los libros de la Bibliografía.

La profesora aceptará, previo aviso, cualquier sugerencia de trabajo adicional que el alumno considere de su interés.

EVALUACIÓN:

Los alumnos de este grupo realizarán un examen de 10 preguntas que estarán basadas exclusivamente en los contenidos de los manuales. Cada pregunta tendrá un valor total de 1 punto. Para aprobar el examen será necesario obtener 5 puntos. La nota máxima será de 10.

Sólo puntuarán las respuestas rigurosas que demuestren que el alumno ha trabajado y reflexionado la materia. No se tendrán en cuenta las "interpretaciones" y giros aproximados en torno a los temas propuestos.

Los exámenes oficiales están previstos para las fechas siguientes:

- Primera convocatoria: 26 de enero de 2011.
- Segunda convocatoria: 04 de julio de 2011.

[Estas fechas pueden sufrir modificaciones.]

Bibliografía

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

1. Teoría e historia de la imagen fotográfica.

Antecedentes. Un nuevo sistema de representación. Niépce, Daguerre, Fox Talbot, Scot Archer, Nadar, Cameron, Stieglitz. La fotografía en España. Géneros: retrato, paisaje, pictorialismo, fotografía científica. La multiplicación de la imagen. La instantánea. Mensaje sin código. Studium vs. punctum. Lo radical fotográfico.

2. La técnica fotográfica y el proceso creativo.

La formación de la imagen. Luz y color. Sistemas analógicos y digitales. La cámara fotográfica. Tipos de objetivos. Abertura de diafragma y velocidad de exposición. Profundidad de campo. Encuadre e iluminación. Escalas de plano. Color vs. Blanco/Negro. La composición escenográfica: peso visual, ritmo, tensión, equilibrio, dinamismo. El decorado. Manipulación. Fotogenia. La mirada. Belleza y Fealdad.

3. La estética publicitaria: tendencias y estilos.

Las vanguardias históricas: Dadaísmo, Constructivismo, Surrealismo, Bauhaus, Nueva Objetividad. Autores: Cartier-Bresson, Brassai, John Heartfield, Man Ray, Moholy-Nagy, Sander, Strand, Renger-Pätzsch. El descubrimiento del objeto. La fotografía testimonial y el retrato glamour: de Horst P. Horst a Helmut Newton. Influencia del Pop Art. Últimas tendencias.

4. Incidencia de la fotografía en el entorno publicitario.

Convergencia histórica de la fotografía y la publicidad. El documento gráfico. El fotomontaje. Tipofotografía. La fotografía en el proceso publicitario. Géneros de la fotografía publicitaria: bodegón, moda, complementos, automóviles, carátulas discográficas.

Programa Práctico

A lo largo del curso se harán diferentes prácticas con objeto de preparar al alumno para el trabajo final que consistirá en la presentación de un trabajo de fotografía que deberá ser expuesto en clase. El profesor explicará a principio de curso el tipo de trabajos que será necesario realizar para aprobar la asignatura y el calendario de presentación.

Evaluación

Para aprobar la asignatura, el alumno podrá elegir una de las dos opciones siguientes:

- a) Realizar un seguimiento de la asignatura mediante la asistencia a clase, exposición de trabajos, realización de prácticas fotográficas y ejercicios en clase. El profesor explicará a principio de curso el tipo de trabajos que será necesario realizar para aprobar y el calendario de presentación. El alumno que no supere la asignatura por curso, podrá presentarse al examen en convocatoria ordinaria.

b) Realizar el examen en convocatoria ordinaria, que consistirá en el comentario de una fotografía publicitaria y una o dos preguntas de los siguientes libros:

- BARTHES, Roland: La cámara lúcida, Paidós, Barcelona, 1995.
- EGUIZÁBAL, Raúl: Fotografía publicitaria, Cátedra, Madrid, 2001.
- SOUGEZ, Marie-Loup: Historia de la fotografía, Cátedra, Madrid, 2004.

Bibliografía
