

Fotografía publicitaria
GUÍA DOCENTE

GRADO EN FOTOGRAFÍA
Curso 2022/2023

Identificación de la asignatura

<i>Periodo de impartición</i>	A anual
<i>Créditos</i>	9 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Visuales y Creación Digital

Presentación de la asignatura

Inmersión en el género publicitario mediante la aproximación a sus referentes históricos y su evolución dentro de la industria fotográfica. Trabajo sobre los valores implícitos y los medios fotográficos en términos técnicos y de producción necesarios para su obtención. Traducción a imagen de *briefings* y campos conceptuales para lograr la resolución de principio a fin de un proyecto de encargo profesional del ámbito publicitario.

Competencias

<i>Código Competencia</i>	<i>Descripción</i>
CG2	Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
CG3	Planificación y gestión del tiempo.
CG4	Conocimientos básicos del área de estudio.
CG5	Conocimientos básicos del área de estudio.
CG9	Habilidades de búsqueda.
CG10	Capacidad de aprendizaje.
CG12	Capacidad crítica y autocrítica.
CG13	Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
CG14	Capacidad para generar nuevas ideas.
CG15	Resolución de problemas.
CG16	Toma de decisiones.
CG17	Trabajo en equipo.
CG18	Habilidades interpersonales.
CG19	Capacidad de trabajar con un equipo interdisciplinario.
CG20	Capacidad para comunicarse con personas no expertas en la materia.
CG21	Valoración de la diversidad y de la multiculturalidad.

CG23	Habilidad para trabajar de forma autónoma
CG25	Diseño y gestión de proyectos.
CG26	Diseño y gestión de proyectos
CG27	Iniciativa y espíritu emprendedor.
CG29	Interés por la calidad.
CG30	Orientación a resultados
CG31	Sensibilidad estética.
CE3	Adquirir una visión global de la historia del arte y su relación con la cultura visual
CE9	Desarrollar actitudes flexibles para la elaboración de imágenes artísticas.
CE18	Asegurar el dominio de los procesos técnicos fotográficos y sus diferentes resultados estéticos y comunicativos.
CE19	Conocer las principales aplicaciones profesionales y artísticas de la Fotografía y sus técnicas específicas.
CE21	Ser capaz de analizar y producir Fotografías para los sectores de la prensa, la moda y la publicidad.
CE24	Ser capaz de expresarse artísticamente a través de la imagen fotográfica y de analizar obras fotográficas
CE40	Conocer el funcionamiento profesional de las agencias publicitarias en su relación con la Fotografía
CE44	Ser capaz de crear de principio a fin un portfolio propio de calidad profesional

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

- 01- Aplicar los conocimientos sobre técnicas de iluminación adquiridos en clase para la realización de las tareas semanales planteadas (CG2, CG3).
- 02- Realizar un trabajo interdisciplinar en el que saber gestionar los recursos a su alcance, atendiendo a sus propias habilidades personales (CG26, CG30).
- 03- Construir imágenes concebidas gracias al trabajo en equipo, a su capacidad crítica y autocrítica y adaptándose a las nuevas situaciones que puedan presentarse (CG2, CG3, CG4, CG5, CG12, CG13, CG14, CG15, CG17, CG17, CG18, CG19, CG20, CG21, CG25, CG26, CG31).
- 04- Producir los elementos necesarios para una campaña del inicio al fin (contrabriefing, esquemas de iluminación, calendarización, entregables etc.) (CG2, CG5, CG9, CG10, CG12, CG14, CG15, CG25, CG26, CG27, CG29, CG30, CG31, CE9, CE21, CE24, CE40, CE44).
- 05- Planificación y ejecución de un bodegón publicitario en el rol de fotógrafo principal (CG2-CG3-CG4-CG5-CG15-CG16-CG17-CG19-CE21).
- 06- Planificación y ejecución de un bodegón publicitario en el rol de asistente de plató (CG10-CG13-CG17-CG20-CG29-CE44).
- 07- Evaluar y corregir trabajos propios y del resto de los compañeros (CG12-CG14-CG15-CG31-CE24).

08- Analizar las imágenes propuestas, categorizarlas y sintetizar las principales características conceptuales y/o metodológicas que presenten. (CG4, CG12, CE8, CE22, CE24).

Metodología docente

MD1	Impartición de clases teóricas.
MD2	Impartición de clases prácticas.
MD5	Aprendizaje cooperativo y colaborativo.
MD6	Tutorías académicas.

Contenidos

<i>Temario</i>	<p>1.- INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Breve historia, referentes y tendencias recientes</p> <p>2.- PRELIMINARES A LA REALIZACIÓN FOTOGRÁFICA Características del proceso fotográfico aplicado a la realización publicitaria. Cámaras y formatos</p> <p>3.- ESPECIALIDADES FOTOGRÁFICAS DENTRO DE LA PUBLICIDAD: BODEGÓN PUBLICITARIO Estudio de los diferentes materiales y sus necesidades: cristal, metal, gastronomía, etc.</p> <p>4.- ILUMINACIÓN Técnicas de Iluminación para fotografía publicitaria. Esquemas de iluminación. Tonos altos, tonos bajos. Luz natural. Adaptación a la luz solar. Sistemas de medición de la luz. Compensación y control de la exposición.</p> <p>5.- REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Elaboración e interpretación del <i>Briefing</i>. Preparación de los equipos necesarios. Los medios de producción. El valor de la marca. Creación de un estilo o respeto al ya existente. El reportaje publicitario.</p> <p>6.- LA PRESENTACIÓN PROFESIONAL Resolución de salida. Presentación de imágenes profesionales.</p>
----------------	---

AF1	Participación y asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas.	15 horas
AF2	Realización de ejercicios y prácticas en el aula.	60 horas
AF3	Realización de proyectos de creación e interpretación artística (individuales o grupales).	
AF4	Realización de prácticas en aula informática.	
AF5	Realización de actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas a exposiciones o visionado de obras visuales/audiovisuales.	
AF6	Realización de actividades de investigación: búsqueda y selección de documentación, lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.	60 horas
AF7	Asistencia a tutorías individuales presenciales.	6 horas
AF8	Asistencia y realización de pruebas de conocimiento.	9 horas
AF9	Trabajo autónomo de estudio de los contenidos teóricos y elaboración autónoma de trabajos y actividades prácticas.	120 horas

** La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del equipo docente.*

Evaluación

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA

La asistencia a clase es obligatoria. La falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades de una asignatura puede suponer la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. El equipo docente decide la aplicación de esta norma.

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

EVALUACIÓN ORDINARIA

En esta asignatura, la falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades supone la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. SÍ NO

Todos los sistemas deberán obtener una calificación mínima de 5. Si uno de ellos se puntúa por debajo del mínimo, no se procederá al cálculo de la media ponderada.

El equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

En el caso de trabajos, será determinante la entrega/presentación de los mismos en los plazos establecidos por el equipo docente.

Pruebas (*)	Descripción de la prueba	Ponderación (en %)
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas).		
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	Trabajos concretos de esquemas de iluminación	45%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales e informes periódicos.	Fotografía por referencia 10% Campaña publicitaria 20% Montaje Fotográfico 15%	45%
SE5 Actitud en clase y participación en los debates.	Actitud y proactividad	10%
		100%

(*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la **Secretaría Académica** (escritos, grabaciones...)

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del Alumnado de TAI.

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Casajús, C. (1993). *Historia de la fotografía de Moda*. Universidad Complutense de Madrid.
 Costa, J. (1977). *El lenguaje fotográfico*. Ibérico Europea de Ediciones.
 Eguizábal, R. (2006). *Fotografía publicitaria*. Cátedra.
 Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda*. Paidós.
 Herschdorfer, N. (2010). *Belleza moderna en papel satinado: la fotografía de moda y la refinación del cuerpo*. Joyas del artista.
 Keaney, M. (2007). *Fashion&Advertising: the world's top photographers workshops*. RotoVision.

- Liberman, A. (1992). *On the edge, Images from 100 Years of Vogue*. Random House.
- López, P. (2001). *Historia de la fotografía en España*. Lunwerg.
- Marcos Molano, M. M. (1996). *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975-1995*. Universidad Complutense de Madrid.
- Marzal, J. (2008). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Cátedra.
- Pijoan, J. (2001). *La fotografía en España: de los orígenes al siglo XXI*. Espasa Libros.
- Sougez, M. L. (2007). *Historia general de la fotografía*. Cátedra.
- Vilaró, A. (2011). El eco de la fotografía de Barthes. La nueva cámara lúcida: Notas sobre el cine digital. *Comunicación y Sociedad*, 24(1), 247-268.
- White, M. (2013). El ojo y la mente de la cámara. En J. Fontcuberta (Ed.). *Estética fotográfica* (pp. 237-244). Gustavo Gili.

MATERIAL DEL ALUMNO NECESARIO PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Herramientas de trabajo para manualidades: Tijeras, cutter, cinta doble cara, cinta de carroceros, cinta de cámara, abre cartas, pera de aire y cepillo, regla de metal, cartulinas, papel japonés, hilo de pescar, blue tack, etc.

VISITAS, MASTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES