

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Fotografía y Artes Visuales		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	3358
Periodo docente:	Cuarto semestre		
Materia:	Diseño y Producción de Mensajes		
Módulo:	Diseño y Producción de Mensajes Publicitarios (Herramientas)		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Aixa María Jorquera	Aixa.jorquera@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Fotografía y Artes Visuales tiene como objetivo formar a los alumnos en esta disciplina, de manera que conozcan la dimensión de la fotografía como proceso de comunicación, sus posibilidades y sus diferentes usos tanto desde el punto de vista teórico como práctico. Para lograr este objetivo es necesario adquirir un manejo básico de la cámara, uso de objetivos y trabajo con aspectos como la exposición, profundidad de campo y la composición de imágenes. Además, es necesario profundizar en la fotografía como medio publicitario, conociendo sus principales aplicaciones: retrato, bodegón, etc. y las técnicas específicas empleadas en la captación. Estudiaremos a los profesionales más destacados y analizaremos sus estilos. Por último, se hace imprescindible la adquisición de destrezas en postproducción digital empleando software específico.

OBJETIVO

- 1.- Adquirir cultura fotográfica.
- 2.- Comprender la fotografía como lenguaje universal.
- 3.- Conocer la historia de la fotografía publicitaria y sus usos en la sociedad.
- 4.- Estudiar a los grandes fotógrafos e identificar su estilo.
- 5.- Adquirir las herramientas necesarias para el análisis una obra fotográfica.
- 6.- Adquirir un manejo básico de la cámara, uso de objetivos y trabajo con aspectos como la exposición, profundidad de campo y la composición de imágenes.
- 7.- Conocer las principales aplicaciones de la fotografía en publicidad: retrato, bodegón, etc. y las técnicas específicas empleadas en la captación.
- 8.- Adquirir nociones del estudio fotográfico profesional
- 9.- Adquirir de destrezas en postproducción digital empleando software específico.

El objetivo de la asignatura de Fotografía y Artes Visuales es la de formar a los alumnos como auténticos profesionales dentro del área de sus grados.

En esta asignatura se verá teoría de la imagen publicitaria es decir conceptos y problemáticas en torno a la fotografía publicitaria de tal manera que los alumnos sean conscientes del buen uso de la imagen fotográfica utilizada en el medio publicitario y la construcción de su mensaje final. Al tiempo que se llevarán a cabo ejercicios prácticos con los que hacer uso de los conocimientos teóricos previamente adquiridos.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Aquellos adquiridos en Taller de Creatividad I y II así como los de la asignatura de Narración creativa.

CONTENIDOS

1. Introducción
 - 1.1.- Los inicios de la fotografía
2. La cámara
 - 2.1.- Expositómetro
 - 2.2.- Obturador
 - 2.4.- Diafragma
 - 2.5.- Sensibilidad del sensor (ISO)
 - 2.6.- Objetivos
3. Composición fotográfica
 - 3.1.- Contenido y significado
 - 3.2.- Plano
 - 3.3.- Encuadres
 - 3.4.- Perspectiva
 - 3.5.- Proporciones, equilibrio, simetría/asimetría, líneas
 - 3.6.- Profundidad de campo y enfoque
4. Luz y Color
 - 4.1.- Sistemas de color: Aditivo/sustractivo
 - 4.2.- Brillo/saturación
 - 4.3.- Temperatura de color
 - 4.4.- Iluminación natural
 - 4.5.- Iluminación artificial/Flash
5. Postproducción y retoque fotográfico
 - 5.1.- Tratamiento de imágenes
 - 5.2.- Fotocomposición
 - 5.3.- Retoque en publicidad y herramientas útiles
 - 5.4.- Adaptación a formatos
6. Tipos de fotografía publicitaria

- 6.1.- Fotografía alimentos, cristal, metales y bodegones: still life
- 6.2.- Fotografía moda, retrato
- 6.3.- Fotografía publicitaria en estilo de vida: life-style

7. Elementos y equipos de la fotografía publicitaria

- 7.1.- Análisis de las necesidades
- 7.2.- Equipos y profesionales necesarios
- 7.3.- Planificación de una sesión fotográfica

8. Información y comunicación fotográfica

- 8.1.- La fotografía como lenguaje
- 8.2.- Semiótica de la imagen

9.- Los grandes maestros de la fotografía

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Esta asignatura está planteada para que el alumno adquiera unos conocimientos teóricos y prácticos en torno al mundo de la fotografía publicitaria profesional.

Las clases se distribuirán de forma que se puedan ver cuestiones teóricas, conceptuales, éticas y prácticas para crear así un espacio para la reflexión y discusión sobre los usos y mensajes de la fotografía publicitaria.

Una vez que los alumnos hayan interiorizado los conceptos básicos a través de ejemplos y prácticas se llevarán a cabo ejercicios reales con metodologías impuestas en el mundo profesional.

ACTIVIDADES PRESENCIALES:

Clases expositivas: el alumno debe planificar su aprendizaje de cada tema y realizar los análisis, ejercicios, prácticas propuestas por el profesor.

Clases prácticas: trabajo en pequeños grupos o individuales con el fin de profundizar en algún aspecto de los contenidos de la asignatura.

Estudio de casos: análisis, interpretación y crítica de imágenes y campañas fotográficas.

Tutoría: El alumno presentará sus inquietudes formativas, los problemas encontrados al profesor con al menos cinco días de antelación para fijar una tutoría.

Evaluación final: El alumno deberá demostrar la comprensión de lo aprendido a lo largo del cuatrimestre mediante ejercicios teóricos y prácticos así como un trabajo final de análisis que englobe todo el contenido de la asignatura.

TRABAJO AUTÓNOMO:

Estudio teórico de los contenidos de la asignatura; puesta en relación de los contenidos de las clases teóricas, los libros de apoyo y el propio trabajo de investigación sobre los contenidos marcados durante la asignatura.

TRABAJO FINAL TRANSVERSAL:

El trabajo final de esta asignatura consiste en un trabajo transversal compartido con las otras asignaturas del Área de Creatividad del Grado en Publicidad con la finalidad de que los alumnos integren los conocimientos aprendidos en cada una de estas clases en la materialización de piezas publicitarias (iniciadas las clases se dará la hoja de ruta sobre los contenidos que deben reflejarse en el trabajo final transversal).

*Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases Teórico-prácticas 45h Preparación de temario 7h Tutorías 1h Examen final 2h Trabajo con el mentor del trabajo transversal 5h	Aula Virtual 1h Estudio teórico 30h Trabajos individuales 39h trabajos colectivos 20h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Competencias generales

Competencias específicas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Sistema de evaluación:

Se trata de un sistema de Evaluación continua.

- Trabajos y prácticas individuales y colectivos (30%): se realizarán prácticas diversas a lo largo del cuatrimestre.

- Trabajo final transversal (40%): constará de una memoria escrita y una exposición oral con su posterior defensa. Este 40% de la calificación final está distribuida de la siguiente manera: 40% del evaluador externo. El presentará su rúbrica de evaluación cuando se presente el proyecto transversal para que los alumnos conozcas sobre qué se les evalúa. 60% del profesor de la asignatura implicada. Ellos definirán cuáles son las variables que examinarán, y así se lo comunicarán a la clase, tanto en el trabajo escrito como en la defensa oral. Cada grupo debe saber la manera en que cada profesor evaluará tanto de manera individual como grupal los conocimientos adquiridos y aplicados en este trabajo transversal."

- Examen final (30%): tipo test.

¡Advertencias!

- Aunque el examen final es presencial, si por cuestiones sanitarias no fuese posible congregarse in situ a todos los alumnos interesados en hacerlo, se realizará de forma online.
- Para hacer media con las prácticas y trabajos, es necesario aprobar el examen. De lo contrario, se pasará a la convocatoria extraordinaria y, si en ese caso tampoco se aprueba, se perderán las notas de las prácticas y trabajos para el año siguiente.
- Cualquier "corta-pega" de trabajos obtenidos en internet será considerado plagio e implican un suspenso del alumno en ese apartado.
- Los trabajos y prácticas deberán ser entregados en formato, fecha y hora (tanto en Canvas como en papel en clase, según lo determine el profesor para cada ejercicio). De lo contrario, no serán corregidos.
- Para realizar la media, la asignatura el alumno tendrá que haber entregado y tener aprobados cada uno de los apartados de evaluación.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- LANGFORD, M.J., "Fotografía básica", Editorial Omega, 1991.
- EGUIZÁBAL, R., "Fotografía Publicitaria", Editorial Cátedra, Madrid, 2001.
- LANGFORD, M. J., & LANGFORD, M., "La fotografía paso a paso", Ediciones AKAL, 1991.
- BRIGHT, S., "Fotografía hoy", Editorial Nerea, San Sebastián, 2005.
- CALLEJA, L. J. A., DURANTE, M. J. L., & TRABAD, J., "Fotografía digital", Ministerio de Educación de España, 2015.
- HEDGECOE, J.: "Manual de técnica fotográfica", Ediciones AKAL, Madrid, 1992.
- MEEHAN, L., "Fotografía digital: manual básico", Editorial Blume, Barcelona, 2004.
- CASTILLO, J.M., "La composición de la imagen: Del Renacimiento al 3D", Editorial Paraninfo, Madrid, 2012.
- BARTHES, R., "La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía.", Ed. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999. (Col. Paidós Comunicación, 43). (1ª ed. 1980).
- BENJAMIN, W., "La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica", en Discursos interrumpidos, Barcelona, 1987.
- BENJAMIN, W., "Pequeña historia de la fotografía", en Sobre la Fotografía. Ed. Pre-Textos, Valencia, 2004, 21-53. (1ª ed. Frankfurt, 1977).
- KRAUSS, R., "Sobre la fotografía y lo simulácrico", en Revista de Occidente, nº 127, Ed. Voluntad, Madrid, (1991), 11-34.
- MELOT, M., "Breve historia de la imagen", Ed. Siruela, Madrid, 2010. (Col. La Biblioteca Azul-Serie Mínima, 26).

Complementaria

- BAUDRILLARD, J., "Cultura y Simulacro", Ed. Kairós, Barcelona, 2008.
- BAUDRILLARD, J., "El sistema de los objetos", Ed. Siglo XXI, Madrid, 2010.
- BELTING, H., "Antropología de la imagen", Ed. Katz Editores, Madrid, 2007. (Col. Conocimiento, 3032). (1ª ed. 2002).
- BOURDIEU, P., "Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía", Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2003. (Col. FotoGGrafía). (1ª ed. 1965).

CHECA GODOY, A., "Historia de la Publicidad", Ed. Netbiblo. La Coruña, 2007.

CHEVRIER, J. F., "La fotografía entre las bellas artes y los medios de comunicación", Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2007. (Col. FotoGGrafía). (1a ed. 2006).

DEBRAY, R., "Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente", Ed. Paidós, Barcelona, 2002, (Col. Paidós Comunicación, 58).

DUBOIS, P., "El acto fotográfico. De la representación a la recepción", Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, 2002. (Col. Paidós Comunicación, 20). (1a ed. 1983).

MARMON, G., "Iconografía femenina y publicidad", Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.

NEWHALL, B., "Historia de la fotografía", Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

PÉREZ GUALI, J. C., "El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad", Colección Cuadernos Arte Cátedra, Ed. Cátedra. Madrid, 2000.

SCHARF, A., "Arte y fotografía", Ed. Alianza Forma, Madrid, 2001.

SONTAG, S., "Sobre la fotografía", Ed. Edhasa, Barcelona, 1996.

VV.AA., SOUGUEZ, Marie-Loup (Coord.), "Historia General de la Fotografía", Ed. Cátedra. Madrid, 2007. (Col. Manuales de Arte Cátedra).

VV.AA., "Mario Testino. Todo o nada", Catálogo de exposición, Ed. Museo Thyssen Bornemisza, Madrid, 2011.

VV.AA., "Toscani al muro. 10 años de imágenes para United Colors of Benetton", Ed. Universidad de Salamanca, Salamanca, 1995.