



## GRADO EN DISEÑO

Módulo	COMPLEMENTARIO
Materia	TECNOLOGÍA DE LOS NUEVOS MEDIOS
Asignatura	CÓDIGO: 804120 NOMBRE: <b>FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y DE PRODUCTO</b>

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Curso:	Tercero
Carácter:	Optativa
Impartición:	2º semestre
Carga Docente:	6 ECTS
Teórica	3 ECTS
Práctica	3 ECTS
Tutorías	6 horas/semana

Departamento responsable: DISEÑO E IMAGEN  
Coordinadora: Lucía Moreno Diz  
Correo electrónico: [lucmoren@ucm.es](mailto:lucmoren@ucm.es)  
Teléfono: 91 3943653

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

#### DESCRIPTOR

Asignatura teórico-práctica dirigida a ampliar los conocimientos históricos, teóricos y prácticos adquiridos en la asignatura de *Fotografía II*. Se enseñará a los estudiantes a crear, tanto conceptual como técnicamente, imágenes fotográficas específicas para resolver diversos proyectos relacionados con el diseño gráfico, editorial, objetual o escenográfico. En este aprendizaje se trabajará tanto en las fases de generación de la idea como en la pre-producción, producción y postproducción necesaria para llevarla a cabo a través de la fotografía. Además, se iniciará al estudiante en su actividad como profesional.

#### OBJETIVOS

##### Objetivos generales:

- OG.1. Proveer a los estudiantes de las capacidades para obtener un perfil de Diseñador Experto que pueda sostener sus actividades en todos aquellos aspectos técnicos del diseño desde la primera fase de concepción hasta las fases últimas de producción y distribución.
- OG.3. Promover en el estudiante el conocimiento y el dominio de las habilidades que son propias de la manera de pensar y trabajar de los diseñadores en el ejercicio de su labor.
- OG.4. Fomentar una aproximación al diseño orientada al conocimiento de sus diferentes modalidades y tradiciones, a la comprensión de los procesos técnicos y tecnológicos, así como al conocimiento de los materiales y las habilidades técnicas necesarias para trabajar con ellos.
- OG.5. Promover el conocimiento de aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del



contexto del diseño y de sus productos a lo largo de todo su ciclo de vida.

- OG.7. Desarrollar y cultivar en el alumno las habilidades comunicativas en las relaciones interpersonales y en las situaciones profesionales hasta que sea capaz de presentar y defender oralmente y por escrito su propio trabajo

## Objetivos específicos:

- . Aprender a usar imágenes en el ámbito del diseño.
- . Educar en la teoría crítica: fomentar la capacidad de análisis de la imagen del mundo y la capacidad crítica a la hora de construirlo.
- . Comprender la imagen fotográfica como contenedora de contenidos.
- . Aprender el funcionamiento de los bancos de imágenes y sus tipologías.
- . Extraer las estrategias del lenguaje fotográfico que ayudan a materializar en imágenes un concepto para generar imágenes que se ajusten a contenidos específicos y que puedan ser vendidas en un banco de imágenes o una agencia de comunicación.
- . Introducir al alumnado en la fotografía profesional: publicitaria, editorial, ilustrativa y de concepto.
- . Activar la creatividad, la iniciativa, la innovación, la planificación, la búsqueda e integración de información y la orientación a conclusiones finales.
- . Capacitar al alumnado para la utilización de diferentes recursos técnicos relacionados con la fotografía publicitaria y editorial.
- . Aprender a narrar historias por medio de imágenes fotográficas mediante el conocimiento de la estructura básica del reportaje fotográfico.
- . Conocer las agencias de medios y otras plataformas dedicadas a la difusión de imágenes documentales.
- . Comenzar a comprender como se trabaja con clientes reales mediante la adaptación de proyectos al cliente y a los presupuestos.
- . Introducir al alumnado en la producción y postproducción fotográfica.
- . Introducir al alumnado en la realización de proyectos con un acabado profesional.

## COMPETENCIAS

### Competencias generales:

- . CG.2. Adquirir la capacidad básica para enunciar resultados relevantes por su implicación práctica en los distintos campos del Diseño, integrando la información procedente de otras disciplinas, para desarrollar nuevas propuestas y soluciones, así como para transmitir y transferir los conocimientos adquiridos
- . CG.3. Conocer los métodos y técnicas relevantes en distintas áreas de aplicación del Diseño participando en la creación de nuevas soluciones que contribuyan al desarrollo de la sociedad
- . CG.5. Conocer las posibilidades operativas de las herramientas informáticas y familiarizarse con el manejo de los programas adecuados a cada una de las actividades inherentes a las diferentes áreas del Diseño.

### Competencias específicas:

- . CE.2. Aplicar una metodología adecuada al proceso de la elaboración del proyecto
- . CE.3. Conocer y utilizar adecuadamente las herramientas y técnicas tradicionales y digitales más adecuadas a la resolución de los problemas específicos que sean planteados en el campo del diseño
- . CE.4. Planificar la producción de un diseño en función de los procesos necesarios y su interdependencia, asignando una correcta distribución de las herramientas de que se disponga y



de las restricciones de tiempo y recursos

. CE.7. Ser capaz de realizar trabajos profesionales en los campos del diseño gráfico, objetual, escenográfico y en los nuevos medios.

. CE.8. Conocer y entender las teorías y corrientes de pensamiento relativas a los estudios de la imagen y del diseño

## CONTENIDOS

### **1. Las agencias de publicidad, los estudios de diseño y de comunicación, los bancos de imágenes, las agencias y las editoriales.**

Tipos de producciones: fotografía de producto, de concepto, editorial, publicitaria, reportajes

Tipos de clientes y su relación con el fotógrafo. Público objetivo.

### **2. Bancos de imágenes**

El proceso creativo y la estructuración del pensamiento visual: como pasar de la idea a la imagen final. Técnicas y estrategias.

Propiedad intelectual. Derechos de autor, de copia, de explotación etc. El Copyright y el Copyleft

Bancos de imágenes. Imágenes DG y RF. Fotografías de stock, microstock y editorial.

Biblioteca y archivo. Catalogaciones, palabras clave y metadatos

### **4. El proyecto personal editorial**

El proyecto editorial comercial y personal.

Breve Historia de la fotografía publicada. El foto-libro

La investigación visual y conceptual. La elección del tema

La distribución y venta de la obra fotográfica: redes, agencias y plataformas para la difusión del reportaje editorial.

La postproducción: la gestión de un archivo digital, flujos y procesos de trabajo.

Materiales y procesos de edición de imágenes.

### **5. La publicidad y los encargos profesionales**

La gestión del proyecto: el trabajo creativo en colaboración con directores de Arte, diseñadores, directores de cuentas, directores comerciales, editores gráficos, directores de fotografía y clientes directos

El proyecto: el mercado, la empresa y el fotógrafo

La pre-producción

La producción, el equipo técnico y humano: desplazamientos, gastos de viaje, dietas, alquiler de equipo, material, localizaciones y alquileres de espacios, *atrezzo*, *casting*, modelos, estilistas, maquilladores, peluqueros...

### **6. El trabajo como autónomo**

El trabajo de autónomo y la responsabilidad civil, social y legal.

La propuesta de trabajo: *Briefing*, *contrabriefing* y *Layout*

Presupuestos y tarifas

Contratos

Cronograma y calendario

Facturación

## METODOLOGÍA

El método a seguir en el desarrollo de los contenidos tiene la siguiente estructura:

. Seminarios temáticos ilustrados con imágenes que proponen el tema sobre el que versará el proyecto del alumno. En este apartado se combinan metodologías teóricas (lección magistral) y prácticas (análisis del discurso). Sirven para exponer el tema y para aclarar visual y conceptualmente la propuesta de trabajo que realizará el alumno.



- . Trabajo de campo por parte del alumno. Ampliación y acotación de la documentación enseñada y entregada en las clases teóricas. Investigación conceptual, visual y de tendencias culturales.
- . Talleres técnicos encaminados a ayudar a desarrollar los proyectos planteados por los alumnos.
- . Desarrollo de los ejercicios y las prácticas por parte de los alumnos. Se pretende que los estudiantes comprueben si van asimilando los conceptos explicados a través de la realización de imágenes que los contengan.
- . Periodo de tutorías: Una vez realizado el trabajo de campo por parte del alumno y bocetado su proyecto se les ayuda a acotarlo y a definir una metodología de trabajo para poder abordarlo.
- . Construcción del discurso asociado al proyecto. Aprendizaje de recursos para presentar y opinar de forma ordenada acerca de los trabajos realizados en la asignatura

**Actividad Formativa:**

<b>Actividad</b>	<b>Competencias generales transversales y específicas</b>	<b>ECTS</b>
Lecciones magistrales centradas en contenidos teóricos con exposiciones y explicaciones con apoyo de referencias visuales impartidos por los profesores de la asignatura o por expertos en las diferentes materias	C.G.2, C.G.3, C.G.6. C.T.1, C.T.2. C.E.2, C.E.3, C.E.4, C.E.5, C.E.6, C.E.7 C.E.9.	3
Exposición y presentación de trabajos ante el profesor. Tutorías		
Clases de presentación de ejercicios, trabajos o proyectos a desarrollar. Debates dirigidos por el docente		
Exposición y presentación de proyectos y ejercicios por parte del alumno de forma individual o en equipo, bajo la dirección del profesor.		
Resolución de ejercicios individualmente o en grupos. Realización por parte del estudiante de Las propuestas indicadas en talleres y laboratorios y fuera del aula teórica	C.G.2, C.G.3, C.G.6. C.T.1, C.T.2.C.T.3 C.T.4 C.E.1.C.E.2, C.E.3, C.E.4, C.E.5, C.E.6, C.E.7 C.E.9.	70% de los 3 ECTs de trabajo autónomo del estudiante
Actividad autónoma del estudiante: Investigación bibliográfica y visitas a centros con fuentes auxiliares. Preparación de trabajos. Empleo del Campus Virtual.	C.G.2, C.G.3, C.G.6. C.T.1, C.T.2. C.E.2, C.E.3, C.E.4, C.E.5, C.E.6, C.E.7 C.E.9.	30% de los 3 ECTs de trabajo autónomo del estudiante



### Actividad del estudiante:

1. Realización de un reportaje editorial fotográfico para su publicación en una página web, blog o en formato foto-libro. Definición del *briefing* personal, calendario de trabajo, y documentación visual y escrita acerca del tema.
2. Realización de la copia de una fotografía según boceto o imagen propuesto por la profesora.
3. Realización de una fotografía conceptual que ilustre el concepto propuesto para su venta o publicación en un banco de imágenes o una agencia de comunicación.
4. Realización de la creatividad, producción y ejecución una serie de fotografías publicitarias (moda) para un cliente determinado según *briefing*.

### Cronograma

Las actividades que el estudiantado ha de realizar a lo largo del curso se expondrán por la profesora al comienzo de éste.

## EVALUACIÓN

- Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en aula y taller.
- Evaluación continua de la exposición de trabajos autónomos y de sus resultados.
- Evaluación global del proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias y conocimientos.
- El rendimiento del estudiantado se medirá con la siguiente proporción: trabajo tutelado (20-30%), trabajo autónomo en el taller o laboratorio (50-70%) y mediante la corrección realizada en tutorías y controles (10-20%).
- El reportaje editorial (1) equivale al 30% de la nota, la copia técnica o lay out (2) al 10% de la nota, el trabajo de fotografía conceptual (3) al 30% de la nota y la editorial de moda / briefing de cliente (4) al 30%.
- Todos los ejercicios deben estar aprobados para poder aprobar la asignatura.
- Calificación numérica del 1 al 10.

## BIBLIOGRAFÍA

### Ensayo

BARTHES, Roland. *La cámara lúcida*.

BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*.

SONTAG, Susan. *Sobre la fotografía*.

FONTCUBERTA, Joan. *El beso de Judas*.

FONTCUBERTA, Joan. *La cámara de Pandora*.

DUBOIS, Philippe. *El acto fotográfico*.

### Historia de la fotografía

COOTE, Jack Howard. *The Illustrate History of Colour Photography*.

CALBET, Javier y CASTELO, Luis. *Historia de la fotografía*.

CALBET, Javier y CASTELO, Luis. *La fotografía*.

KOETZLE, H. *Fotógrafos de la A a la Z*.

FRIZOT, M. (Ed). *A new history of Photography*.



# bellasartes

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

## Fotografía digital

DALY, Tim. *Manual de fotografía digital*.

GREY, Tim. *El color en la fotografía digital*.

SHEPPARD, Rob. *Epson Complete Guide to Digital Printing*.

FRASER, B. / MURPHY, C. / BUNTING, F. *Uso y administración del color*.

EVENING, Martín. *Photoshop CS5 para fotógrafos*.

SCOTT, Kelby. *The Photoshop CS Book for Digital Photographers*.

MELLADO, José María. *Fotografía de alta calidad*.

KROGH, P. *Gestión del archivo digital para fotógrafos*.

## Técnica

BAVISTER, S. *Técnicas de iluminación de bodegones*.

BROWN, A. *Lighting Secrets for the professional Photographer*.

DAVIS, H. *Fotografía de aproximación*.

FEININGER, Andreas. *Light and Lighting in Photography*.

KOLB, Gary. *Photographing in the studio*.

TAILOR HAW, C. *La iluminación en el estudio fotográfico*.

PETZOLD, Paul. *La iluminación en el retrato*.

## Proyectos

AESTERBY, J. *150 Proyectos de fotografía: técnicas esenciales, ejercicios y proyectos*.

CHILD, J. *Introducción a la fotografía creativa*.

VÁZQUEZ, Rosa Isabel. *El proyecto fotográfico personal*.

PARR, Martin y BADGER, G., *The Photobook: A History I, II, III*.

SHORT, María. *Manual de fotografía creativa aplicada. Contexto y narración en fotografía*.

HIMES, D. D. y SWANSON, V. *Publish your photography book*.

## Revistas

Lens culture ([www.lensculture.com](http://www.lensculture.com))

British journal of photography ([www.bjp-online.com](http://www.bjp-online.com))

Burn Magazine ([www.burnmagazine.org](http://www.burnmagazine.org))

EXIT ([www.exitmedia.net](http://www.exitmedia.net))