



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Estudios Superiores Aragón

División de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación y Periodismo

Programa de la asignatura:		<b>FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA</b>	
Clave: <b>1041</b>	Créditos: 4	Semestre: <b>Sexto u Octavo</b>	
Duración del curso:	Semanas: 16	Área de Conocimiento: <b>Formación Complementaria</b>	
	Horas: 48	Carácter: <b>Optativa</b>	
Horas a la semana:	Teóricas: 1	Modalidad: <b>Curso, Laboratorio</b>	
	Prácticas: 2	Etapas: <b>Preespecialización</b>	
		Tipo: <b>Teórico-práctica</b>	

**SERIACIÓN INDICATIVA ANTECEDENTE:**

Ninguna.

**SERIACIÓN INDICATIVA SUBSECUENTE:**

Ninguna.

**OBJETIVO GENERAL:**

Conocer el manejo de los recursos técnicos y cognoscitivos para la creación de fotografías de carácter publicitario y artístico.

**OBJETIVOS PARTICULARES:**

Identificar los diferentes estilos fotográficos.

Conocer los antecedentes históricos de la fotografía publicitaria y artística.

Conocer y aplicar las principales técnicas y principios de composición en la práctica de la fotografía publicitaria y artística.

Desarrollar un proyecto de fotografía publicitaria.

Poner en práctica los diferentes procesos para la manipulación de la imagen fotográfica.

Asignatura: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA

TEMAS:

CARGA HORARIA:

	TEÓRICAS	PRÁCTICAS
1. Conceptos fotográficos	3 Hrs.	0 Hrs.
2. Historia de la fotografía y el cartel publicitario	3 Hrs.	0 Hrs.
3. Fotografía publicitaria	4 Hrs.	14 Hrs.
4. La fotografía como arte	1 Hrs.	2 Hrs.
5. Los distintos estilos de la fotografía publicitaria y artística	2 Hrs.	10 Hrs.
6. Manipulación de la imagen	2 Hrs.	4 Hrs.
7. Elaboración de portafolios, carpeta o exposición	1 Hrs.	2 Hrs.
	SUMAS:	16 Hrs. 32 Hrs.
	TOTAL:	48 Hrs.

**CONTENIDO DE LOS TEMAS:**

1. Conceptos fotográficos
  - 1.1 La cámara.
  - 1.2 Materiales.
  - 1.3 Manejo de la luz.
  - 1.4 Laboratorio.
  
2. Historia de la fotografía y el cartel publicitario
  - 2.1 Objetivos del cartel publicitario.
  - 2.2 El cartel en el siglo XIX.
  - 2.3 Las técnicas del cartel publicitario en el siglo XX.
  - 2.4 Nuevas tendencias.
  
3. Fotografía publicitaria
  - 3.1 Antecedentes históricos.
  - 3.2 Planeación.
    - 3.2.1 Requerimientos del cliente.
    - 3.2.2 Estructuración del mensaje.
    - 3.2.3 Boceto (imagen y texto).
  - 3.3 Cotización.
    - 3.3.1 Formatos.
    - 3.3.2 Materiales.
    - 3.3.3 Desplazamientos.
    - 3.3.4 Equipos.
  - 3.4 Iluminación.
    - 3.4.1 La luz de flash, la de estudio y la ambiental. Manejo y medición.
    - 3.4.2 El exposímetro manual.
    - 3.4.3 Distintas formas de iluminación.
    - 3.4.4 Las temperaturas de color y el termocolorímetro.
    - 3.4.5 El estudio básico.
  - 3.5 Composición
    - 3.5.1 La sección aurea.
    - 3.5.2 La regla de los tercios.
    - 3.5.3 Las líneas básicas del cuadrante.
    - 3.5.4 La masa y el fondo.
    - 3.5.5 Armonización de los colores y sus connotaciones.
    - 3.5.6 Composición sobre el ser humano.
    - 3.5.7 Los diversos planos y sus usos.
    - 3.5.8 El uso artístico de los planos.
    - 3.5.9 Los planos según la angulación.
    - 3.5.10 Los planos según los puntos de vista.
  - 3.6 Toma de producto.

**CONTENIDO DE LOS TEMAS:**

4. La fotografía como arte
  - 4.1 Antecedentes.
  - 4.2 El acto fotográfico.
    - 4.2.1 Percepción.
    - 4.2.2 Representación.
    - 4.2.3 Interpretación.
    - 4.2.4 Expresión.
  - 4.3 La transformación y expresión de la realidad.
    - 4.3.1 Corte temporal.
    - 4.3.2 Corte espacial.
  
5. Los distintos estilos de la fotografía publicitaria y artística
  - 5.1 El retrato.
  - 5.2 La fotografía de glamour.
  - 5.3 El desnudo artístico.
  - 5.4 La fotografía de arquitectura.
  - 5.5 Fotografía de alimentos y bebidas.
  - 5.6 Fotografía de maquetas.
  - 5.7 Fotografía de producto.
  
6. Manipulación de la imagen
  - 6.1 El fotomontaje.
  - 6.2 El retoque.
  - 6.3 Efectos especiales.
  
7. Elaboración de portafolios, carpeta o exposición
  - 7.1 Selección del tema.
  - 7.2 Práctica de campo.
  - 7.3 Montaje de la exposición.
  - 7.4 Integración del portafolio.

**Asignatura: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA**

<b>TÉCNICAS DE ENSEÑANZA:</b>		<b>ELEMENTOS DE EVALUACIÓN:</b>	
Exposición oral	(X)	Exámenes parciales	(X)
Exposición audiovisual	(X)	Exámenes finales	(X)
Ejercicios en clase	(X)	Trabajo y tareas fuera de aula	(X)
Ejercicios fuera de aula	(X)	Participación en clase	(X)
Seminarios	(X)	Asistencia a prácticas	(X)
Lectura obligatoria	(X)		
Trabajo de investigación	(X)		
Práctica de taller (laboratorio)	(X)		
Práctica de campo	( )		
Otros	( )		

<b>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:</b>	<b>TEMAS DE LA ASIGNATURA PARA LOS QUE SE RECOMIENDA:</b>
<b>TEXTO:</b> Ang, Tom. <i>Manual de fotografía digital.</i> <i>Equipo, técnicas, efectos, proyectos.</i> Ed. Omega Barcelona, 2002.	1, 3 y 6
Barnicoat, John <i>Los carteles: su historia y su lenguaje</i> México, Gustavo Gili, 1988	2 y 3
Bavister, Steve <i>Técnicas de iluminación</i> Bodegones, Barcelona, Omega, 2001.	3, 4 y 5
Bernal, Francisco <i>Técnicas de iluminación en fotografía y cinematografía</i> Barcelona, Omega, 2003.	3, 5 y 6
Bordieu, Pierre <i>La fotografía, un arte intermedio</i> México, Trillas, 1980.	3 y 4
Burian, Peter K. <i>National Geographic: Secretos para hacer grandes fotos.</i> México-España, Océano RBA, 2003.	3, 5 y 6
Davies, Adrián <i>Guía Básica de fotografía digital</i> Barcelona, Omega, 2002.	1, 3 y 6

## Asignatura: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

#### TEXTO:

#### TEMAS DE LA ASIGNATURA PARA LOS QUE SE RECOMIENDA:

Dondis, Donis <i>La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual</i> Barcelona, España, Gustavo Gili, 2003.	3 y 4
Dovan, Walt G. <i>Historia de la fotografía.</i> <i>Enciclopedia popular ilustrada</i> Barcelona, España, Plaza y Janés, 1962.	1, 2 y 3
Dubois, Philippe <i>El acto fotográfico. De la representación a la percepción</i> Barcelona, Paidós Comunicación, 1986.	4
Ferrer Rodríguez, Eulalio <i>Publicidad y comunicación</i> México, Fondo de Cultura Económica, 2003.	1,2 y 3
Freeman, John <i>Cómo hacer buenas fotografías. Curso práctico de fotografía</i> España, Edivision LIBSA, 2001.	1, 3, 4, 5 y 6
<hr/> <i>Fotografía. Un manual actual y completo de técnica fotográfica desde la composición básica hasta las últimas técnicas digitales</i> Barcelona, Omega, 2004.	1, 3, 5 y 6
Freeman, Michael <i>Guía completa de fotografía</i> Barcelona, Blume, 2000.	1, 3, 4 y 5
Frots, Lee <i>Fotografía creativa</i> <i>Con más de 70 técnicas explicadas a fondo</i> Barcelona, Omega, 1998.	3, 4, 5 y 6
Garrett, John <i>El arte de la fotografía en blanco y negro</i> Madrid, Herman Blume, 1991.	1, 3, 4, 5 y 6
Gilmore, Steven R. <i>Creatividad fotográfica</i> <i>Proyectos reales de manipulación fotográfica. Del briefing al resultado final.</i> México, McGraw-Hill, 2001.	3, 4, 5 y 6

Asignatura: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**TEXTO:**

**TEMAS DE LA ASIGNATURA PARA LOS QUE SE RECOMIENDA:**

Hedgecoe, John <i>Nuevo manual de fotografía.</i> <i>La guía definitiva para fotografía en todos los formatos</i> Barcelona, Omega, 2002.	1, 3, 5 y 6
Hurth, Robert y Sheila <i>Técnicas profesionales de fotografía de glamour</i> Madrid, OMNICON, 1994.	3, 4, 5 y 6
Jacobson, Ralph E y otros <i>Manual de fotografía. Fotografía e imagen digital</i> Barcelona, Omega, 2002.	1, 3, 4, 5 y 6
Newhall, Beaumont <i>Historia de la fotografía</i> Barcelona, España, Gustavo Gili, 1983.	2 y 3
Ricarte, José María <i>Creatividad y comunicación persuasiva</i> Barcelona, Aldea Global, 1999.	3, 4, 5 y 6
Las Series Pro-lighting <i>Una guía de técnicas profesionales de iluminación</i> Suiza, Rotovision, 1994 a 1997.	1, 3, 4, 5 y 6
Fotografía de interiores, 1995; efectos especiales, 1997, el retrato en la fotografía 1996. Food shots, 1994; product shots, 1995, Lencería, 1996, Still Life (naturaleza muerta). 1996; Desnudos, 1995.	

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

**TEXTO:**

**TEMAS DE LA ASIGNATURA PARA LOS QUE SE RECOMIENDA:**

Costa, Joan <i>La fotografía. Entre sumisión y subversión</i> México, Trillas, 1991.	4
Flusser, Vilém <i>Hacia una filosofía de la fotografía</i> México, Trillas, 1990.	1 y 4
Freud, Gisèle <i>La fotografía como documento social</i> Barcelona, España, Gustavo Gili, 1993.	2, 3 y 4

## Asignatura: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

TEXTO: TEMAS DE LA ASIGNATURA PARA LOS QUE SE RECOMIENDA:

Guinsber, Enrique <i>Publicidad manipulación para la reproducción</i> México, UAM Xochimilco-Plaza y Valdez, 2001.	4
Hope, Terry <i>Retratos y figuras. Blanco y negro. Cómo desarrollar un estilo.</i> Barcelona, Omega, 2000.	4 y 5
_____ . Bodegones. Cómo conferir un estilo a su creatividad fotográfica. Barcelona, Omega, 2000.	4 y 5
V. V. A. A. <i>Conceptual Still Life Photography</i> New York, New York Gold, 1989.	5

### SUGERENCIAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA:

- Se sugiere que el trabajo de investigación desarrollado a lo largo del semestre esté orientado hacia la conformación de un proyecto publicitario.
- De igual manera es conveniente la elaboración de una carpeta de prácticas, con la finalidad de dotar al alumno de un portafolios que sirva como muestrario de su desarrollo profesional.

### PERFIL PROFESIOGRÁFICO:

El profesor deberá poseer un amplio conocimiento en la fotografía publicitaria. Se sugiere que sea egresado de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Diseño gráfico, Fotógrafo o área afín.

De preferencia deberá tener experiencia en el ámbito de la fotografía publicitaria, además de mostrar aptitud para la docencia.