

PROGRAMA:  
METODOLOGIA, TEMARI I  
PRÀCTIQUES

Fotografia publicitària 20652-54

Professors

Gabriel Martínez i Surinyac

Ana Lage Fombuena

Antoni Zamora Moreno

Llicenciatura de

**Publicitat**

Curs

2011-2012

PLA PILOT BOLONYA (ECTS)

## ASSIGNATURA

Assignatura : Fotografia publicitària

Llicenciatura de: **Publicitat i Relacions Públiques**  
Curs: 2011-2012  
Codi: 20652  
Grup: 54  
Crèdits: 3 (ECTS)  
Curs: Segon  
Semestre: Primer Semestre.  
Horari: Dilluns, 15h-18h

## Índex

Professors	3
Antecedents	4
Descripció i objectius	4
Metodologia	4
Tutoria	4
Campus Virtual	4
Mail	5
Material Didàctic	5
Bibliografia	5
Espais	5
Laboratori	6
Temari	7
Equip de producció	8
Projecte Book	9
Fotografies d'autor	12
Avaluació	13
Dates de lliurament	14
Sessions Programades	15
Calendari	16

## PROFESSORS

### **Gabriel Martínez i Surinyac**

**(coordinació)**

Despatx: 212  
Tel.: 935811445.  
Tutoria: Dilluns, 14h-15h  
Correu: gabriel.martinez@uab.cat

### **Ana Lage Fombuena**

**(aula digital)**

Despatx: 014  
Tel.: 935814461  
Tutoria: Dilluns, 15h-16h  
Correu: ana.lage@uab.cat

### **Antoni Zamora Moreno**

**(il·luminació)**

Despatx: I2-116  
Tel.: 935811591  
Tutoria: Dilluns, 15-16h  
Correu: Antoni.Zamora@uab.cat

## ANTECEDENTS

En l'assignatura de segons curs, segon semestre, **Teoria i tècnica de la fotografia**, s'han treballat els conceptes bàsics de la tecnologia i del llenguatge fotogràfic en la formació de la imatge i els seus procediments productius vers l'edició digital.

Els alumnes que no han realitzat l'assignatura **Teoria i tècnica de la fotografia** no poden matricular-se de Fotografia Publicitària, tret dels alumnes que hagin superat les proves d'accés a segon cicle.

### ALUMNES D'INTERCANVI

Els alumnes d'intercanvi (Erasmus o altres) han de demostrar coneixements previs de fotografia a nivell d'introducció per poder matricular-se en aquest mòdul.

## DESCRIPCIÓ I OBJECTIUS

Fotografia Publicitària és el segon nivell de fotografia dins la llicenciatura de publicitat. L'objectiu és adaptar i incrementar els coneixements fotogràfics al procés de producció i creació fotogràfica dins de l'àmbit de la publicitat, així com el procés d'edició i manipulació digital, incorporant a la càmera el treball **d'il·luminació artificial en temes de retrat i bodegó, així com l'anàlisi d'imatge**.

## METODOLOGIA

La metodologia segueix el concepte d'**Aprenentatge Actiu**. Mitjançant l'orientació de l'equip docent i la planificació inicial de les sessions presencials, a través dels mòduls integrats de teoria i pràctica de la presa d'imatge i de l'edició final, cada equip té l'encàrrec de desenvolupar una activitat final (**PROJECTE: BOOK D'AGÈNCIA**), en el qual l'alumne tindrà també responsabilitats individuals. L'Aprenentatge Actiu també inclou materials virtuals i activitats que ajudin a complementar el procés, com poden ser les fitxes didàctiques, materials de lectura i anàlisi.

## TUTORIA

La **tutoria** permanent dels professors en la unitat de producció fotogràfica en les diferents fases de producció, el recolzament dels tècnics de laboratori, i la consulta de materials virtuals i bibliogràfics conduirà a l'alumne de manera gradual als seus objectius, dins la dinàmica ja experimentada en l'assignatura anterior.

## CAMPUS VIRTUAL

L'alumne ja ha tingut experiència anterior en l'ús del Campus Virtual.

Dins del **CAMPUS VIRTUAL** es facilitaran de manera regular **materials**, notícies i recursos per desenvolupar l'assignatura, per la qual cosa és imprescindible que l'alumne es connecti regularment amb la plataforma, com a mínim un cop a la setmana.

## MAIL

La plataforma del Campus Virtual i el seu espai mail, serà la via habitual de contacte fora de les hores presencials entre professors i alumnes. No obstant, el coordinador tindrà a la seva disposició els mails particulars (o el que facilitin) dels alumnes per crear llistes de correu del grup i fer possible comunicats d'urgència. En principi es gestionarà sobre els mails dels semestre anterior, tret que s'indiquin canvis de mails o incorporació de nous alumnes.

## MATERIAL DIDÀCTIC

Dins el campus virtual s'editaran les fitxes didàctiques i altres textos que a través de continguts teòrics i pràctics, destaquen els aspectes principals de la teoria fotogràfica i de la seva aplicació publicitària. Pel fet de ser una continuació del mòdul fotogràfic de segon curs, també s'inclouran alguns materials que han format part del primer nivell.

## BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

En el campus virtual hi haurà una bibliografia actualitzada

- FONTCUBERTA, Joan. Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica. GG. Barcelona, 1990.
- FREUND, Giselle. La fotografía como documento social, GG. Barcelona, 1976.
- HEDGECOE, John. Nuevo manual de fotografía. Omega. Barcelona, 2004.
- LANGFORD, Michael. Manual del laboratorio fotográfico. Blume, Madrid, 1981.
- LANGFORD, Michael. Tratado de fotografía. Omega. 7ª edición. Barcelona, 2000.
- NEWHALL, Beaumont. Historia de la fotografía. Desde sus orígenes hasta nuestros días. GG. Barcelona, 1983.

### **FOTOGRAFIA DIGITAL**

- FREEMAN, Michael. Guía completa de fotografía digital. Naturart. Barcelona, 2006.
- FOTOGRAFIA DIGITAL DE ALTA CALIDAD. José Maria Mellado. Ediciones Artual. Barcelona, 2007.

## ESPAIS

La metodologia es desenvolupa en els espais docents dels laboratoris de fotografia de la facultat que consten de:

Aula (del laboratori) Plató retrat, Plató Bodegó i aula digital (I2-101).

## LABORATORI I MATERIALS DE FOTOGRAFIA

### LABORATORI

Planta segona, ala oest

Tel. 935811591

Mail: l.fotografia.comunicacio@uab.es

Tècnic: **Pierre Caufapé**

### CÀMERA FOTOGRÀFICA DIGITAL

Les càmeres utilitzades corresponen a reflex digital de la marca CANON, models 350D (10), 450D (6) i 1000D (2).

Són models similars i el seu préstec individual o en grup es demanarà al servei tècnic en l'inici de la sessió.

En cap cas se'n farà reserva prèvia dins l'horari de l'assignatura i seguirà els protocols de l'ordre d'arribada.

Uns sola càmera per grup. S'haurà de deixar un carnet d'estudiant per fer efectiu el préstec.

El mal ús del material serà responsabilitat del grup.

La petició de material fora de les hores assignades, dependrà de la planificació general dels Laboratoris de Fotografia i disponibilitat de càmeres.

Per dies i horaris d'accés lliure a espais i materials, consultar directament al Laboratori.

### MEMÒRIA DIGITAL

Les càmeres utilitzen memòries diferents, COMPACT FLASH en el model 350D, i SD o SDHC en els dos models següents, 450 i 1000.

Com no es pot assegurar la disponibilitat de tots els models de Càmera en el moment de la petició de préstec, serà responsabilitat del grup portar sempre una memòria SD. Si pertoca el model amb CF, el laboratori facilitarà aquesta targeta que s'haurà de descarregar al final de la sessió a dispositius USB particulars de l'alumne.

El laboratori no fa préstec de memòries digitals SD.

Preu aproximat de 2GB-4GB (10-20€)

### BOTIGA DE FOTOGRAFIA

Referència Botiga Campus UAB- Plaça Cívica

ORLIMARC

Orlimarc - Fotografia



**Horario:** de 9 a 20h, de lunes a viernes. **Teléfono:** 93 580 09 40 **Fax:** 93 592 13 68

**Mail:** orlimarc@orlimarc.com **Web:** www.orlimarc.com

## TEMARI

### **FOTOGRAFIA PUBLICITÀRIA (mòdul II, Tercer curs, primer semestre)**

#### **ANÀLISI DE LA IMATGE**

**Característiques bàsiques. Denotació i Connotació. Funcions de la imatge publicitària.**

#### **CÀMERA DIGITAL**

**Controls. Sensors. Balanç de Blancs. Canon Eos D Comparativa**

#### **IL·LUMINACIÓ**

**Propietats de la llum. Llum natural i artificial. Disposició de llums. Esquemes. Retrat. Bodegó.**

#### **FOTOMETRIA**

**Fotòmetre. Medició de l'exposició. Llum incident i reflectida. Color. Temperatura de color.**

#### **EDICIÓ DIGITAL**

**Capcs. Retoc. Màscars. Maquillatge digital. Muntatge per capcs. Fusió de contrast (HDR). El negatiu digital (RAW)**

### **ANTECEDENTS (mòdul I de Segon Curs, Segon semestre)**

**HISTORIA I LENGUATGE FOTOGRÀFIC.** Niépce. Daguerre. Daguerrotípa. Talbot. Eastman.

**LA LLUM I ELS MATERIALS SENSIBLES.** Longitud d'ona. Espectre visible. Fotons.

**LA FORMACIÓ DE LA IMATGE.** Càmera fosca. Reflexió. Refracció. Formació de la imatge. Cercles de confusió.

**LA CÁMERA. CONTROLS PRINCIPALS.** Parts principals. Operacions bàsiques. Sensibilitat.

Objectius. Obturador. Diafragma. Control d'exposició. Càrrega de la pel·lícula. Visor. Enfoc.

**DIAFRAGMA I OBTURADOR.** Quantitat de llum. Números f. Temps d'exposició. Velocitats.

**CONTROL D'EXPOSICIÓ.** Fotòmetre. Valor d'exposició. Manual. Zones. Subexposició. Sobreexposició.

**PROFUNDITAT DE CAMP.** Control. Diafragma. Distància focal. Enfoc. Escala de PC.

**OBTURACIÓ I MOVIMENT.** Prioritat. Congelar. Estela. "Barrido" Zooming

**OBJECTIUS.** Objectius. Distància focal. Formats. Lluminositat. Angles. PC. Perspectiva. Normal. Angular. Teleobjectiu. Ull de peix. Zoom.

**LA COMPOSICIÓ.** Enquadrament. Format. Angulació. Horitzó. Mirada. Tercis. Motiu. Línies. Perspectiva. Simetria. Ombres. Ritme.

**EL COLOR.** Sensació. Ull. Cervell. Inicials. Característiques. Primaris. Secundaris. Càlids. Freds.

**CONCEPTES DIGITALS.** Escàner. Analògic. Digital. Píxel. Resolució. Dimensions. Formats sense i amb compressió. Histograma. B/N

## EQUIP DE PRODUCCIÓ FOTOGRÀFICA

Sobre l'**equip de Producció** radica el nucli de la formació. Cada equip s'organitza per desenvolupar les unitats programades i el **PROJECTE FINAL: BOOK D'AGÈNCIA**.  
L'equip de producció estarà format per **5 alumnes** tret de casos especials o *excés de matrícula*.  
Per facilitar la continuïtat de treball es mantindran els equips de producció de segon curs.  
Per raons d'espai i planificació no poden sortir més de 15 equips.



## “BOOK AGÈNCIA” (equip)

### Agència

L'equip crearà una hipotètica **Agència de Publicitat Especialitzada**.

En funció dels integrants i característiques de l'Agència es dissenyarà i editarà un book d'agència. L'especialitat de l'agència serà sobre un producte real o gamma de productes.

### Descripció

El PROJECTE FINAL consistirà en l'elaboració d'un **BOOK D'AGÈNCIA** que en el seu global ha de conformar una forma de presentació i catàleg de l'agència de publicitat.

### Procés de producció

**Disseny i Esbós.** Per la realització del BOOK caldrà desenvolupar una fase inicial de treball per a la realització i conceptualització a través de la visualització en un **Disseny** de l'estructura dels continguts que caldrà mostrar abans de l'edició final del BOOK.

Així mateix es treballarà un **Esbós** de l'anunci final amb el bodegó.

També es realitzarà un **esquema d'iluminació** del bodegó i de l'autoretrat abans de les sessions de plató programades.

**Programació.** Caldrà seguir amb la fase de producció en la qual l'equip haurà de valorar el timing de tot el procés amb el calendari de programació així com les necessitats que es poden preveure per tal d'ajustar a temps, tecnologia i espais disponibles (tant els programats com els que no ho són).

**Execució.** Fase de realització de totes les peces que s'inclouen en el book.

**Edició final.** Art final en les seves etapes Digital i Impressió.

**Continguts del BOOK D'AGÈNCIA**

L'Estructura del Book estarà formada per:

- 1) Autoretrat.
- 2) Anuncis antecedents (Muntatge digital d'anuncis)
- 3) Anunci amb bodegó.

**1) Autoretrat (un per cada integrant del grup)**

Sessió programada a plató.

Retrat individual en Plató del personal de l'agència. Cada persona serà responsable de la seva imatge tot i que la realització en el plató sigui de tot l'equip. Els autoretrats formaran part de la presentació del personal de l'agència. La foto de grup és facultativa.

**2) Anuncis antecedents. Muntatge digital d'anunci (un per cada integrant del grup)**

Recreació d'anuncis i conceptes. Muntatge digital d'anunci. Creació individual d'edició digital.

Tota agència té treballs antecedents que presentarà en el book. Per tant l'equip haurà de presentar anuncis que l'agència ha fet anteriorment (hipotèticament) dins de la seva especialitat. Per crear aquests antecedents es farà un treball d'edició digital on es crearan anuncis virtuals (un per cada integrant de l'equip) amb la fusió d'imatges (un mínim de tres) extrets principalment de revistes o arxius de qualitat digital (mínim 4 MP). En el muntatge final es poden afegir textos nous de creació (titulars, eslògan, argumentació).

Les imatges originals utilitzades pel muntatge s'hauran d'incloure en la documentació digital adjunta. Les imatges poden ser de reportatges o anuncis.

**3) Un Anunci amb Bodegó de producte.**

Dins del book destaca l'anunci de creació sobre producte lliure, que integra dues imatges: la imatge conceptual i la imatge del bodegó. Facultativament pot incloure altres complements del missatge publicitari com eslògan, text, logotip, etc.

**La imatge conceptual** serà d'execució lliure fora de les programacions. En el cas que requereixi plató, es programarà per reserva fora dels horaris habituals de l'assignatura.

**La imatge del bodegó** s'ha de fer obligatòriament a plató en la sessió programada.

**Art final i aspectes complementaris**

El BOOK també ha de valorar la creació i execució d'altres aspectes com: Portada, Contraportada, Text, Peus de foto. o qualsevol altre aspecte de disseny del book.

El book tindrà dos formats finals; el digital (en CD) i l'imprès.

**CD**

- 1) Les fotografies que formen el **Book** distribuïdes en Carpetes:  
Autoretrat,  
Muntatges anteriors i imatges originals –carpeta per alumne-,  
Anunci: Art final, imatge conceptual i bodegó.
- 2) El format original de disseny del sistema d'impressió utilitzat (fotoprix, hofmann, etc.)

**Imprès**

El format final imprès serà enquadernat, es pot utilitzar la facilitat de timing i preu dels quaderns digitals que realitzen botigues fotogràfiques, com ja es va fer en el mòdul fotogràfic anterior.

Cal preveure una setmana de marge per encàrrecs d'impressió en tendes de fotografia, com [www.fotoprix.com](http://www.fotoprix.com), [www.hofmann.es](http://www.hofmann.es), [www.fotoalbum.es](http://www.fotoalbum.es), o altres similars.

**Lliurament de Book i CD:**

16 de Gener, 2012.

Nota:

**El no compliment de la data de lliurament tindrà penalització (en tot cas es pot lliurar l'albarà de la botiga).**

## 2 FOTOGRAFIES D'AUTOR (individual)

**Independent del book d'agència, l'alumne de manera individual, haurà de realitzar un projecte de fotografia d'autor que constarà de dues fotografies de creació personal on destaquï el punt de vista del fotògraf i el domini de la tècnica fotogràfica utilitzada, UNA sobre el tema de Geografia Publicitària i UNA de tema lliure. No s'admeten fotografies d'arxius aliens o propis anteriors a la convocatòria. No s'admeten muntatges digitals. Càmera amb un mínim de 5MP de resolució. Retocs habituals. S'admeten també en B/N. Amb tot el material se'n farà una exposició virtual a final de curs.**

### **Fotografia d'autor sota el tema de Geografia Publicitària.**

**Tema:** Geografia publicitària.

**Concepte:** La publicitat i la propaganda formen part habitual del nostre entorn i s'han integrat de tal manera en el dia a dia que per a la nostra percepció és una icona més del paisatge i esdevé rutina visual que no sempre mereix atenció.

L'objectiu de la fotografia serà el d'observar conscientment aquesta geografia publicitària i la seva relació amb l'entorn més immediat i fer una instantània que permeti al fotògraf una reflexió sobre el món publicitari, per la seva anècdota, per la seva contradicció, per la seva saturació, per la seva funció social, per la seva funció comercial... Trobar la imatge que dins d'aquesta geografia l'autor vol fer destacar i convidar a una reflexió sobre la publicitat.

El fet que dins del període semestral hi haurà campanya electoral, el tema també és extensible a la propaganda.

**Format de presentació:** Arxiu digital original. Incloure el cognom i nom de l'autor i el lema de la foto.

**Valoració:** Tècnica i capacitat d'expressar el missatge.

**Lliurament:** Per mail al Coordinador abans del 19 de desembre del 2011.

Els arxius originals també s'inclouran en el CD de grup en una carpeta anomenada Geografia Publicitària.

### **Fotografia d'autor de tema lliure (format concurs)**

**Tema:** Lliure.

**Valoració:** Tècnica i expressió.

**Format de presentació:** Paper fotogràfic a 18cm x 24cm, aproximadament.

**Identificació:** En el revers de la fotografia incloure el número d'identificació de l'alumne i el lema. No incloure nom de l'alumne.

**Lliurament:** En sobre tancat sense identificació. En mà al Coordinador abans del 19 de desembre del 2011.

**Concurs:** Les fotografies es presenten sota format de concurs on un jurat escollirà les tres millors fotografies que obtindran la màxima puntuació.

**Jurat:** Els tres professors, el tècnic del laboratori i tres alumnes escollits per sorteig (no podran ser del mateix grup)

**Puntuació:** 0,4 els descartats en la primera tria. 0,6 els descartats en la segona tria. 0,8 els finalistes. 1 punt els tres primers.

Els arxius originals també s'inclouran en el CD de grup en una carpeta anomenada Concurs.

## AVALUACIÓ

La nota final estarà formada per les diferents activitats de l'alumne en equip o individual. Cada una de les activitats tenen el valor indicat en els barems. Les activitats consten dels següents apartats:

<b>Activitat Individual</b>	<b>Barems (sobre 10 punts)</b>
<b>1) QÜESTIONARI.</b> Sobre continguts a respondre a través del Campus Virtual el 9 de gener del 2012 de les 15h a 17h. La seva realització es programarà dins la plataforma del Campus Virtual. Si per qüestions tècniques o de producció això no és possible, el qüestionari es farà presencial en la mateixa data. En qualsevol cas s'avisarà amb anticipació. L'alumne que no superi el qüestionari, haurà de seguir les indicacions del coordinador per assolir el nivell mínim.	<b>2</b>
<b>2) FOTOGRAFIA D'AUTOR</b> Imatge fotogràfica segons proposta temàtica: <i>Geografia Publicitària</i> .	<b>1</b>
<b>3) FOTOGRAFIA D'AUTOR</b> Imatge fotogràfica segons proposta temàtica: <i>Lliure a Concurs</i> .	<b>1</b>
<b>4) MUNTATGE DIGITAL D'ANUNCI</b> (del book). La creació d'un anunci a través de la fusió d'imatges.	<b>1</b>
<b>Activitat d'Equip</b>	
<b>5) AUTORETRAT</b> (del Book). Autoretrat de plató.	<b>1,5</b>
<b>6) ANUNCI AMB BODEGÓ</b> (Book). Anunci de creació.	<b>2,5</b>
<b>7) BOOK</b> (en el seu conjunt). Sobre el book en la seva presentació, composició i art final.	<b>1</b>

Els professors poden variar els barems d'avaluació

## TREBALLS I DATES DE LLIURAMENT

concepte	data	format
FOTOGRAFIA D'AUTOR Geografia Publicitària	Fins a 19 de desembre 2012	Arxiu digital. Per mail al coordinador.
FOTOGRAFIA D'AUTOR Lliure a Concurs	Fins a 19 de desembre 2012	Paper fotogràfic 18 x 24. Sobre tancat sense nom.
QÜESTIONARI	9 DE GENER 2012	Virtual o presencial. 15h – 17h
BOOK	16 DE GENER 2012	Impressió fotogràfica
Autoretrats		
Muntatge digital		
Anunci amb bodegó		
CD o DVD del grup (només un amb tot el material en Carpetes)	16 DE GENER 2012	CD o DVD
1) Les fotografies que formen el <b>Book</b> distribuïdes en Carpetes: Autoretrat, Muntatges anteriors i imatges originals –carpeta per alumne-, Anunci: Art final, imatge conceptual i bodegó. 2) El format original de disseny del sistema d'impressió utilitzat (fotoprix, hofmann, etc.) 3) Les fotografies d'autor.		

Els professors es reserven la possibilitat de fer canvis en l'avaluació, els barems i les dates de lliurament.

## SESSIONS PROGRAMADES

**Sessions de les activitats programades (veure calendari adjunt) amb control d'assistència**

### **AULA /AULA LABORATORI**

**(A).- Càmera digital. Bodegó. Tutoria i Orientació Book.**

Repàs Càmera Digital.

Planificació Bodegó.

Tutoria i Orientació projecte book.

### **PLATÓ**

**(B).-Il·luminació**

Activitat sobre els tipus d'il·luminació general, retrat i mesura amb fotòmetre. Posició de llums i esquemes d'il·luminació.

**(C).-Activitat sobre autoretrat**

Distribució dels equips segons planificació específica de book. Sessió d'autoretrat.

**(D).- Activitat sobre bodegó.**

Distribució dels equips segons planificació específica de book. Sessió de bodegó.

### **AULA DIGITAL**

**(E).- Edició digital.** Ajustaments digitals i tutoria de muntatge d'imatges.

### **AJUSTAMENT PRODUCCIÓ**

Grups sense planificació en el planning.

Temps per Planificació de projecte o accés càmera digital per exterior (per reserva individual o grup)

Les sessions són lliures a disposició dels equips per dedicar a campus virtual, book, tutories i ajustaments de producció.

### **CONTROL D'ASSISTÈNCIA**

En la majoria de sessions programades, l'alumne haurà de signar un control d'assistència.

### **Distribució de sessions/assistència per professor**

A,D – (Gabriel)

B, C – (Antoni)

E – (Anna)

## Fotografia publicitària 20652-54

**CALENDARI**

	dia	Aula laboratori  A	Plató 1  B	Plató 1 Retrat  C	Plató 2 Bodegó  D	Aula Digital  E	Ajustaments Producció Accés càmeres Resta de Grups
	19-9 inici						
1	26-9	11,12,13,14,15	1,2,3,4,5		-	6,7,8,9,10	
2	3-10	6,7,8,9,10	11,12,13,14,15		-	1,2,3,4,5	
3	10-10	1,2,3,4,5	6,7,8,9,10		-	11,12,13,14,15	
4	17-10			11,12	13,14	-	
5	24-10			6,7	8,9	11,12,13,14,15	
pont	31-10						
6	7-11			1,2	3,4	6,7,8,9,10	
7	14-11			13,15	11,12	1,2,3,4,5	
8	21-11			8,10	6,7	-	
9	28-11			3,5	1,2	6,7,8,9,10	
pont	5-12						
10	12-12			9,14	10,15	1,2,3,4,5	
11	19-12			4	5	11,12,13,14,15	
Nadal							
12	9-1	Qüestionari					
13	16-1	Lliurament final	-		-	-	-
14	23-1						
15	30-1	Notes					
	Inter seme stral						
	6-12/ 2						



**SESSIONS C i D**

Les condicions tècniques, espai de plató, número de grups i calendari condicionen la distribució de sessions a plató i obliguen al treball simultani de dos grups per plató, més ajustada en el cas del bodegó per les dimensions de l'espai, per la qual cosa s'exigeix una planificació prèvia per aprofitar millor la sessió i minimitzar les condicions de treball. Qualsevol modificació del calendari s'ha de fer amb anticipació. Qualsevol repetició o ampliació de sessió s'haurà d'establir fora dels horaris habituals de l'assignatura i per reserva d'espais.