

Creativitat Gràfica

2013/2014

Codi: 103147

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Gabriel Martínez Surinyac

Correu electrònic: Gabriel.Martinez@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

ALUMNES ERASMUS I MOBILITAT, CONCERTAR ENTREVISTA CON EL PROFESSOR ANTES DEL INICIO DE LAS CLASES. SOLICITAR ENTREVISTA POR MAIL, Gabriel.Martinez@uab.cat

Objectius

CREATIVITAT GRÀFICA té com a objectiu aplicar la Fotografia a un projecte Publicitari, amb el control del procés des de la fase inicial, la producció i realització fins arribar a l'art final.

Principals objectius formatius: Coneixements bàsics de tecnologia i llenguatge fotogràfic. Procés de producció i creació fotogràfica dins de l'àmbit de la publicitat, edició i manipulació digital. Activitats sobre il·luminació artificial aplicada al Retrat i Bodegó. Anàlisi de la imatge.

Competències

- Publicitat i Relacions Públiques
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Aplicar les tècniques creatives de la redacció d'anuncis.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.
- Utilitzar les diferents teories i tècniques de composició gràfica de textos.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els principis estratègics que determinen una campanya a l'elaboració del briefing creatiu.
2. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
3. Classificar les teories estètiques i tècniques que intervenen en el disseny gràfic i la direcció d'art en publicitat.
4. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
5. Elaborar idees creatives de venda.
6. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
7. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.

8. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
9. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.

Continguts

HISTORIA I LENGUATGE FOTOGRÀFIC. Niépce. Daguerre. Daguerrotipia. 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 CÁMARA. CONTROLS PRINCIPALS. Parts principals. Operacions bàsiques. Sensibilitat.
Objectius. Obturador. Diafragma. Control d'exposició. Balanç de blancs. 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.
Sobrexposició.
PROFUNDITAT DE CAMP. Control. Diafragma. Distància focal. Enfoc. Escala de PC.
OBTURACIÓ I MOVIMENT. Prioritat. Congelar. Estela. "Barrido" Zooming
OBJECTIUS. Objectius. Distància focal. Formats. Luminositat. 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. Capes. Retoc. Màscara. Maquillatge digital. Muntatge per capes. Fusió de contrast (HDR). El negatiu digital (RAW)

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.

ANÀLISI DE LA IMATGE. Característiques bàsiques. Denotació i Connotació. Funcions de la imatge publicitària.

Metodologia

La proposta activa d'un PROJECTE publicitari que integri diferents peces publicitàries.

El projecte consisteix en la creació d'un QUADERN d'Agència amb la exhibició d'alguns dels seus treballs amb un format imprès i digital.

El grup de treball formarà una AGÈNCIA.

El Projecte QUADERN serà realitzat pels integrants de l'Agència.

La dinàmica serà de treball actiu, principalment de plató fotogràfic, o extern segons les peces a realitzar, fins a completar l'art final.

PROJECTE: 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: QUADERN 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.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
EDICIÓ DIGITAL	15	0,6	8, 9
IL·UMINACIÓ ARTIFICIAL, RETRAT I BODEGÓ	15	0,6	1, 2, 4, 5, 7
LA CÀMERA FOTOGRÀFICA	15	0,6	3, 6, 8, 9
Tipus: Supervisades			
CREACIÓ DEL QUADERN	50	2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Tipus: Autònomes			
PROCÉS DE PRODUCCIÓ	52	2,08	2, 6, 8, 9

Avaluació

LA NOTA FINAL ESTARÀ FORMADA PER LES DIFERENTS ACTIVITATS DE L'ALUMNE EN EQUIP O INDIVIDUAL. CADA ACTIVITAT TINDRÀ UN VALOR EN ELS BAREMS. LES ACTIVITAT AVALUADES SERAN:

1- QÜESTIONARI TEMÀTIC - 3 PUNTS

2- CONTINGUTS DEL QUADERN - 7PUNTS (fotos de retrat, anuncis, fotografies d'autor, bodegons, imatge de marca...)

L'equip docent pot variar els barems d'avaluació.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
CREACIÓ DEL QUADERN	70%	0	0	2, 6, 8, 9
QÜESTIONARI	30 %	3	0,12	2, 5, 7

Bibliografia

FONTCUBERTA, Joan. Fotografia: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica. GG. Barcelona, 1990.

FREEMAN, Michael. Guía completa de fotografía digital. Naturart. Barcelona, 2006.

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.

MELLADO, José María. Fotografía digital de alta calidad. Ediciones Artual. Barcelona, 2007.

NEWHALL, Beaumont. Historia de la fotografía. Desde sus orígenes hasta nuestros días. GG. Barcelona, 1983.