

Creativitat Gràfica**2015/2016**

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 de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Prerequisits**ERASMUS Y MOBILIDAD**

ALUMNOS ERASMUS Y MOBILIDAD INTERESADOS EN [ESTA](#) ASIGNATURA, POR LA ESPECIAL METODOLOGIA Y LA LIMITACIÓN DE ESPACIOS DE LABORATORIO, QUE PUEDE LIMITAR EL CUPO DE MATRICULA, ES IMPRESCINDIBLE CONCERTAR ENTREVISTA A PRINCIPIOS DE SEPTIEMBRE, O EN TODO CASO SIEMPRE ANTES DEL INICIO DE LAS CLASES, CON EL PROFESOR Gabriel Martínez, Gabriel.Martinez@uab.cat NO SE ATENDERÁ CON POSTERIORIDAD

Objectius

CREATIVITAT GRÀFICA té [com](#) 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

- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Aplicar les tècniques creatives de la redacció d'anuncis.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- 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 LLENGUATGE 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.
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. Maquillatge digital. 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. Mesura 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 ACTIVITATS 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. Fotografía: 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.