

<b>Ciclo Formativo Superior</b>	<b>Año:</b> 2023-2024
<b>Especialidad:</b> Gráfica publicitaria	<b>Curso:</b> 2º
<b>Asignatura:</b> Recursos aplicados a la fotografía publicitaria	
<b>Professorat:</b> Jordi Arroyo García, José Luis García Llorens	<b>Horas semanales:</b> 4
<b>e-mail:</b> <a href="mailto:arroyoj@easdalcoi.es">arroyoj@easdalcoi.es</a> <a href="mailto:garciajl@easdalcoi.es">garciajl@easdalcoi.es</a>	

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1. Introducción al módulo formativo
2. Objetivos
3. Contenidos
4. Planificación y temporización
5. Metodología
6. Evaluación
7. Actividades extraescolares
8. Recursos
9. Bibliografía

### 1. Introducción al módulo formativo.

#### Marco normativo

*El Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.*

*Identificación del título.*

Denominación: Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

Nivel: Grado superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño.

Duración total del ciclo: Dos mil horas. Familia profesional artística: Comunicación gráfica y audiovisual. Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

*Lo dispuesto en este real decreto sustituye a la regulación del título de Gráfica Publicitaria contenido en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, por el que se establecen los títulos de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en Ilustración y en Fotografía Artística, pertenecientes a la familia profesional de Diseño Gráfico y se aprueban sus enseñanzas mínimas.*

*El DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell, por el que se establece el currículo de las enseñanzas artísticas profesionales correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, en el ámbito de la Comunitat Valenciana. [2013/9162]*

*RESOLUCIÓN de 6 de julio de 2023, del secretario autonómico de Educación y Formación Profesional, de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte, por la que se dictan instrucciones sobre ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros docentes de la Comunitat Valenciana que durante el curso 2023-2024 impartan enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño. [2023/7826]*

Los módulos de este ciclo formativo se organizan en dos cursos académicos. La distribución de módulos en cada uno de los dos cursos, su duración, la asignación horaria semanal y la asignación de créditos ECTS correspondiente

#### **Distribución horaria de las enseñanzas:**

	Horas lectivas	Créditos ECTS.
Módulos impartidos en el curso	1850	112
Fase de formación de prácticas	150	8
Total de horas enseñanzas	2000	120

En el currículo se establece el módulo de fotografía, en el cual se imparten 75 horas lectivas, 4 horas semanales a lo largo de todo el curso, acabando en marzo. Equivale a un total de 4 créditos ECTS.

#### **Presentación**

Las competencias de este módulo son las siguientes:

1. Proponer y realizar soluciones gráficas para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales.

2. Planificar el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos, hasta la realización del producto gráfico acabado.
3. Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.
4. Llevar a cabo, de manera autónoma, proyectos gráficos publicitarios con el nivel de calidad exigible profesionalmente.
5. Comunicar eficientemente mediante recursos gráficos ideas y mensajes publicitarios.
6. Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo.
7. Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.
8. Planificar y realizar proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases y llevar a cabo los controles de calidad correspondientes para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
9. Definir los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario en un soporte gráfico.
10. Transmitir con precisión la información adecuada para los procesos de reproducción y realizar el seguimiento y control de calidad correspondiente hasta conseguir un resultado impreso idóneo.
11. Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.

En el módulo que aquí tratamos, Recursos aplicados a la fotografía publicitaria, pueden concurrir contenidos que se impartan en otros módulos creando duplicidad de información por lo que habrá que coordinarse con el o los profesores que impartan los módulos:

Teoría de la publicidad y del marketing: en esta asignatura se trabaja el mensaje publicitario, las agencias, la persuasión...sin embargo en el módulo de fotografía, estos apartados se verán solo desde el punto de vista de la imagen fotográfica. Lo ideal sería realizar un trabajo conjunto con esta asignatura. Además, se realizarán trabajos prácticos en los que se trabaje en coordinación con otros módulos, el de Medios informáticos y el de Proyectos.

---

## **2. Objetivos Pedagógicos.**

---

**(curriculum DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell)**

1. Trabajar desde el punto de vista práctico la fotografía publicitaria.
2. Ubicar al alumnado en el contexto publicitario y dotarlo de las herramientas necesarias para trabajar con imágenes.
3. Actualizar, especializar y ampliar los conocimientos fotográficos para aplicarlos al campo de la publicidad.

---

### 3. Contenidos.

---

#### Fichas de unidades de trabajo.

UD 1	<b>Evolución de la imagen en el mensaje publicitario.</b>	Horas (C+P)	6+10
Introducción:			
<p>En esta unidad didáctica se pretende que el alumnado conozca la evolución que ha seguido la imagen fotográfica publicitaria desde sus inicios hasta la actualidad. Se trabajarán referentes del género fotográfico publicitario y sus semejanzas respecto a otros géneros tradicionales de la fotografía como son el bodegón o el retrato.</p>			
Objetivos (O):		Preconocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la evolución de la fotografía publicitaria.</li> <li>• Adquirir referentes teóricos, prácticos y autorales propios de la fotografía publicitaria, así como de otros géneros fotográficos...</li> </ul>		<p>En esta unidad didáctica se precisa un nivel de fotografía básica.</p>	
Contenidos (C):		Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución de la imagen fotográfica aplicada a la publicidad.</li> <li>• Imagen fotográfica versus imagen publicitaria.</li> <li>• Los géneros fotográficos.</li> <li>• Ubicar al alumnado en el contexto publicitario y dotarlo de las herramientas necesarias para trabajar con imágenes.</li> </ul>		<p>P1 (2h)- Visita al plató fotográfico, estudio de los elementos necesarios para iluminar y del manejo de estos.</p> <p>T1 (8h) Realizar una serie de análisis de fotografías en las que se trabajen los géneros publicitarios, así como de las diversas publicaciones en las que se pueden encontrar.</p>	

UD 2	<b>El encargo fotográfico. Una metodología y técnica general.</b>	Horas (C+P):	
Introducción (caso práctico):			
<p>En esta unidad temática se trabajarán los conceptos que afectan a las necesidades y encargos de una publicación editorial.</p> <p>Partiendo de un proyecto ficticio o real en torno a un encargo concreto.</p> <p>Se irán planteando la consecución de imágenes fotográficas de una serie de soportes para publicaciones editoriales, anuncios en revistas y también para promoción de tiendas online a través de una serie de encargos fotográficos vinculados a la fotografía de retrato y producto que se desarrollará en la unidad 3. Todos los encargos deberán mantener una coherencia estética, visual y conceptual en la línea del soporte seleccionado.</p>			
Objetivos (O):		Preconocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entender la fotografía como un elemento más del proceso de creación de un proyecto publicitario.</li> <li>● Conocer las necesidades de un encargo editorial para una publicación concreta partiendo de la identidad de la cabecera y de la adecuación de forma y contenidos a la línea editorial.</li> </ul>		<p>Se precisará un conocimiento básico del trabajo fotográfico en plató y de la técnica fotográfica en general.</p>	
Contenidos (C):		Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):	

<ul style="list-style-type: none"> <li>● La fotografía publicitaria. Preparación y realización.</li> <li>● El trabajo en equipo, roles y funciones. El encargo y la gestión de recursos.</li> <li>● La persuasión en la imagen publicitaria.</li> <li>● La ficha técnica</li> <li>● Técnicas de iluminación según materiales</li> <li>● Equipos fotográficos y técnicas básicas en el plató.</li> </ul>	<p>A1- Visita a un plató fotográfico especializado en publicidad.</p> <p>T1- “El encargo”. Se planteará un trabajo encargado por una publicación, empresa o servicio para la realización de un soporte publicitario determinado.</p>
---	--

UD 3	<b>La producción fotográfica. Producto y retrato.</b>	Horas (C+P):	
Introducción (caso práctico):			
En esta unidad didáctica se va a trabajar la parte más práctica de la fotografía publicitaria. Se tratarán conceptos como la planificación y producción de un trabajo publicitario.			
Objetivos (O):		Preconocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.- Aprender a planificar un trabajo para minimizar costes.</li> <li>● 2- Aprender a gestionar el trabajo realizado.</li> <li>● 3- Conocer los roles y competencias de cada miembro del equipo para preparar</li> </ul>		Se precisan de conocimientos importantes de fotografía.	

los trabajos y conseguir juntos la máxima calidad.	
<b>Contenidos (C):</b>	<b>Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La editorial publicitaria. Planificación y preproducción.</li> <li>• Briefing y concepto.</li> <li>• Localizaciones y recursos.</li> <li>• Gestión y desarrollo de la sesión fotográfica.</li> </ul>	<p>P1- Realización de una serie de fotografías digitales que posteriormente serán tratadas y retocadas en postproducción.</p> <p>T1- Realización de una editorial del género producto, individual, pero colaborativo, intercambiando los roles del equipo en cada una de las series.</p> <p>T2- Realización de una editorial del género retrato, grupal y colaborativo.</p>

UD 4	<b>Aplicación de la fotografía a diferentes formatos.</b>	Horas (C+P):	
<b>Introducción (caso práctico):</b>			
<p>En esta unidad didáctica se va a trabajar la postproducción y Arte final de la fotografía publicitaria. Se trabajarán las pruebas, la presentación y archivo de los materiales utilizados y el acabado final para la impresión de estos. Esta unidad se irá desarrollando a lo largo de todo el curso ya que tiene relación y aplicación a todos los contenidos de las unidades anteriores.</p>			
<b>Objetivos (O):</b>		<b>Preconocimientos:</b>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar, especializar y ampliar los conocimientos fotográficos para aplicarlos al campo de la publicidad.</li> <li>• Conocer los diferentes formatos en los que es posible aplicar la imagen publicitaria.</li> </ul>	Se precisan conocimientos medios de maquetación e impresión.
Contenidos (C):	Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La editorial publicitaria. Gestión de las pruebas, presentación y archivo de los materiales generados. Postproducción.</li> <li>• Tipos de salidas y tratamiento de archivos.</li> <li>• Formatos donde es posible trabajar la fotografía publicitaria.</li> <li>• Los perfiles de color.</li> </ul>	<p>P1- Pruebas de impresión</p> <p>T1- Impresión de la maqueta de una publicación editorial.</p>

---

## 4. Planificación y temporización.

---

### Temporalización.

Trimestre	Contenidos y temporalización
1er Trimestre  Del 21 de septiembre al 14 de diciembre.	<p>UNIDAD DIDÁCTICA 1: del 21 al 29 de septiembre. Contenidos conceptuales. La fotografía publicitaria. Del 2 de octubre al 13 de octubre. Contenidos procedimentales. Análisis de publicaciones editoriales.</p> <p>UNIDAD DIDÁCTICA 2: del 16 de octubre al 10 de noviembre. Contenidos procedimentales. Fotografía editorial para ilustrar un reportaje sobre algún tema concreto</p>

2º trimestre  Del 8 de enero al 14 de marzo	UNIDAD DIDÁCTICA 3: Del 13 de noviembre al 23 de febrero. Contenidos procedimentales. Trabajos publicitarios de fotografía del género producto y retrato.  UNIDAD DIDÁCTICA 4. Del 26 de febrero al 14 de marzo. Maquetación de la publicación y adaptación del archivo a diferentes salidas de impresión.

		CURSO 2021-2022											
		SEP	OCT	NOV	1ª EV	DIC	ENE	FEB	MAR	2ª EV	ABR	MAY	JUN
<b>UNIDADES DIDÁCTICAS</b>	<b>UD. 1</b>										<b>PRÁCTICAS EMPRESA Y PROYECTO INTEGRADO</b>		
	<b>UD. 2</b>												
	<b>UD. 3</b>												
	<b>UD. 4</b>												

## 5. Metodología didáctica.

- La asignatura se enmarca en las materias de Formación Básica. Por ello, su docencia natural es definible en lo que entendemos como parte teórica

fundamental complementada con un examen y finaliza con las prácticas adecuadas para el conocimiento básico del proceso fotográfico y la comunicación audiovisual, complementadas con trabajos de copiado y montaje en las imágenes solicitadas.

- En lo que entendemos como Fotografía de Campo, en la fase de prácticas, se hace fundamental en nuestra didáctica de la Fotografía la conexión con el exterior. Por ello, una parte de la fase formativa se desarrollará en exteriores y otra parte en el plató fotográfico.

- Se plantearán antes de cada trabajo los contenidos teóricos necesarios para entender las necesidades para el trabajo de campo.

- A lo largo de la semana se destinarán varias sesiones según las necesidades y el tema, a ilustrar con imágenes el trabajo a realizar, apoyadas con equipo y material fotográfico.

- La aplicación de tales conceptos se desarrollará posteriormente. En ellas el alumnado realizará los trabajos propuestos (con la ayuda y el asesoramiento del docente) constituidos por imágenes fotográficas en los que se aplican los conocimientos aprendidos en las clases técnicas y teóricas.

- Visionado de imágenes o de los trabajos de cada alumno y alumna para comentar los elementos técnicos y estéticos más sobresalientes y mostrar los posibles fallos y soluciones.

---

## **6. Evaluación.**

---

1. - En general, la evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas para estos estudios.
2. - Asimilación de los conceptos teóricos del Proceso Fotográfico.
3. - Destreza perceptiva, composición, creatividad y capacidad estética.
4. - Conocimiento práctico de los procesos derivados de los distintos contenidos temáticos: conocimientos sobre profundidad de campo, movimiento e iluminación siempre aplicado a cada uno de los proyectos.
5. - Utilización y uso correcto de los diferentes procesos fotográficos.
6. - Conocimiento y uso correcto de la terminología profesional.
7. - Sensibilidad para expresar de forma inteligible situaciones extraídas de su propia experiencia.
8. - Capacidad crítica para opinar sobre los distintos valores o defectos fotográficos, ya sea estéticos o técnicos.
9. - Aportaciones personales que vengan marcadas por un claro perfil investigador.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN** (REAL DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell)

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Utilizar con destreza los equipos y las técnicas propias del medio fotográfico.

2. Comprender los mecanismos teórico-expresivos del medio fotográfico y utilizarlos con una finalidad comunicativa.
3. Integrar la fotografía en la realización de proyectos de gráfica publicitaria bien sea como herramienta de creación o como recurso expresivo y comunicativo.
4. Valorar de manera argumentada la producción fotográfica propia o ajena utilizando criterios técnicos, artísticos y comunicativos.
5. Conocer y emplear correctamente la terminología específica del módulo.
6. Mostrar capacidad crítica para emitir un juicio estético y técnico argumentado, con relación a imágenes fotográficas.

### **PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN:**

- **CRITERIOS CONCEPTUALES** (conocimientos): evaluar los conocimientos mediante la correcta aplicación de estos a los trabajos propuestos y la memoria de estos.

- **CRITERIOS PROCEDIMENTALES**: en ellos se tendrán en cuenta los trabajos que se han ido planteando a lo largo de las diferentes unidades didácticas. La calificación de estos se realizará según lo dispuesto al final de este apartado.

La evaluación será continua y se requerirá la asistencia regular a clase.

- Evaluación continua: esta se realizará a través de la observación del trabajo individual del alumnado, de la evolución en sus trabajos, de la participación en clase...

- Evaluación final: se efectuará a través del resultado obtenido en los diferentes trabajos propuestos al final de cada unidad didáctica, realizándose una media de estos, así como la evolución que ha mantenido el alumnado a lo largo del semestre y su actitud hacia la asignatura. Los trabajos realizados fuera del centro sin la supervisión ni el seguimiento del profesor podrán ser rechazados.

- Las notas se ponderarán atendiendo a las siguientes especificaciones:
- La asistencia a clase es condición necesaria, pero no suficiente. La asistencia es obligatoria, no constituye, por lo tanto, un mérito en sí misma. La superación de más de un 20% de faltas de asistencia supondrá la pérdida de la evaluación continua.
- La calificación para aquellos alumnos y alumnas cuyas faltas superen más del 20% de asistencia, además de entregar todos los proyectos de cada una de las unidades didácticas deberán realizar un examen en la fecha marcada. Dicha prueba se dividirá en teórico, teórico-práctico y práctico.
- Así mismo, la mera presentación de los trabajos no presupone su valoración positiva, al igual que la asistencia, es algo necesario, pero no suficiente.
- En cada evaluación será el resultado de sacar la media de los ejercicios prácticos y de la resolución de ejercicios teórico-prácticos tipo examen, si los hubiese. No obstante, la actitud en clase, la asistencia, el interés demostrado por el alumnado hacia la asignatura, el cuidado de los medios materiales de uso común y la educación en el trato con compañeros y profesores condicionarán la nota final.

- Será requisito la presentación de todos y cada uno de los ejercicios propuestos para la superación de cada evaluación y, por supuesto, del curso. Siendo necesario que todos tengan una nota igual o superior a 5.
- El retraso en la entrega de un trabajo sin justificación supondrá un descenso de un 20% de la nota. En caso de superar una semana de la fecha estipulada, se le asignará una práctica extra. Esta práctica le será asignada una vez entregue el trabajo pendiente.
- En aquellos casos en los que la calificación no supere la mínima establecida como suficiente, la forma de recuperación será la de plantear nuevamente el proyecto después de haberse incidido en los detalles incorrectos, errores u omisiones cometidas. Superadas éstas, el proyecto se podrá considerar recuperado.
- El docente, si lo estima oportuno, puede realizar exámenes teóricos, prácticos o de edición digital.

### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE TRABAJOS:**

- Que el trabajo se ajuste a los contenidos explicados en clase, para ello en los trabajos se valorará la técnica, composición, iluminación, creatividad, la experimentación y la inventiva (60%)

- La presentación correcta de los trabajos y de la memoria justificativa (30%)

- La asistencia a clase y la participación e interés en la realización de los trabajos (10%)

### **CRITERIOS DE RECUPERACIÓN:**

- Todos aquellos proyectos y/o ejercicios que no hayan sido superados deberán repetirse para la consecución óptima de los objetivos planteados para estos.
- Repeticiones y/o realización de ejercicios de recuperación y refuerzo a aquellos alumnos y alumnas que no hayan superado los objetivos mínimos de la asignatura.
- Si el profesor lo considera conveniente, los alumnos/as realizarán exámenes teóricos o trabajos finales para completar la evaluación.

---

## 9. Bibliografía

---

. General:

- 1.- Historia General de la Fotografía. Autor: Marie-Loup Sougez y otros. Edita: Manuales de Cátedra. 2009
- 2.- Sobre la Fotografía. Walter Benjamin. Pre-Textos. 2008
- 3.- La Imagen Fotográfica. Joaquín Perea González y otros. Edita Akal. 2007
- 4.- Diccionario Espasa de Fotografía. Juan Miguel Sánchez Vigil. Espasa. 2002
- 5.- Fotografía básica. Michael Langford. Omega
- 6.- La fotografía del siglo XX. Museum Ludwing Colonia. Thashen

Específica:

- 1.- Tratado de Fotografía. Autor: Michael Langford y Efthimia Bilissi. Edita: Omega. Focal Press. 2009
- 3.- Composición. Blume fotografía. David Präkel. 2007



- 4.- Iluminación. Blume fotografía. David Präkel. 2007
- 5.- Captar el Color. Blume Fotografía. Phil Malpas. 2009
- 6.- Postproducción del Blanco y Negro. Blume Fotografía. Steve Macleod. 2009
- 7.- Postproducción del color. Blume Fotografía. Steve Macleod. 2009.
- 8.- Creación de imágenes digitales. Guía visual para fotógrafos. Les Meehan Blume 2004
- 9.- Fotografía publicitaria. Cátedra. Raúl Eguizabal. 2011
- 9.- El sabor de una imagen. Fotografía de alimentos de alta calidad. Anaya. 2012 Nicole s. Young
- 10.- Productos alimenticios. Técnicas de iluminación. Omega. Steve Bavister.
- 11.- Fotografía digital para profesionales. Lee Varis. Anaya
- 12.- Guía de la fotografía digital. John Clements. Libros cúpula