

## CURSO PROFESIONAL

# Fotografía Aplicada: Publicidad, Moda, Editorial y Arquitectura

**Duración** 100 horas lectivas (50 sesiones de 2 horas)  
**Horario** opción A - martes y jueves de 17:00 a 19:00h  
opción B - martes y jueves de 20:00 a 22:00h  
**Fechas** octubre a mayo

## PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

La fotografía publicitaria plantea al profesional retos comunicativos muy exigentes. Para superarlos con éxito, el fotógrafo debe desarrollar unas capacidades específicas que incluyen, no sólo el conocimiento de todas las técnicas y recursos disponibles, sino también un criterio técnico y estético que le permita elegir la solución más adecuada en cada momento.

A lo largo de este plan de estudios y a través de la realización de diferentes productos publicitarios (como envases, vallas, *displays*, folletos o catálogos para campañas institucionales, de moda, de arquitectura e interiorismo,...) el alumno se enfrenta a sus primeros desafíos comunicativos y se ejercita en superarlos adecuadamente. En este sentido, los materiales que resultan fotográficamente más conflictivos (entre otros los cromados, las joyas, los cristales, las botellas o los cubiertos) son objeto de un detallado estudio que capacita al alumno para conseguir los mejores resultados.

Al mismo tiempo, los participantes se familiarizan con los equipos de cámara, respaldos digitales y flashes de más alto nivel, que son los que utilizará en sus encargos profesionales. Entre otras técnicas, los alumnos aprenderán la captura digital en alta resolución y el posterior tratamiento digital de las fotografías. Al final del curso cada estudiante dispondrá de un amplio *book* de sus trabajos, que incluirá los temas y técnicas más habituales en la fotografía publicitaria.



© Foto izquierda: Rafa Márquez – Foto derecha: Patricia Prada

## DIRIGIDO A

Este es un curso dirigido a quienes desean trabajar en el ámbito de la fotografía publicitaria y que ya poseen un buen nivel de conocimientos fotográficos, tanto técnicos como estéticos.

Por eso, para acceder a este curso es imprescindible haber superado el Curso General de Fotografía de IDEP o, en su defecto, acreditar un nivel de conocimientos equivalente. Para ello se deberá presentar el currículum, concertar una entrevista para mostrar el *book* y aportar los documentos que acrediten los estudios realizados en otro centro. También es posible mostrar los trabajos personales a través de Internet, mediante página web, CD o DVD.

## ESTRUCTURA Y CONTENIDO

Este plan de estudios está estructurado en distintos bloques temáticos con un enfoque eminentemente práctico.

1- Presentación del curso: Planteamiento y planificación.

### I. La campaña publicitaria

2- Funcionamiento de una campaña publicitaria. Objetivos. Agencias. Lenguaje publicitario.

### II. Cámaras, formación de la imagen

3- Proyección de la imagen. Distorsión. Modificación del plano de foco. Profundidad de campo. Objetivos. Ley de *Scheimflug*.

#### Encargo del proyecto 1. Cámara. Punto de vista. Encuadre

4- Cámara de Gran Formato. Funcionamiento. Ejercicio con cámara de gran formato. Control de perspectiva. Película y control de la exposición.

5- Ejercicio con cámara de gran formato.

### II. La imagen en la campaña publicitaria

6- Utilización de la imagen en los medios.

### IV. Captura digital

7- Respaldo digital. Funcionamiento y captura de imágenes.

8- Práctica de fotografía digital. Bodegón. Cámara de gran formato. Control del color y de la exposición.

9- Práctica de fotografía digital. Bodegón. **Entrega del proyecto 1.**

### V. Iluminación

10- Equipo de iluminación. Flash. Accesorios. Sistemas de medición. Prácticas.

#### Encargo del proyecto 2 (Iluminación).

11- Función de la luz y sus características.

12- Ejercicio de iluminación: texturas.

13- Ejercicio de iluminación: reflejos.

14- Ejercicio de iluminación: transparencias.

15- Ejercicio de iluminación: luz polarizada.

16- Visionado ejercicios de iluminación. Análisis de los proyectos encargados de iluminación (proyecto 2).

### VI. Retrato

17- **Proyecto:** Planteamientos en el retrato. **Encargo del proyecto 3 (Retrato).**

18- Retrato publicitario. Ejercicio con modelo.

19- Retrato publicitario. Ejercicio con modelo.

20- Análisis de resultados.

21- **Entrega del proyecto 2 (Iluminación).**

### **VII. Bodegón**

- 22- **Proyecto 4:** Planteamiento del bodegón y estilismo. **Encargo del proyecto 4 (Bodegón).**
- 23- Realización de proyectos I.
- 24- Realización de proyectos II.
- 25- Realización de proyectos III.
- 26- Realización de proyectos IV.
- 27- Visionado de los resultados de las prácticas anteriores y su aplicación en los proyectos.
- 28- **Entrega del proyecto 3 (Retrato).**

### **VIII. Belleza**

- 29- **Proyectos:** Presentación. Agencias. Casting.
- Encargo del proyecto 5 (Belleza).**
- 30- Realización con modelo.
- 31- Realización con modelo y producto.
- 32- Visionado de las fotografías, análisis y aplicación. Criterios en el retoque de la fotografía de belleza.
- 33- **Entrega del proyecto 4 (Bodegón). Encargo del proyecto 6 (100 x 100).**
- 34- **Entrega del proyecto 6 (100 x 100).**

### **IX. Moda**

- 35- **Proyectos:** Presentación. **Encargo del proyecto 9 (Moda).**
- 36/37\*- Prácticas de Fotografía de moda I.
- 37/38\*- Prácticas de Fotografía de moda II.
- 39- Análisis de los resultados.
- 40- **Entrega del proyecto 5 (Belleza)**

### **X. Procesos creativos**

- 41- Planteamiento de trabajo en equipo.
- 42- Entrega y análisis de los trabajos en equipo.
- 43- *Flyer* promocional. **Encargo proyecto 7 (Flyer).**

### **XI. Arquitectura**

- 44- **Proyectos:** La interpretación del espacio I. **Encargo del proyecto 8 (Arquitectura).**
- 45- La interpretación del espacio II.
- 46\*\*- Prácticas en exteriores.
- 47- Análisis de los trabajos realizados en las prácticas.
- 48- **Entrega del proyecto 7 (Flyer).**
- 49- **Entrega del proyecto 8 (Arquitectura).**
- 50- **Entrega del proyecto 9 (Moda).**

\* sesiones de 3 horas

\*\* prácticas en fin de semana

## EQUIPO DOCENTE

### Dirección pedagógica

#### **Enric Berenguer**

Fotógrafo especializado en publicidad y moda, experto en montaje de exposiciones, reproducciones de obras de arte y realización de catálogos. Estos son algunos de sus clientes y campañas: La Sixtina Publicidad (Möet Chandon, Victorio & Lucchino Catálogo Relojes), Tebaldi (Catálogos SportWear), Plenum Design S.L. (Orlane, Ciba Vision), BSB Publicidad (Renault Marketing), Art Status (Eventos de Moda, catálogos), Fujifilm España S.A., Vinizius Young & Rubicam (Danone, Inoxcrom, El Pavo, etc.), Norma Editorial España, Nestlé España, MitMat Mamá (Premamá), Petit Comité Publicidad, Zadibe Maxxium (Brugal, Absolut, Bols, Jim Beam, Remy Martín, Plymouth), Viader5 Publicidad (Vinos y cavas del Penedes), Arxiu de la Diputació de Barcelona, Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Eade S.A. Publicidad (Cafes Torrie, Vinos Meia Encosta, Gatao)...  
[www.berenguerfoto.com](http://www.berenguerfoto.com)

### Colaboradores Docentes

#### **Miquel Arnal (Moda)**

Miquel Arnal (Barcelona 1960) empieza a trabajar el campo de la fotografía como técnico de laboratorio, ayudante de fotógrafo y de realización. Desde 1981, trabaja para las mejores agencias de publicidad y para los más conocidos diseñadores de moda tanto en Madrid como en Barcelona. En 1984 inicia su trabajo en proyectos personales como "Terra", "Urbe" y "Nus". Toda su trayectoria artística tiene por tema principal el cuerpo humano, más valorado en las series "White", "Black", "Sculpture" y "Animal". En 2004 presenta el video "Transformer" en el festival Bac! con la galería Ob-art (Barcelona). Basado en la experimentación y utilizando diferentes medios y técnicas, desde Polaroid hasta el video, collage, impresión digital y papel, este es un perfecto ejemplo del trabajo de un fotógrafo ecléctico, en continua transformación. En los últimos años ha impartido conferencias y seminarios (por ejemplo en el festival anual "Tarazona Foto"), y participado en exposiciones individuales como la celebrada en 2008 en la *Jean Paul Perrier Gallery* o en exposiciones colectivas como la del año pasado en la Galería del Sol, enmarcada dentro del festival Foco Norte de Santander. Además, colaboró con la ONU en el proyecto "Agua" de la EXPO 2008 de Zaragoza. [www.miquelarnal.com](http://www.miquelarnal.com)

#### **Xavier Martínez (Procesos Creativos)**

Ha trabajado como diseñador gráfico con Salvador Saura y Ramón Torrente en Edicions de l'Eixample, como director de arte en FujiFilm España, como director creativo en su propia agencia BuroGràfic, posteriormente MDM, y como director creativo fotográfico en Impuls. Actualmente es gerente, director de arte y creativo en La Sixtina, empresa especializada en dirección creativa de comunicación y retoque fotográfico de moda, publicidad y editorial. Ha desarrollado responsabilidades creativas para Nutrexpá, Fujifilm, Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Hennessy, Joselito, Victorio & Lucchino, Sensilis,... [www.lasixtina.com](http://www.lasixtina.com)

#### **Lluís Casals (Arquitectura)**

Especializado en fotografía de arquitectura e interiorismo desde 1972, trabaja en la documentación de proyectos y obras de diversos estudios de arquitectura de España. Colabora en numerosas publicaciones especializadas de ámbito nacional e internacional. Ha presentado sus trabajos en diversas exposiciones individuales y colectivas. Dispone de un archivo con más de 20.000 imágenes de arquitectura española e internacional. <http://www.lluiscasals.com>

## INFORMACION ADICIONAL

El precio de este curso vigente para el año académico 2011/2012 en modalidad de pago al contado es de 3.490€. Existe también una opción de pago aplazado.

Si necesitas más información o quieres matricularte, contacta con IDEP por teléfono 934 161 012 o por e-mail [info@idep.es](mailto:info@idep.es)