

FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA. 2015-2016. GRUPO R

PROFESOR: RAÚL EGUIZÁBAL

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

PRIMERA PARTE: INCIDENCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN EL ENTORNO PUBLICITARIO

1. Fotografía y publicidad: convergencias históricas.
2. La modernización de la imagen publicitaria
3. La fotografía en la comunicación publicitaria
4. Fotografía y composición gráfica

SEGUNDA PARTE: AUTORES Y ESTILOS

5. El descubrimiento estético de los objetos.
6. El retrato: del testimonial al glamour
7. Fotografía publicitaria y nuevo grafismo
8. La fotografía publicitaria en España

TERCERA PARTE: ESTÉTICA PUBLICITARIA

9. Detalles del bodegón publicitario
10. Retratos reales e imaginarios
11. Paisajes significativos

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. *La cámara lúcida*. Barcelona. Gustavo Gili. 1982.
- BENJAMIN, W. "Pequeña historia de la fotografía" en *Discursos interrumpidos I*, Madrid. Taurus, 1973.
- BOUILLOT, R. *El objeto y la imagen. Fotografía industrial y publicitaria*. Barcelona. Hispano Europea, 1981.
- COSTA, J y FONTCUBERTA, J. *Foto-diseño*. Barcelona. CEAC, 1988
- EGUIZÁBAL, RAÚL *Fotografía publicitaria*- Madrid, Cátedra. 2011
- FERNÁNDEZ, H. *Fotografía pública*. Madrid. Museo Reina Sofía, 1999.
- NARANJO, J. *Las avantguardes fotogràfiques a Espanya*. Barcelona. La Caixa, 1997.
- NURNBERG, W. *The science and technique of advertising photography*. Londres. The Studio.
- SOBIESZEK, R. A. *The art of persuasion. A history of advertising photography*. NY. Harry N. Abrams, 1988.
- SONTAG, S. *Sobre la fotografía*. Barcelona. Edhasa. 1991.



EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

El examen se realizará en la fecha y lugar señalados oportunamente por el Decanato.

El examen tendrá dos partes. Una pregunta a desarrollar y cinco preguntas tipo test a elegir entre 10 propuestas.

La pregunta de desarrollo puntúa hasta cinco puntos

Las preguntas tipo test puntúan 1 punto cada una, positivo si se contestan correctamente y negativo si se contestan incorrectamente. Las preguntas no contestadas no puntúan ni positiva ni negativamente. Sólo deben contestarse hasta cinco de las propuestas.

La duración del examen será de 60 minutos

El examen se hará con libros. Se recomienda el libro EGUIZÁBAL, RAÚL *Fotografía publicitaria*-Madrid, Cátedra. 2011 pero puede utilizarse cualquier libro de la bibliografía.

