



<b>FOTOGRAFIA APLICADA. PRENSA, EDICION Y PUBLICIDAD - 609322</b>
Estudios: Máster en Documentación Fotográfica. Recuperación, Tratamiento y Difusión
<b>CURSO ACADÉMICO:</b> 2023/2024
<b>TIPO:</b> Obligatoria
<b>DEPARTAMENTO/S:</b> Biblioteconomía y Documentación Literatura Hispánica y bibliografía
<b>CRÉDITOS ECTS:</b> 6
<b>CURSO:</b> MÁSTER
<b>CUATRIMESTRE:</b> 2º
<b>PROFESOR/ES:</b> JUAN CARLOS MARCOS RECIO Correo electrónico: <a href="mailto:jmarcos@ucm.es">jmarcos@ucm.es</a> BENITO RIAL COSTAS Correo electrónico: <a href="mailto:brial@ucm.es">brial@ucm.es</a>

**PARTE DE PUBLICIDAD**  
**(Juan Carlos Marcos Recio)**

<b>RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA</b>
Conocimientos básicos de fotografía, medios de comunicación e historia del libro
<b>COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>
<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b> CE15 - Identificar y definir las técnicas y procesos de producción y difusión fotográfica, desde la organización y gestión de los recursos técnicos, tecnológicos, humanos y económicos hasta su comercialización. CE16 - Formular y aplicar modelos y criterios para el tratamiento, uso, rentabilidad y reutilización de archivos, fondos y colecciones fotográficos en las empresas de los sectores informativo, publicitario y editorial. CE17 - Proponer e Implementar proyectos de diseño y creación de productos de las industrias culturales, creativas, publicitarias y de contenidos digitales a partir de fondos y colecciones fotográficas, planificando las intervenciones y su supervisión técnica.
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> Para aprobar esta asignatura el alumno deberá demostrar conocimientos en esta materia entre ellos: R1 - Capacidad para analizar publicaciones con imágenes R2 - Conocer la tipología de fotografías aplicadas al libro y a la edición en los siglos XIX y X R3 - Analizar el uso de la fotografía en el campo editorial R4 - Diseñar y presentar un proyecto editorial impreso o digital ilustrado R5 - El valor de la imagen en la comunicación R6 - El proceso de creación publicitaria a través de la imagen R7 - El funcionamiento de los bancos de imágenes y las fototecas, especialmente las que se dedican a la publicidad y en el mercado editorial



R8 - La manera en la que los documentalistas analizan y recuperan las fotografías para uso de la publicidad y la comunicación en los medios.

#### **DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA**

##### **DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

El objetivo principal de esta asignatura es acercar y penetrar en el mundo de la comunicación a través de la fotografía, especialmente en los medios de comunicación, y en los mercados editoriales y publicitarios. Se trabajará desde una dinámica teórico-práctica, en la que los alumnos buscarán respuestas a las preguntas formuladas en el máster, relacionadas con la fotografía. Se analizarán los contenidos fotográficos en los medios, en edición y en la publicidad, especialmente las campañas que más fotografías utilizan.

##### **PROGRAMA**

1. La fotografía publicitaria en la comunicación
2. Los bancos de imágenes y su uso publicitario
3. Campañas publicitarias gestionadas desde la fotografía

#### **METODOLOGÍA DOCENTE Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS**

##### **METODOLOGÍA DOCENTE**

Los alumnos demostrarán, mediante reflexiones en clase teórica, y prácticas individuales y en grupo las siguientes propuestas:

1. Clases teóricas: Se expondrán las líneas más importantes en cada uno de los temas que componen la asignatura. Habrá un turno de reflexión y discusión con avances significativos que recogerán los alumnos. Se trata de aportar un comentario crítico de los temas propuestos. Serán competencias adquiridas por los alumnos que se encargarán de resumir las propuestas del profesor y de los alumnos. Competencias adquiridas: C15
2. Clases prácticas. Se potenciarán las prácticas individuales que figuran dentro del apartado de Prácticas en el Campus Virtual. También habrá prácticas en equipo, pues en publicidad, la mayor parte de ellas se hacen de esta forma. Se llevarán a cabo prácticas de fotografía sobre producto, lanzamiento de una empresa y la creación de su logo. Se explicarán los pasos documentales seguidos para la creación de la idea y del producto. C15, C16, C17
3. Trabajos individuales y en grupo sobre los avances logrados en clase para que el alumno entienda bien los conceptos de fotografía y medios de comunicación. Todas las competencias del programa. Competencias adquiridas: C15, C16, C17

##### **TUTORÍAS**

Las dudas se resolverán en tutorías. Horario: Una hora antes de comenzar la clase. Otra hora al acabar las clases.



### SISTEMA DE EVALUACIÓN

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades (para aprobar la asignatura es imprescindible superar ambos apartados)

1. Prácticas: 70% de la nota total. Ejercicios prácticos. Elaboración, correcta, realización y presentación. Para aprobar este apartado deben presentarse el 70% de todos los ejercicios propuestos.
2. Actividades complementarias: 30%. Análisis de materiales complementarios y sus comentarios o valoraciones (lecturas, visionados, podcast, exposiciones y eventos virtuales etc.). Para aprobar este apartado deben realizarse al menos el 60% de todas las actividades propuestas.

### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS RECOMENDADOS

- ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR, E. (2018). "Retratando al Quijote", en Literatura y fotografía. Revista *Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 8-11.
- ANSÓN, Antonio (2000). *Novelas como álbumes: fotografía y literatura*. Murcia: Mestizo.
- DE IMÁGENES Y LIBROS (2005). Exposición comisariada por Ciuco Gutiérrez y Jesús Cámara. Madrid: Ministerio de Cultura.
- DURÁN BLÁZQUEZ, M. (2018). "Fotolibros o libros ilustrados. Disertación", en Literatura y fotografía. Revista *Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 34-37
- FERNÁNDEZ, H; ORTIZ-ECHAGÜE, J; MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA (ESPAÑA). (2014). *Fotos & Libros: España 1905-1977*. Madrid: MNCARS.
- GIL, Pablo (2022). *Fotografía de producto y publicitaria*. Anaya.
- GRACIA ARMENDARIZ, J.; CARRILLO RUBIO, P. (2006). *Gente de libro*. Madrid: Demipage.
- LÓPEZ MONDÉJAR, P. (2014). *El rostro de las letras. Escritores y fotógrafos en España. Desde el Romanticismo hasta la Generación de 1914*. Madrid: Ediciones del Azar.
- MARCOS RECIO, Juan Carlos (Coord.) (2018). *Lo efímero de la comunicación. Cómo preservar los contenidos en la era digital*. Editorial UOC. Comunicación, 566.
- MARCOS RECIO, Juan Carlos (Coord.) (2013). *Gestión del Patrimonio audiovisual en medios de comunicación*. Madrid: Síntesis, 2013, pp. 221.
- MARCOS RECIO, Juan Carlos (2008). "La fotografía en la publicidad: archivos, bancos de imágenes y centros de documentación en el siglo XXI". *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 87-112.
- MARCOS RECIO, Juan Carlos (2016). "La otra mirada de la fotografía en publicidad: nuevos retos de la comunicación comercial", en: *Documentación Fotográfica: Retos, perspectivas y proyectos de investigación. II Congreso Internacional de Documentación fotográfica*, pp. 86-107



MARCOS RECIO, Juan Carlos (2003). "Estrategias documentales en agencias de publicidad". *Biblioteconomía y Documentación*, vol. 11, dic., pp. 1-15.

MARCOS RECIO, Juan Carlos (2010). "Técnicas bibliográficas para el análisis documental en publicidad: una propuesta básica". *Otros fines de la Publicidad*. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, pp. 175-206.

MARCOS RECIO, Juan Carlos; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel; OLIVERA ZALDUA, María (2010). "Modelos de gestión documental en las agencias de publicidad". *El Profesional de la Información*, marzo-abril, v. 19, n. 2, pp. 175-183.

MARCOS RECIO, Juan Carlos; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel; OLIVERA ZALDÚA, María (2013). "Actores principales de la publicidad: conservar el patrimonio en centros de documentación y museos". *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, juny, núm. 30.

MARCOS RECIO, Juan Carlos, SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel; OLIVERA ZALDUA, María (2011). "Uso en publicidad de las fotografías de los bancos de imágenes en España", *El Profesional de la Información*, v. 20, n. 4 (julio-agosto) pp. 384-391.

NOUZEILLES, G. (2016). "Arquitectura del fotolibro: escritura e imagen", en *Otra travessia*, nº21, pp. 127-144

OLIVERA ZALDUA, M. (2018). "Bibliografía sobre literatura y fotografía" en *Literatura y fotografía*. Revista *Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 38-39.

OLIVERA ZALDUA, María; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel; MARCOS RECIO, Juan Carlos (2015). "Análisis informativo y documental de las galerías fotografías en la prensa digital española: los casos de El País, El Mundo y ABC". *Actas del VII Encuentro Ibérico EDICIC*. Universidad Complutense de Madrid, Univ. Nova de Lisboa, pp. 1-11.

SÁNCHEZ VIGIL, J. M. (2008). *Revistas ilustradas en España*. Gijón: Trea.

SÁNCHEZ VIGIL, J. M. (2018). *La fotografía. Interpretaciones históricas en la prensa española (1839-1900)*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

SONTAG, S. (1996). *Sobre la fotografía*, Barcelona: Edhasa.



## PARTE DE PRENSA Y EDICIÓN (Benito Rial Costas)

<b>RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA</b>
Conocimientos básicos de fotografía, medios de comunicación e historia del libro
<b>COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>
<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b> CE15 - Identificar y definir las técnicas y procesos de producción y difusión fotográfica, desde la organización y gestión de los recursos técnicos, tecnológicos, humanos y económicos hasta su comercialización. CE16 - Formular y aplicar modelos y criterios para el tratamiento, uso, rentabilidad y reutilización de archivos, fondos y colecciones fotográficos en las empresas de los sectores informativo, publicitario y editorial. CE17 - Proponer e Implementar proyectos de diseño y creación de productos de las industrias culturales, creativas, publicitarias y de contenidos digitales a partir de fondos y colecciones fotográficas, planificando las intervenciones y su supervisión técnica.
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> - Conocer la tipología de fotografías aplicadas al libro y a la edición en los siglos XIX y XX. - Identificar, analizar y definir las técnicas y procesos de producción y difusión fotográfica en el campo editorial. - Proponer e implementar proyectos de diseño editorial impreso o digital a partir de fondos y colecciones fotográficas. - El funcionamiento de los bancos de imágenes y las fototecas en el mercado editorial.



## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

### DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo principal de esta asignatura es acercar y penetrar en el mundo de la comunicación a través de la fotografía, especialmente en los medios de comunicación, y en los mercados editoriales y del libro. Se trabajará desde una dinámica teórico-práctica, en la que los alumnos buscarán respuestas a las preguntas formuladas en el máster, relacionadas con la fotografía.

### PROGRAMA

1. La fotografía en el campo editorial en los siglos XIX y XX.
2. Bancos de imágenes para la prensa (impresa y digital) y su edición.
3. Aplicación de la fotografía al libro: el fotolibro.

## METODOLOGÍA DOCENTE Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Los alumnos demostrarán, mediante sus reflexiones en las clases teóricas y a través de prácticas individuales y en grupo, la evolución y resultados de su aprendizaje. Las dudas se resolverán en tutorías.

- Clases teóricas: Se expondrán las líneas más importantes en cada uno de los temas que componen la parte de prensa y edición de esta asignatura. Habrá turnos de preguntas, reflexión y discusión.
- Clases prácticas. Se potenciarán las prácticas en grupo. Los alumnos deberán leer una selección de textos que se expondrán y discutirán en clase. Además, los alumnos proyectarán y presentarán un proyecto editorial a partir de una colección fotográfica.
- Trabajo individual para que el alumno profundice en un aspecto de los tratados en clase.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades (para aprobar la asignatura es imprescindible superar ambos apartados).

- Proyecto editorial en grupo (elaboración, realización y presentación): 30% de la nota total.
- Trabajo individual (elaboración, realización y presentación): 50% de la nota total.
- Actividades complementarias (participación, análisis de materiales, lecturas, exposiciones...): 20% de la nota total.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR, E. (2018). "Retratando al Quijote", en *Literatura y fotografía. Revista Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 8-11.
- ANSÓN, Antonio (2000). *Novelas como álbumes: fotografía y literatura*. Murcia: Mestizo.
- BOSSHARD, Hans-Rudolf (1999). *The Typographic Grid*. Salenstein: Niggli Verlag.
- BURDEN, J. W. (1978). *La fotoreproducción en las artes graficas*. Barcelona: Edebé.
- CAPETTI, Federico (1975). *Técnicas de la impresión*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
- DE IMÁGENES Y LIBROS (2005). Exposición comisariada por Ciuco Gutiérrez y Jesús Cámara. Madrid: Ministerio de Cultura.
- DURÁN BLÁZQUEZ, M. (2018). "Fotolibros o libros ilustrados. Disertación", en *Literatura y fotografía. Revista Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 34-37.
- EDWARDS, Paul (2023). *The photobook world: Artists' books and forgotten social objects*. Manchester: Manchester University Press.



ESKILSON, Stephen J. (2007). *Graphic Design: A New History*. New Haven: Yale University Press.

FERNÁNDEZ, H; ORTIZ-ECHAGÜE, J; MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA (ESPAÑA). (2014). *Fotos & Libros: España 1905-1977*. Madrid: MNCARS.

GRACIA ARMENDARIZ, J.; CARRILLO RUBIO, P. (2006). *Gente de libro*. Madrid: Demipage.

LÓPEZ MONDÉJAR, P. (2014). *El rostro de las letras. Escritores y fotógrafos en España. Desde el Romanticismo hasta la Generación de 1914*. Madrid: Ediciones del Azar.

NOUZEILLES, G. (2016). "Arquitectura del fotolibro: escritura e imagen", en *Otra travessia*, nº21, pp. 127-144.

OLIVERA ZALDUA, M. (2018). "Bibliografía sobre literatura y fotografía" en *Literatura y fotografía. Revista Ínsula*, nº 864, diciembre, pp. 38-39.

OLIVERA ZALDUA, María; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel; MARCOS RECIO, Juan Carlos (2015). "Análisis informativo y documental de las galerías fotografías en la prensa digital española: los casos de El País, El Mundo y ABC". *Actas del VII Encuentro Ibérico EDICIC*. Universidad Complutense de Madrid, Univ. Nova de Lisboa, pp. 1-11.

PICCIOTTO, Angelo (2015). *Organizzazione e gestione dei processi produttivi*. Rocca San Giovanni: In Edition.

SÁNCHEZ VIGIL, J. M. (2008). *Revistas ilustradas en España*. Gijón: Trea.

SÁNCHEZ VIGIL, J. M. (2018). *La fotografía. Interpretaciones históricas en la prensa española (1839-1900)*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

SONTAG, S. (1996). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa.

ZEITVOGEL, W.; SIEMONEIT, M.; et alii (1981). *Manuale dell' industria grafica: composizione, fotocomposizione, elaborazione del testo dal carattere all' impostazione*. Milano: Antonio Ghiorzo.



Universidad Complutense de Madrid  
Facultad de Ciencias de la Documentación