SEDE DE OCCIDENTE
FILOSOFIA
ARTES Y
LETRAS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO FILOSOFIA ARTES Y LETRAS
SECCION ARTES PLASTICAS

PROGRAMA DE CURSO AP 3101 Fotografía 3.

1. **Tipo de curso:** teórico-práctico.
   Período: I semestre - 2005
   Sigla: AP 3101
   Créditos: 3
   Horas lectivas: 4 semanales.
   Ciclo: 5° ciclo del plan de Estudios.
   Horario: Lunes de 8:00 am a 11:50 am
   Horario atención de estudiantes: Viernes de 1 a 4 pm.
   Profesora: Lic. Nora Benedit Chavarría.
   Tel: 823-0592 **e-mail**: nbenedit@yahoo.es

2. **Descripción del curso:**

Este curso teórico –práctico introduce al estudiante a la toma y revelado de diapositivas en color y la utilización del "flash" electrónico. Además, enfatiza la producción de fotografías en el ámbito publicitario –tanto en blanco y negro como diapositivas en color- mediante la aplicación e interrelación de conocimientos y destrezas adquiridas en este curso y en los que le anteceden.

El programa requiere, fuera de las cuatro horas lectivas semanales, varias horas adicionales por semana de para el estudio, la toma de imágenes y el trabajo de cuarto oscuro. El trabajo se desarrolla de forma progresiva y secuencial, se actúa con base en aspectos conceptuales, técnicos, plásticos y creativos.

3. **Objetivos generales:**
   1. Controlar los elementos visuales (valor tonal, textura, relaciones espaciales, etc,) de imágenes fotográficas mediante a interrelación de destrezas y conocimientos sobre iluminación y exposición.
   2. Desarrollar conocimientos y destrezas para la toma de diapositivas en color.
   3. Conocer las aplicaciones y las técnicas de diferentes métodos para aumentar la sensibilidad de las películas en blanco y negro.
   4. Desarrollar y aplicar conocimientos relativos al "flash" electrónico.
   5. Integrar conceptos y técnicas de la fotografía, el diseño gráfico, la edición digital y la publicidad.
   6. Desarrollar actitudes, destrezas y hábitos de trabajo que conduzcan a la excelencia técnica y artística de los proyectos.

4. **Objetivos específicos**:

1.1 Determinar o modificar las características de diferente fuentes lumínicas para lograr los efectos específicos en los ejercicios de iluminación y exposición propuestos.

1.2 Producir negativos que logren los efectos especificados que requieren poca manipulación durante su positivado.

1.3 Aplicar conocimientos sobre iluminación y exposición a cada toma fotográfica con el fin de controlar las características de los elementos visuales y la visualización de cada tema.

2.1 Identificar las características de la película diapositiva en color, y las fuentes lumínicas y filtros utilizados para su exposición.
2.2 Conocer el proceso de revelado E-6 para diapositivas.
2.3 Describir la función de las soluciones del proceso de revelado E-6.
2.4 Identificar las causas de defectos en diapositivas específicas.

3.1 Señalar los factores que hacen necesario aumentar la sensibilidad de la película en blanco y negro.
3.2 Clasificar los diferentes métodos para aumentar la sensibilidad de la película en blanco y negro, de acuerdo con el momento en que se practican (antes de la exposición, después de grabada la imagen, latente pero antes del revelado, durante el revelado, y después del revelado).

4.1 Identificar las características y aplicaciones del flash electrónico y equipo accesorio.
4.2 Identificar y manejar los mandados del "flash"
4.3 Aplicar conocimientos generales sobre iluminación y exposición en la utilidad del "flash".
4.4 Aplicar técnicas de efectos especiales que se efectúan con "flash" electrónico.

5.1 Consolidar destrezas y conocimientos sobre la toma, revelado, positivado de imágenes fotografías en blanco y negro.
5.2 Adecuar materiales, equipo y procesos fotográficos (en blanco y negro, o en color) a las características formales que se establezcan para imágenes fotográfica específicas.
5.3 Producir fotografías publicitarias que aprovechen adecuadamente las cualidades expresivas del color, y de la fotografía en blanco y negro.
5.4 Analizar, seleccionar y utilizar recursos técnicos y plásticos con base en su función publicitaria.
5.5 Aplicar conocimientos sobre diseño y composición a cada etapa de la producción de proyectos publicitarios.
5.6 Lograr la integración conceptual y formal de todos los elementos (fotografías, textos, etc) que integren proyectos publicitarios.

6.1 Organizar el material informativo (tablas de exposición y revelado, instrucciones técnicas, etc) y utilizarlo como guía durante el curso.
6.2 Sugerir o realizar modificaciones que mejoren las cualidades plásticas y técnicas de los proyectos.
6.3 Detectar y corregir defectos técnicos y estar dispuestos a desechar o repartir imágenes cuyos efectos son incorregibles.
6.4 Se meticuloso den la presentación final (acabado y montaje) de los proyectos.
6.5 Interesarse por escuchar opiniones sobre los proyectos durante todas las etapas de su elaboración.

5. Contenidos básicos:

- Fundamentos teóricos y prácticos de la iluminación y exposición de imágenes fotográficos en blanco y negro y en color.
- La diapositiva en color.
- El "flash" electrónico.
- Procesos para el aumento de sensibilidad de película negativa en blanco y negro.
- Creación y producción de imágenes publicitarias (en blanco y negro y en diapositivas en color), con base en los marcos teóricos propuestos.
- Diseño, producción y análisis crítico de la fotografía publicitaria.

5. Metodología constructivista con el apoyo de las siguientes técnicas:

Se desarrolla mediante la realización de explicaciones, muestra de imágenes (ejemplos), demostraciones prácticas, ejecución de ejercicios, críticas y actividades evaluativos, etc. Para ello se propondrán inicialmente las siguientes técnicas:

1. Técnicas grupales e individuales de investigación y exposición acerca de un tema o proyecto escogido.
2. Lecturas teóricas dirigidas a los contenidos establecidos.
3. Discusiones abiertas.
4. Charlas y exposiciones con expertos en el campo de la fotografía.
5. Visitas a museos, galerías y exposiciones que enriquezcan y refuercen los contenidos y objetivos del curso.

7. Criterios de evaluación:

La evaluación comprenderá las asignaciones y los exámenes parciales propuestos que pretenden brindar información referente a la comprensión y aplicación de los conceptos y las técnicas estudiadas.

Además, tienen como finalidad, aparte de su función diagnóstica, detectar diferencias de aprendizaje para darles solución lo más pronto posible.

El análisis crítico, que generalmente se realiza cada semana, tiene carácter netamente formativo: el avance individual se analiza conjuntamente, con base en los objetivos del programa.

La evaluación final se realiza mediante un examen teórico y el análisis de los proyectos definitivamente que, según lo asignado, han sido producidos durante el ciclo lectivo. El porcentaje asignado a los proyectos se basa en que han sido elaborados y criticados a lo largo del semestre. No se aceptaran proyectos que no se hayan elaborado, revisado, comentado y corregido durante el semestre tanto en clase como en la casa.

Exámenes parciales (2, 10% cada uno)	20%
Examen Teórico final	15%
Asignaciones semanales (lecturas, rollos)	15%
Investigaciones (marco teórico) y exposición	20% (10% cada uno)
Proyecto Fotográfico	30%
TOTAL	100%

Aún cuando el estudiante no pueda asistir personalmente a una clase o presentación de proyectos (asignaciones o exámenes) debe hacer llegar sus trabajos en la fecha y horas establecidas para su entrega.

Las normas de evaluación del curso se aplican según lo dispuesto en el Reglamento de Evaluación y Orientación Académica del Estudiante de la Universidad de Costa Rica. No obstante, ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afectan el desarrollo y la evaluación del curso, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiante mantenerse informado. Además, el estudiante debe conocer acerca de las pautas establecidas sobre el sobre el uso de los Cuartos Oscuros, el Estudio de Iluminación y el laboratorio de Diseño Gráfico.

Posibilidades de proyectos fotográficos individuales:

- Debe ser un trabajo publicitario con fines comerciales **reales** en blanco y negro o en diapositiva a color; o bien, un trabajo publicitario con fines sociales o culturales **reales** en blanco y negro o en diapositiva a color (página de revista interna: doble; o portada y contraportada de libro; anuncio de prensa y afiche o cartel, etc.). El proyecto debe ser basado en el marco teórico aprobado, incluye mínimo una imagen fotográfica y debe contar con su respectiva diagramación, que se trabaja en computadora con los retoques necesarios y una impresión final con una buena resolución.

8. Cronograma:

I Semana Lunes28 de febrero

a. Presentación, entrega, lectura y discusión del programa del curso, metodología, evaluación y bibliografía.
b. Instrucción del curso lista de materiales a ocupar y proyectos a desarrollar.
c. Escogencia provisional de los temas para desarrollar los proyectos publicitarios con fines comerciales, sociales o culturales.
d. Realización del listado de equipo fotográfico a utilizar durante el semestre.
e. Realización de los horarios para uso del cuarto oscuro en blanco y negro.
f. Normas para uso de cuarto oscuro, iluminación y laboratorio D.G.

II Semana Lunes7 de marzo

a. Explicación: elaboración de los marcos teóricos para proyectos. Explicación: problemas de iluminación y exposición: acentuar o reducir relaciones espaciales y texturas, aplicar iluminación especular y difusa, copiar objetos planos, eliminar o acentuar reflejos en superficies brillantes.
b. Explicación: creación de retratos: función, efectos y características de la luz clave, la luz de relleno, la luz de fondo y la luz de pelo; ángulos de iluminación, patrones de iluminación "Paramount" y "Rembrandt"; utilización creativa de fuentes lumínicas.
c. Asignación 1: toma parcial del 1er rollo en blanco y negro (36 exposiciones) con los ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios además de los patrones de de iluminación "Paramount" y "Rembrandt"con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos.

III Semana Lunes14 de marzo

a. Escogencia de los temas para desarrollar los proyectos publicitarios con fines comerciales, sociales o culturales.
b. Explicación: la diapositiva en color; tipos, características relaciones de iso, grano y contrate filtración, iluminación, exposición y técnicas de efectos especiales.
c. Asignación 2: 1er rollo en b/n 36(exposiciones) con los ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios además de los patrones de de iluminación "Paramount" y "Rembrandt" con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos; continuar con la elaboración de los marcos teóricos referentes a los temas seleccionados para los proyectores publicitarios.

IV Semana Lunes 21 de marzo Semana Santa

V Semana Lunes 28 de marzo

a. Explicación: la diapositiva en color (continuación): composición, revelado (función de las soluciones), tabla de revelado del proceso E-6 Kodak Ektachrome, almacenaje y tiempo de vencimiento de la soluciones, determinación visual de problemas de proceso E-6.
b. Entrega y revisión 2: 1er rollo en b/n 36 (exposiciones) con los ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios además de los patrones de de iluminación "Paramount" y "Rembrandt"con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos.
c. Revisión parcial de los marcos teóricos referentes a los temas seleccionados para los proyectos publicitarios.

d. Asignación 3: 2do rollo en b/n (36 exposiciones) con las correcciones referentes a los ejercicios de iluminación y exposición incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios, además de los patrones de iluminación "Paramount" y "Rembrandt" con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos; continuar con la elaboración de los marcos teóricos referentes a los temas seleccionados para los proyectos publicitarios.

VI Semana Lunes 4 de abril

a. Entrega de los marcos teóricos referentes a los temas seleccionados para los proyectos publicitarios: Hora: 8:00 a.m. Valor:10%
b. Explicación: el flash electrónico: tipos, factores fundamentales (sincronización y número guía) potencia lumínica, producción de color, luces de aviso, sensores y fuentes de energía.
c. Entrega y revisión de asignación 3: 2do rollo en b/n (36 exposiciones) con las correcciones referentes a los ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios, además de los patrones de iluminación "Paramount" y "Rembrandt" con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos.
d. Asignación 4: 3er rollo en b/n (36 exposiciones) con las correcciones finales referentes a los ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios, además de los patrones de iluminación "Paramount" y "Rembradt" cos sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos.

VII Semana Lunes 11 de abril * feriado

a. Asignación 5: 1er rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.
b. Lecturas.

VIII Semana Lunes 18 de abril

a. Explicación: el flash electrónico (continuación): equipo accesorio, modalidades de uso (manual, automático, dedicado básico y dedicado TTL), técnicas de efectos especiales.
b. Explicación: tomas iniciales para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados con sus anotaciones técnicas, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios: exposición del flash para la iluminación de sujetos a diferentes distancias (10 pies), imagen normal, flash frontal, flash lateral, flash de rebote (difusión directa e indirecta), silueta, flash de relleno leve, flash de relleno mayor, flash de relleno total, oscurecimiento de fondos (normal o con flash), exposición múltiple, "pintado" con luz, "pintado" con flash.
c. Entrega del examen teórico-práctico N° 1: ejercicios de iluminación y exposición, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios, además de los patrones de iluminación "Paramount" y "Rembrandt" con sus anotaciones técnicas. Probar alternativas en la utilización creativa de fuentes lumínicas para retratos. Negativos, contratos y ampliaciones a ¼ de página. Hora: 8:00 a.m. Nota: este examen vale 10%.
d. Explicación: técnicas y aplicaciones de métodos para aumentar la sensibilidad de películas negativas en blanco y negro: hipersencibilización y latensificación (proceso por inmersión, por vapor y velado a la luz). Procesos durante el revelado (hasta el fin, de alto potencial, con peróxido de hidrógeno)

e. Entrega y revisión de asignación 5: 1er rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.
f. Asignación 6: 2do rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.

IX Semana Lunes 25 de abril

a. Entrega y revisión de asignación 6: 2do rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.
b. Asignación 7: 3er rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.

X Semana Lunes 2 de mayo

a. Entrega y revisión de asignación 7: 3er rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.
b. Asignación 8: 4to rollo revelado para la calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas.
c. Bocetos preliminares con el diseño y diagramación del tema seleccionado para el proyecto publicitario en b/n incorporando los elementos necesarios (textos, logotipos, etc)

XI Semana Lunes 9 de mayo

a. Entrega del examen teórico-práctico N° 2: calibración de diapositivas en color referentes a los ejercicios asignados, incorporando los temas seleccionados de los proyectos publicitarios con sus anotaciones técnicas. Hora: 8:00 a.m. Nota: este examen vale 10%.

XII Semana Lunes 16 de mayo

a. Entrega y revisión de asignación 8: Bocetos preliminares con el diseño y diagramación de los temas seleccionados para los proyectos publicitarios en b/n incorporando los elementos necesarios (textos, logotipos, etc)
b. Asignación 9: en el caso que no se hayan seleccionado las imágenes en b/n o en diapositivas a color para los proyectores publicitarios deberán tomarse los rollos necesarios hasta que se obtengan.
c. Elaboración parcial de los proyectos publicitarios en b/n en formato digital con el diseño y diagramación, incorporando los elementos necesarios (textos, logotipos, etc)

XIII Semana Lunes 23 de mayo

a. Entrega y revisión de asignación 9: toma de rollos en b/n o en diapositivas a color (en caso necesario).
b. Elaboración parcial de los proyectores publicitarios en b/n y en formato digital con el diseño y diagramación, incorporando los elementos necesarios (textos, logos, etc.)
c. Asignación 10: toma de rollos en b/n o en diapositiva a color (en caso necesario).
d. Se continuaran haciendo las modificaciones necesarias hasta concluir los proyectos publicitarios en b/n referentes a los temas seleccionados.

XIV Semana Lunes 30 de mayo

a. Entrega y revisión de asignación 10: (*) toma de rollos en b/n o en diapositiva a color (en caso necesario).
   Se continuaran haciendo las modificaciones necesarias hasta concluir los proyectos publicitarios en b/n referentes a los temas seleccionados.

XV Semana Lunes 6 de junio

a. (*) Idem.
b. Repaso para el examen teórico final, con base en preguntas de los estudiantes.
c. Últimas revisiones proyecto fotográfico.

XVI Semana Lunes 13 de junio

Examen teórico final. Hora: 8:00 a.m. Nota: este examen vale 15%.

a. Últimas revisiones proyecto fotográfico.

XVII Semana Lunes 20 de junio

1era Presentación final de proyectos Fotográficos 30%. Hora: 8:00 a.m. Nota: esta presentación vale 10%.

XVIII Semana Lunes 27 de junio

2da Presentación final de proyectos Fotográficos 30%. Hora: 8:00 a.m. Nota: esta presentación vale 10%.

XIX Semana Lunes 4 de julio

Presentación de exámenes o proyectos de ampliación. Hora: 9:00 a.m.

9. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Berger, John (1997) Algunos pasos hacia una teoría de lo invisible. Editorial Andorra. Madrid.
- Borges, Luis (1998) El libro de los seres imaginarios. Editorial Alianza. Madrid.
- Calabrece, Omar (1994) Cómo se lee una obra de arte. 2da Edición. Editorial. Cátedra. Madrid.
- Cameron, Julia (1996) El camino del artista. Editorial. Tropel, Buenos Aires.
- Castro, Manuel (1995) El arte, concepto y función. Editorial. Alma Mater. San José.
- Chevalier y Gheerbrant (1986) Diccionario de los símbolos. Editorial Herder, Barcelona.
- Doeffinger, Dereck. (1981) The Kodak workshop series. Using filters.Eastman Kodak Company, New York.
- Gauthier, Guy (1996) 20 lecciones de la imagen y el sentido. Editorial. Cátedra, Madrid.
- Hayes, C (1985) Guía completa de pintura y dibujo, técnicas y materiales. Editorial. Blume. España.
- Hedgacoe, John. (1971) Nuevo Manual de fotografía. Ediciones CEAC, S.A. Barcelona.

- Hermann (1974) Kandinsky, W. Mirada retrospectiva y otros escritos. Editorial. EMECÉ. Argentina.
- Hurlburt, Allen. (1985) Diseño fotográfico. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona.
- Jacobson, C.I. (1978) El revelado, La técnica del negativo. Ediciones Omega, SA Barcelona.
- Kandinsky, W. De lo espiritual en el arte. Editorial. Alianza Forma, España.
- La Cour, Marshall. (1977) Photo tecnology. American Technnicakl Society, USA.
- Lekhowitz, Lester. (1986) The Kodak workshop series. Electronic flash. Eastman Kodak Company. New York.
- Malens, F (1984) Mirar un cuadro. Editorial. Blume, España.
- Marshall, Hugh. (1993) Diseño fotográfico. Editorial Gustavo, Gili, S.A. Barcelona. Amphoto. New York.
- Ortega y Gasset (2000) La deshumanización del Arte. Alianza Editorial, España.
- Pino,G (1984) Las artes Plásticas. Editorial .UNED, Costa Rica.
- R.J, Clot (1981) La educación artística. Editorial. Planeta, Barcelona.
- Saxton, C (1981) Curso de arte. Editorial. Blume, España.
- Schneider, Laura (1993) Arte y Psicoanálisis. Ediciones Cátedra, España.
- Salvat, Juan. (1989) Enciclopedia practica de fotografía. Salvat Ediciones S.A. Barcelona. Tomos I-10 (a-z).
- Steven, John (1977) El darse cuenta. Editorial. Cuatro vientos, 2da edición, Chile.
- Vilar, Gerard (2000) El desorden estético. Idea Books, S.A, Barcelona.
- Y todo el material de consulta que se aporte por parte de los estudiantes y de la profesora durante el proceso de enseñanza aprendizaje.