

## Temario

- **Presentación y detalles, plan de estudio**
  - Presentación inicial del workshop, objetivos
  - Presentación de los alumnos
  - Metodología de trabajo. Tiempos, realización de preguntas durante el workshop
  - Las sesiones prácticas tutorizadas
- **Filosofía de la fotografía**
  - ¿Qué es la fotografía?
  - ¿Cuál es la buena fotografía?
  - Filosofía de la imagen, esquema del flujo de la imagen. Realidad / Fotógrafo / Medio / Observador
- **Diseño y ejecución de una producción fotográfica**
  - El flujo de ejecución
  - Objetivo
  - Idea de comunicación
  - Recursos
  - Propuesta
  - Producción y post-producción
  - **Objetivo**
    - ¿Cuál es el objetivo de la producción? (filosofía del objetivo)
    - ¿Con quién se colabora para la resolución del objetivo? Agencia de publicidad, equipo creativo, equipo de marketing o equipo no competente.
    - Marca / Producto / Concepto a promocionar y objetivos de comunicación del cliente

○ **Idea de comunicación**

- Tarea creativa para determinar el modo en que conseguimos el objetivo del modo más efectivo
- A tener en cuenta
  - El objetivo, lo más importante
  - Las preferencias del cliente respecto a estilo
  - La disposición del cliente a recibir propuestas
  - La disponibilidad de presupuesto del cliente
  - La predefinición más o menos concreta de la idea de comunicación por parte del cliente.

○ **Recursos**

- Confección de la lista de recursos necesaria para la producción de la idea de comunicación
- Elementos que influyen en los recursos
  - Localización de exteriores. Agencias de localización, funcionamiento. Permisos.
  - Selección de modelos. Agencias de modelos, funcionamiento
  - Estudio fotográfico
  - Equipo fotográfico de alquiler
  - Estilismo
    - Maquillaje
    - Peluquería
    - Estilismo de vestuario.
    - Atrezzo / Escenarios
  - Ayudante de fotografía, de estilismo y de producción
  - Logística de transporte de personal y material
  - Gastos personales

- Seguro de accidentes
- Seguro de responsabilidad civil
- El casting / test / fitting
- **Derechos de imagen y de autor**
  - La Ley de propiedad intelectual
  - La Ley al respecto del derecho a la propia imagen y a la intimidad
  - La cesión de derechos de imagen y de autor
  - Los límites de toda cesión de derechos
    - Tiempo
    - Ámbito geográfico
    - Formato
    - Exclusividad
  - Las excepciones en la Ley
  - El registro de la propiedad intelectual
- **Propuesta y presupuesto**
  - Cómo confeccionar un presupuesto, y consejos
  - El dilema del portfolio personal y currículum
  - El precio del trabajo, el caché.
  - La presentación de la propuesta

- **La producción fotográfica de moda y publicidad con modelos**
  - La interacción modelo – fotógrafo – estilista
    - La colaboración y comunicación
    - La figura del director creativo
  - Filosofía en relación a los modelos. ¿Qué se busca en un modelo?
  - La dirección del posado
    - Tipologías y aptitudes comunes de modelos según su actitud en el posado:
      - ¿Creamos poses concretas o buscamos una actitud que las genere de forma natural?
    - Guiado del modelo
      - **El guiado anatómico**
      - **El guiado interpretativo**
      - Guiado óptimo interpretativo + anatómico

- El visagismo facial, líneas compositivas y de expresión
  - Estructura de luces y tridimensionalidad de la cara.
  - La sombra de la nariz
  - Las sombras de los ojos
  - Las sombras de los pómulos
  - Las sombras del cuello y la mandíbula
- El visagismo corporal, líneas compositivas y de expresión
  - Parámetros comunes, expresión y posado de las manos
  - La espalda
  - Caderas, torso y hombros
  - Los pies
- **La psicología de la percepción visual**
  - Los puntos de ruptura en el esquema del flujo de la imagen
  - Los convencionalismos adquiridos en la percepción de la imagen
    - **Convencionalismos sencillos**
      - La tridimensionalidad
        - Percepción por convencionalismos adquiridos y por deducción visual mediante sombras y contrastes.
        - Aplicadas al uso de las sombras de forma creativa
      - Las proporciones
        - Aplicadas al ángulo de toma, la longitud focal y la distancia respecto al sujeto

- **Convencionalismos complejos**
  - Sobre luz difusa y luz dura.
  - Sobre la dirección de la luz.
  - Sobre la temperatura de color de la luz.
  - Sobre los ojos
    - Dirección de la mirada
    - Convergencia de los ojos
    - Mirada a cámara
- **El papel de la creatividad, conclusión**
- **Técnica de iluminación para moda y publicidad con modelos**
  - El funcionamiento básico de la luz, la comprensión de la luz difusa y la luz dura.
  - La ley del cuadrado inverso, y su aplicación práctica en degradados y en iluminación de varios modelos.
  - Equipo de iluminación flash para estudio y localizaciones, accesorios y su funcionamiento.
    - Funcionamiento del flash de estudio y los generadores autónomos
    - Accesorios de iluminación y para el control de la luz
    - Sincronización de varios flashes
  - La medición de la luz
    - El histograma
    - Funcionamiento y técnicas de uso del fotómetro.
      - La medición incidente.
      - La medición reflejada.
      - El gris medio de referencia.
    - Preparación de esquemas de iluminación
      - Medición de una fuente de luz única para un esquema de iluminación.

- Medición de esquemas de iluminación complejos.
- El uso de esquemas de iluminación llevado a la práctica. Esquemas de iluminación comunes
  - Iluminación frontal central simple.
  - Iluminación frontal elevada simple.
  - Iluminación lateral central simple.
  - Iluminación lateral elevada simple.
  - Iluminación lateral elevada con relleno.
  - Iluminación lateral elevada con contraluz.
  - Iluminación lateral elevada con relleno y contraluz.
  - Iluminación de fondos
    - Iluminación spot
    - Iluminación de degradado
  - Iluminación compleja: lateral elevada, contraluz y fondo degradado
- La iluminación en exteriores. El aprovechamiento de la luz solar y ambiental. Aplicación de las temperaturas de color.
  - Medición precisa de esquemas de iluminación con luz ambiental