Foto: Solange Adum

FOTOREPORTAJE: IMAGEN CORPORATIVA Y TRABAJO DE CAMPO

FOTOREPORTAJE: IMAGEN CORPORATIVA Y TRABAJO DE CAMPO

OBJETIVOS

El curso pretende que el participante tome contacto con las herramientas que permiten producir un fotoreportaje bajo pedido de un cliente o con una utilidad de difusión o editorial comercial cuya narración visual contenga un trabajo de lenguaje propio de lo fotográfico.

También busca que se reconozcan las características de la imagen fotográfica corporativa, destinada específicamente al registro eficaz de las actividades de una institución determinada.

Por consecuencia el participante podrá encontrar las similitudes y diferencias entre el fotoreportaje y la cobertura fotográfica corporativa. El parentesco entre ambas formas de lenguaje y metodologías de trabajo. Y las posibilidades que esto proporciona para una mejor resolución de lo planteado.

Finalmente, el taller persigue que el participante tome contacto de forma práctica con los recursos mencionados, a través de sesiones destinadas en exclusiva para ello dentro y fuera del instituto. Esto tanto a través de la producción de imágenes como la edición narrativa de las mismas.

REQUISITOS

Conocimiento de exposición fotográfica. Cursos aprobados de fotografía básica en digital. Y entendimiento de la óptica fotográfica.

EQUIPO Y/O MATERIALES

Cámara dSLR semiprofesional de lentes intercambiables. De preferencia lentes normal, angular y teleobjetivo o zoom cuyo rango de distancia focal cubra lo angular y lo tele.

PROGRAMA

Semana 1

La fotografía de reportaje, surgimiento, principales características a través de los autores más reconocidos.

La fotografía corporativa, análisis crítico de la imagen. El entorno de trabajo.

Comparativa entre ambas líneas. La naturalidad como punto crucial. Los elementos narrativos en ambos tipos de imágenes, contrastes, asociaciones, analogías, etc.

La composición en la imagen en movimiento.

Pautas básicas para la construcción de una historia fotográfica o fotoreportaje.

Semana 2

Trabajo de campo. Simulacro de fotoreportaje corporativo y trabajo de selección y edición básica en aula. Metodología para la edición. Comentarios.

Semana 3

Trabajo de campo. Salida fotográfica para práctica de composición y creación de un fotoreportaje en un espacio determinado.

Semana 4

Edición final de ambas producciones. Comentarios.

BIBLIOGRAFÍA Y/O REFERENTES

https://pbase.com/gonzalocaceres/sociology

http://facultad.pucp.edu.pe/comunicaciones/jaimerazuri/

https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html

https://www.educaixa.com/microsites/Fotopress/Como_hacer_fotoreportaje/pagina_06_ledicio.html

Henri Cartier Bresson

Eugene Smith

Material en PPts que el profesor entregará