



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Fotografía para web y redes sociales

Asignatura	Fotografía para web y redes sociales			
Código	P04M176V01109			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Fraga Pérez, Andrés			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La asignatura se centra en la producción y gestión de recursos fotográficos para medios digitales y redes sociales con especial atención al aprovechamiento y a la optimización de imágenes en función de su uso.			

## Competencias

Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones [] y los conocimientos y razones últimas que las sustentan [] a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
C14	Conocimiento de los elementos técnicos, legales, narrativos y artísticos para la creación y publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio y animación en internet y redes sociales.
C15	Conocimiento sobre las herramientas y dispositivos de fotografía, grabación de vídeo y audio, edición y distribución, optimizadas para internet y redes sociales.
C16	Capacidad para registrar, editar y distribuir fotografía, vídeo y audio de acuerdo con estándares optimizados para internet y las distintas redes sociales.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D4	Habilidad para la gestión de la marca personal y la propia reputación digital.

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Realizar fotografías para blogs, webs y redes sociales dentro de la estrategia de comunicación digital de una organización.	C14 D1
Usar herramientas y dispositivos para la captura de imágenes y la edición.	C15 C16
Identificar los límites legales y éticos en la toma y publicación de fotografías.	C14 D1 D4
Identificar el tono adecuado de la comunicación gráfica en redes sociales según cliente y público.	A4 D4

## Contenidos

Tema	
Introducción al lenguaje audiovisual	Relación y diferencias entre fotografía e imagen. Conceptos básicos de la composición y elementos utilizados en el lenguaje visual. Importancia de la fotografía en la sociedad actual. Democratización de la fotografía.
Estrategia y método de trabajo	Papel de la fotografías en un flujo de trabajo y relación con el plan de comunicación y estrategia de la marca.
Diseño	Selección de tipologías de imagen, balance entre foto y venido. Ética y legalidad: Que se puede fotografiar. Que se puede/debe publicar. Usos y abusos. Regulación del informador gráfico. Derecho a la propia imagen. Propiedad intelectual. Creative Commons (CC).
Producción	Fotógrafo, stock, agencias y producción propia. Planificación de una sesión. Gifs, making-of, vídeos. Captura desde el móvil. Venta online.
Gestión	Definición de Imagen digital, Formatos: Raw y JPG. Concepto de calidad y resolución. Documentación y archivo de las imágenes. Métodos de herramientas de trabajo compartido. Seguridad.
Uso	Saber escoger una imagen, contar una historia. Importancia del formato de salida. Diferenciar entre post-producción y retoque. Revelado de archivos Raw. Conceptos de temperatura de color, luminosidad y contraste. Filtros de ruido y máscara de enfoque. Medios de salida: impresión vs. Pantalla.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	16	19	35
Trabajo tutelado	5	35	40

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Seminario	En las sesiones de seminario se abordarán y se discutirán los conceptos en los que se fundamenta el trabajo tutelado de la materia.
Trabajo tutelado	PROYECTO PROPIO: Realización de un proyecto fotográfico en redes sociales propio. El alumno tendrá que diseñar y ejecutar un proyecto de contenido principalmente fotográfico: escoger una línea estética y argumental, realizar las fotografías, seleccionarlas, editarlas y justificar las decisión tomadas. CAMPAÑA: El alumno tendrá que, sobre una base de imágenes, desarrollar una campaña completa adaptada la todos los formatos de los diferentes canales.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	El docente atenderá las consultas del alumnado en las sesiones presenciales dedicadas al seguimiento de los proyectos.
Seminario	El docente fomentará la participación del alumnado en las sesiones de siminario.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Seminario	Asistencia y participación activa en las sesiones presenciales de seminario.	10 A4	D1 D4
Trabajo tutelado	1.PROYECTO PROPIO: Realización de un proyecto fotográfico en redes sociales propio. El alumno tendrá que diseñar y ejecutar un proyecto de contenido principalmente fotográfico: escoger una línea estética y argumental, realizar las fotografías, seleccionarlas, editarlas y justificar las decisión tomadas. 2.CAMPAÑA: El alumno tendrá que, sobre una base de imágenes, desarrollar una campaña completa adaptada la todos los formatos de los diferentes canales.	90	C14 D1 C15 D4 C16

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Salked, Richard, **Cómo leer una fotografía**, Gustavo Gili, 2011

Sarvas, Risto y Frohlich, David M., **From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography**, Springer, 2011

Galen, Anneloes, **Never Photograph People Eating**, BIS Publishers, 2013

---

**Bibliografía Complementaria**

---

---

**Recomendaciones**

---