

Jornadas Fadoc (XVIII)

Fotografía y publicidad: aspectos informativos y documentales

Juan Miguel SÁNCHEZ VIGIL

Universidad Complutense

Departamento de Biblioteconomía y Documentación

jmsvigil@ccinf.ucm.es

RESUMEN: Presentación de las conferencias de las XVIII Jornadas de la Facultad de Ciencias de la Documentación, dedicadas a los aspectos informativos y documentales de la Fotografía y la Publicidad. Los contenidos se estructuraron en cuatro sesiones: experiencias profesionales, agencias y fototecas, gestión y difusión de la fotografía, y aplicaciones.

Palabras clave: Documentación, Fotografía, Publicidad, Documentación fotográfica, Documentación publicitaria.

ABSTRACT: Presentation of the conferences and lectures of the 18th Seminar of the Research and Documentation Faculty, dedicated to diverse informative and documentary aspects of Photography and Advertising. The contents were structured around four sessions: professional experiences, agencies and photo libraries, management and diffusion of photographs and their applications.

Keywords: Documentation, Photography, Advertising, Photographic Documentation, Advertising Documentation.

1. INTRODUCCIÓN

Las Jornadas que la Facultad de Ciencias de la Documentación viene desarrollando desde hace 18 años, tienen como objetivo completar la formación de los estudiantes y al mismo tiempo abrir nuevas vías de debate y reflexión en materias de actualidad o en aquellos campos vinculados a las materias que se imparten en la misma. Atendiendo al interés de los estudiantes e investigadores se ofrecen, a través de ponencias y mesas redondas, las experiencias de personalidades, profesores, investigadores y profesionales expertos en la materia tratada, cuya colaboración es esencial para el desarrollo de las Jornadas.

2. OBJETIVOS

Los aspectos informativos y documentales en Fotografía y Publicidad fueron los temas elegidos para el 2009, con el objetivo de dar a conocer una visión global sobre la situación, y al mismo tiempo específica al contar con prestigiosos expertos en las distintas materias. Se plantearon cuatro sesiones en las que participaron profesionales en activo de empresas especializadas:

1. Experiencias profesionales: rompiendo moldes
2. Agencias y fototecas: funciones y disfunciones
3. Gestión y difusión de la fotografía: problemáticas
4. Del marketing: aplicación de la fotografía al libro y su uso en las campañas publicitarias

Con estos cuatro apartados se pretendía abarcar el amplio espectro del uso y aplicación de la fotografía en los medios, y sobre todo los aspectos documentales en las agencias y fototecas, analizando la problemática y las formas de respuesta y/o actuación de los profesionales.

3. COMITÉ ORGANIZADOR

La coordinación general fue realizada por Juan Miguel Sánchez Vigil y Juan Carlos Marcos Recio, quienes contaron con el apoyo del Comité Organizador, cuya función fue además de gestionar las diversas tareas presentar las ponencias de los invitados. Formaron parte del mismo: Luis Fernando Ramos Simón, Rosario Arquero Avilés, Dolores Dorado Pérez, María Teresa Fernández Bajón, Paloma Hidalgo Goyanes, María Teresa Llera Llorente, Juan Antonio Martínez Comeche, Laura Prieto Guijarro, Pedro Razquin Zazpe y Antonia Salvador Benítez.

4. SESIONES

Como se ha indicado, el objetivo fue cubrir con carácter general todos los campos de la fotografía y la publicidad en su aplicación a los medios de comunicación. Se dio prioridad a los aspectos informativos y documentales. En la primera sesión, titulada “Experiencias profesionales: rompiendo moldes”, intervinieron tres profesionales de la fotografía en los campos publicitario y documental: Antonio Cabello, artista de prestigio y director de la revista *Arte Fotográfico* pionera en la materia; Ángel García, experto en creaciones publicitarias, y Jesús Cabrera Duque, alumno de la Facultad de Ciencias de la Información y fotógrafo *freelance* que representaba las nuevas líneas de trabajo.

El planteamiento del primero fue el análisis del nuevo concepto de fotografía desde el punto de vista artístico, con un punto de vista muy personal en el que reivindicó la vuelta a la foto tradicional frente al uso indiscriminado de la fotografía digital, mientras que las otras dos visiones analizaron las salidas profesionales en el campo de la documentación aplicada a la fotografía y la publicidad. En el debate sobre la fotografía y sus valores artísticos y documentales se expusieron los puntos de vista de profesionales y alumnos.

En la segunda sesión, denominada “Agencias y Fototecas: contenidos, funciones y disfunciones”, participaron los responsables de tres grandes centros de do-

cumentación fotográfica: AGE Fotostock, Getty Images y Latinstock, cuyos fondos suman cerca de cincuenta millones de imágenes. El planteamiento en las respectivas sesiones fue el tratamiento de los documentos y su difusión desde las entidades privadas, analizando las peculiaridades de cada caso. Se trataron las políticas de precios, los derechos de autor y las relaciones de los autores con las fototecas.

La tercera sesión estuvo dedicada a los derechos de autor y a la difusión de la fotografía en el ámbito universitario, con el título genérico “Gestión y difusión: problemáticas”. El tema de los derechos fue de gran interés porque ofreció respuestas a la problemática relacionada con la difusión de las fotografías a través de Internet. Intervino Blanca Suso, representante de la Fundación Arte y Derecho y de VEGAP, entidad de gestión de derechos de artistas plásticos. La difusión de la fotografía en la Universidad fue presentada por Nieves Sánchez Garre, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, cuyo proyecto de trabajo, basado en la literatura y en conceptos culturales, despertó gran interés.

En la cuarta y última sesión, titulada “Del Marketing: aplicación de la fotografía al libro y su uso en las campañas publicitarias” se presentaron dos de las ponencias más impactantes para los asistentes: “Las cubiertas de los libros”, de Manuel Durán Blázquez (Espasa) y Rudy de la Fuente (Planeta), y “El uso de las fotografías en las campañas publicitarias”, de Rocío Sanabria Ruiz-Colmenares (The Farm-DHP). Ambas propuestas fueron elaboradas a partir de la experiencia e ilustradas con imágenes concretas elegidas con criterio didáctico. El análisis de los contenidos fue no solo didáctico sino que abrió una nueva perspectiva de estudio y trabajo a los asistentes al evento, en especial al alumnado.

El colofón lo puso Concha Tejedor, periodista y directora del Departamento de Documentación de la Agencia EFE, con la conferencia “Valores de la documentación fotográfica”, en la que expuso las principales características de los documentos y para la que tomó como referencia el extraordinario conjunto documental de EFE y las actuaciones que se han realizado para su difusión.

5. PARTICIPACIÓN

Por lo que respecta a la participación, aumentó considerablemente con respecto ediciones anteriores. Se matricularon más de doscientos alumnos de los que 120 solicitaron el crédito de libre configuración otorgado por la Universidad Complutense. El interés respondió a la amplitud de la materia y a la relación de la misma con los estudios de Ciencias de la Información, donde se imparte la asignatura Documentación Informativa en las tres licenciaturas: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Relaciones Públicas, así como las optativas Documentación Audiovisual y Documentación Publicitaria.

Asistieron además profesionales de instituciones de prestigio como la Biblioteca Nacional, el Museo Picasso de Málaga o el Instituto del Patrimonio Cultural de España, cuyas observaciones enriquecieron los planteamientos personales y la

visión general. Resultado de sus intervenciones fueron algunas de las reflexiones que se incluyen a continuación.

6. REFLEXIONES FINALES

1. Las Jornadas sobre fotografía y publicidad abren un nuevo campo de investigación y experimentación muy desconocido para los alumnos en formación, apasionante por los contenidos y con futuro en el mercado laboral.
2. La documentación en fotografía y publicidad es materia en desarrollo con diversas líneas de trabajo abiertas, desde el tratamiento documental hasta la gestión de los fondos, por lo que su interés es creciente en todos los sectores.
3. Los retos de los profesionales de la información en este campo son cada vez mayores y de difícil respuesta por la necesidad de gestionar los contenidos.
4. La demanda de profesionales formados en documentación desde las empresas de fotografía y publicidad, comentada por los participantes en las jornadas, aumenta progresivamente debido a la mayor reutilización de las imágenes de fondo.
5. Es fundamental la formación de profesionales capaces de responder a tal demanda con el fin de gestionar y analizar contenidos.
6. El papel de la Universidad es clave en este sentido, por lo que los nuevos estudios de Grado y Máster resultan un medio fundamental para llevar a cabo la formación.