



EFTI, MODOS DE MIRAR

efti | CENTRO INTERNACIONAL
DE FOTOGRAFÍA Y CINE

DIRECCIÓN DE CINE PUBLICITARIO

Este curso es un recorrido por los fundamentos de la narración publicitaria y una inmersión a sus procesos de trabajo: desde la recepción del *brief* a la propuesta del director, la planificación de la producción, el rodaje, montaje, sonorización, postproducción hasta la entrega final al cliente.

Se centra también en los aspectos estéticos en la narración publicitaria, como la dirección de fotografía, arte y vestuario y en otros más formales como la dirección de actores.

Aprenderás todos los recursos necesarios para plasmar en imágenes las ideas de los creativos publicitarios y la habilidad necesaria para contar una historia en un corto espacio de tiempo.

A lo largo del curso tendrás 12 Masterclass con profesionales en activo de la industria del Cine Publicitario y una jornada de rodaje de un truco publicitario de 12 horas.

Duración: 3 meses aproximadamente, siendo tres o cuatro clases semanalmente. 141 horas lectivas.

Tipo de clases: 62 horas prácticas, incluyendo dos jornadas de rodajes de 12 horas cada uno.

Máximo 18 alumnos por grupo.

Modalidad: Presencial u *Online live*.

DIRECCIÓN EN CINE PUBLICITARIO

Programa

PRESENTACIÓN

Rebeca Calle (Directora) 2 horas

Presentación del curso y del profesorado.

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y EVOLUCIÓN DEL CINE PUBLICITARIO I Y II

Pablo Arreba (Director)

3 horas cada una

Breve repaso por la historia de la publicidad desde el primer papiro publicitario hasta la actualidad. Análisis al periodo que va desde 1941, con el primer anuncio audiovisual lanzado en televisión. Análisis por parte de los alumnos/as de algunos de sus spots más relevantes.

LA CREATIVIDAD EN PUBLICIDAD.

AGENCIAS Y ANUNCIANTES I Y II

Pablo Arreba (Director) y Rebeca Calle (Directora) 3 horas cada una

Abordaremos las relaciones entre agencias y clientes mostrando el proceso completo desde que la agencia elabora el *brief*, hasta que el anuncio sale emitido por los diferentes medios.

EL BRIEF I, II Y III

Rebeca Calle (Directora)

3 horas cada una

Práctica y creación de un *brief* publicitario para su posterior rodaje. Presentación de *brief* por parte de los alumnos en un *pitch* real.

AGENCIAS, ANUNCIANTES, PRODUCTORAS Y DIRECTORES I

Rebeca Calle (Directora) 3 horas

Repaso de las agencias más relevantes en el sector de la publicidad y su unión a las grandes marcas. Productoras más importantes a nivel nacional e internacional. Repaso a algunos de los directores con proyección tanto nacional como internacional más importantes del cine publicitario.

AGENCIAS, ANUNCIANTES, PRODUCTORAS Y DIRECTORES

II. MASTERCLASS CON DIONISIO NARANJO

(Director) 3 horas

Masterclass impartida por Dionisio Naranjo, dueño de la productora *Harry* y uno de los directores con más proyección tanto a nivel nacional e internacional, que cuenta con grandes campañas realizadas para *Ikea*, *Campofrío*, *Pescanova*, *Nestlé*, etc... Hará un repaso acerca de su trayectoria y sus inicios cómo Producer de agencia, hasta dar el salto cómo director publicitario.

NARRATIVA Y ESTÉTICA PUBLICITARIA.

TABLE TOP I

Rebeca Calle (Directora)

3 horas

Análisis de la narrativa publicitaria, sus tiempos y códigos. La importancia de la estética en publicidad. La estética alimentaria en el cine publicitario. El videoclip adaptado a la publicidad.

NARRATIVA Y ESTÉTICA PUBLICITARIA.

TABLE TOP II.

MASTERCLASS CON NYSU

(Director) 3 horas

Masterclass impartida por *Nysu*, director con una narrativa y mundo interior inigualables. Su estética tan personal y su particular universo narrativo, han hecho de él uno de los directores más singulares y particulares de la publicidad española. Ha realizado campañas para *KFC*, *Bankia*, *Once*, etc... y ha realizado videoclips para artistas de la talla de *New Order*, *Leiva*, o *Love of Lesbian*, entre otros. *Nysu* nos hablará de cómo plasma en imágenes su universo interior, y qué papel juega la estética en su trabajo.

NARRATIVA Y ESTÉTICA PUBLICITARIA.

TABLE TOP III. MASTERCLASS CON CRISTINA HORNEDO

(Home economist) 3 horas

Trataremos los procesos de trabajo a la hora de trabajar en la estética alimentaria tanto en spots como en sesiones de fotografía alimentaria, de algunos de los trucos que realizan y del reto de hacer apetitoso cualquier alimento que se ve anunciado posteriormente en los diferentes medios.

EL STORY-BOARD EN PUBLICIDAD.

MASTERCLASS CON NICO SÁNCHEZ

(Dibujante) 3 horas

La importancia del *story board* en publicidad. Sintetizar una historia en pocas imágenes y saber transmitir a un dibujante las imágenes que tenemos en la cabeza.

EL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO APLICADO A LA PUBLICIDAD I Y II

Pablo Arreba (Director)

3 horas cada una

La importancia del cine en el marco publicitario. Aspectos formales del cine adaptados a la publicidad. Repaso de algunos de los directores de cine más importantes y su trabajo en publicidad. El documental publicitario. *Cases*. Festivales de Cine Publicitario.

DIRECCIÓN EN CINE PUBLICITARIO

EL TRATAMIENTO I

Rebeca Calle (Directora) 3 horas

Trabajaremos en la creación de uno de los documentos más importantes para ganar un proyecto: el tratamiento. A través de un *brief* real, se trabajará en la creación, escritura y maquetación del tratamiento, con su correspondiente puesta en escena por parte de los alumnos. *Treatment research*.

EL TRATAMIENTO II, III Y IV

Rebeca Calle (Directora)

9 horas prácticas

Presentación de los tratamientos escritos y maquetados por los alumnos en una práctica que se asemejará a la realidad, con el fin de desarrollar y trabajar tanto habilidades dialécticas cómo creativas en la presentación de un tratamiento ante una agencia y un cliente.

EL SERVICE. MASTERCLASS CON

MIGUEL HERRERA

(Director y productor en Macarena & C)

2 horas

Otros modelos de cine publicitario; el *service*. Repaso y explicación del *service* dentro del cine publicitario. Fomentar las localizaciones a nivel nacional.

LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CINE PUBLICITARIO I

Rebeca Calle (Directora) 4 horas

Tratamiento y planificación, PPM (Pre-Production Meeting), Casting, localizaciones, montaje, telecine, Sonorización y entrega del Master. Abordaremos y planificaremos los procesos más importantes para llevar a cabo el rodaje de un spot publicitario, desde que se recibe el guion, se trabaja en el tratamiento, hasta que se gana el proyecto y se pone en marcha.

Explicación teórico-práctica de la reunión llamada PPM (*Pre-Production Meeting*). Repaso a los diferentes departamentos involucrados en la pre-producción.

LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CINE PUBLICITARIO II. MASTERCLASS CON TERESA JIMÉNEZ

(Colorista) 2 horas

Masterclass impartida por Teresa Jiménez, en el que nos hablará de la importancia del color en la narrativa publicitaria. Ahondará en las relaciones tanto con director, director de fotografía, agencia y cliente y el papel que puede jugar el color a la hora de marcar el tono en un spot publicitario.

LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CINE PUBLICITARIO III. MASTERCLASS CON JUAN MANUEL GAMAZO

(Montador) 2 horas

Hablaremos brevemente sobre la historia del montaje y su evolución dentro del montaje publicitario. El montaje es vital, o por lo menos mentalmente, a la hora de dirigir. La importancia del telecine en publicidad.

PRÁCTICA PPM (PRE-PRODUCTION MEETING) I, II, III, IV

Rebeca Calle (Directora)

12 horas prácticas

Abordaremos de manera práctica la reunión de pre producción llamada PPM, en la que cada alumno hará una exposición junto con el documento de PPM, sobre cómo va a abordar de manera formal, y junto con el resto de departamentos, el rodaje del *spot*.

LOS OFICIOS DEL CINE PUBLICITARIO I

Rebeca Calle (Directora)

3 horas

Repaso a los principales departamentos y equipos de trabajo para abordar un rodaje publicitario: Producción (ordenes de rodaje/citaciones, rodaje), dirección, fotografía, maquinaria, *Fitting*, dirección de arte, estilismo, sonido, FX y especialistas en rodaje. Haremos un repaso a los diferentes departamentos involucrados en el rodaje de un *spot* publicitario, desde que se recibe el guion hasta su posterior rodaje.

LOS OFICIOS DEL CINE PUBLICITARIO II. MASTERCLASS CON JAVIER LE PERA

(Director de arte) 3 horas

Javier Le Pera nos contará cómo aborda él los proyectos de publicidad, la relación director de arte-director, las relaciones con el resto de los departamentos, y los procesos que sigue a la hora de construir decorados o crear sets propios, así cómo de la importancia de los detalles en su trabajo cómo director de arte.

LOS OFICIOS DEL CINE PUBLICITARIO
III. MASTERCLASS CON LUIS GUIJARRO
(Director de fotografía) 3 horas

Luis Guijarro nos hablará de su relación con la luz, de la creación de atmósferas, de la necesidad de ir favor de la visión de un director y de la historia, pero también de la importancia de tener presente siempre a la agencia y al cliente. Así mismo, nos hablará de las relaciones con el resto de equipos cómo arte o vestuario.

LOS OFICIOS DEL CINE PUBLICITARIO
IV. MASTERCLASS CON
ÓSCAR GUIMAREY
(Estilista) 3 horas

Oscar Guimarey, estilista especializado en cine, televisión y publicidad, nos hablará de sus inicios como estilista, de la importancia del color y de la experimentación en ciertos proyectos, de su relación directa tanto con el director cómo con el resto de los departamentos y de cómo una buena elección de vestuario puede cambiar considerablemente el tono de un spot.

EL TRUCHO O SPEC COMMERCIAL I
Rebeca Calle (Directora) 2 horas

Abordaje teórico práctico de las herramientas para abrirse camino en la dirección del cine publicitario. La necesidad del trucho en el sector.

EL TRUCHO O SPEC COMMERCIAL II.
MASTERCLASS CON PABLO ZORRILLA
(Productor ejecutivo) 2 horas

Pablo Zorrilla, dueño de la productora Bosalay, nos hablará de sus inicios en la producción de cine publicitario hasta la creación de su propia productora. A su vez, nos hablará de la importancia del trucho o spec commercial para un director y qué aspectos o claves ve fundamentales a la hora de producir a un director una pieza de esas características, con el fin de poder abrirse camino en el sector de la publicidad. En las siguientes masterclass se trabajará en la creación de truchos propios de los alumnos para sus primeras piezas publicitarias personales. A partir de la selección del mejor brief escrito y trabajado se llevará a cabo la pre-producción, rodaje, y montaje de un brief escogido, asemejándose los procesos a la realidad del sector.



DIRECCIÓN EN CINE PUBLICITARIO

MASTERCLASS DE PREPRODUCCIÓN I CON JAVIER SAN JUÁN

(Director de producción)
4 horas prácticas

MASTERCLASS DE PREPRODUCCIÓN II CON JAVIER SAN JUÁN

(Director de producción)
4 horas prácticas

LOCALIZACIÓN TÉCNICA CON JAVIER SAN JUÁN

(Director de producción)
12 horas prácticas

En esta práctica realizaremos una Localización Técnica en aquellas localizaciones dónde rodaremos el spot/trucho de la práctica final. Es un proceso muy importante en la fase de pre-producción y están implicados algunos de los departamentos más importantes, como el de Fotografía, Arte, y Producción. Para que una localización sea válida, hay que localizarla técnicamente y que los Jefes de Departamento expongan cuáles son sus necesidades de cara al rodaje.

RODAJE CON JAVIER SAN JUÁN

(Director de producción)
12 horas prácticas

En estas cuatro masterclass se trabajará en la creación de truchos propios de los alumnos para sus primeras piezas publicitarias personales. A partir de la selección del mejor brief escrito y trabajado se llevará a cabo la pre-producción, rodaje, y montaje del brief escogido, asemejándose los procesos a la realidad del sector. Este taller incluye una jornada de rodaje de 12 horas.

EDICIÓN Y MONTAJE

Fran Pigni (Montador)
3 horas

Contaremos con la colaboración de Giacomo Prestinari, que cuenta con una amplia experiencia dentro del montaje dentro del sector de cine publicitario y que será el encargado de liderar el montaje del trabajo de fin de curso de dirección de cine publicitario.

ETALONAJE Y CORRECCIÓN DE COLOR

Susana Ojea (Colorista) 3 horas

Fran Córdor será el encargado de dar el toque de color y etalonaje al proyecto de fin de curso, etalonando el trucho o spec commercial, rodado por los alumnos.

DIFERENTES CANALES DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA. MEDIOS

Rebeca Calle (Directora) 3 horas

Los medios más importantes de difusión publicitaria. AdStream. Nuevas formas de comunicación: las redes sociales y los canales de visionado. La publicidad digital.

VISUALIZACIÓN DEL SPOT RODADO Y CLAUSURA DEL CURSO

Rebeca Calle (Directora) 3 horas

DIRECCIÓN EN CINE PUBLICITARIO

Dirección

Rebeca Calle

Modalidad

Presencial u *Online live*.

Acceso

Para realizar este curso no es necesario tener conocimientos previos de realización, pero sí es recomendable haber tenido algún contacto con el ámbito de la realización, el video o el cine.

Titulación

Al final de curso se te entregará un diploma acreditativo.

Prácticas personales

Además de asistir a tus clases podrás realizar prácticas fijando personalmente los días y las horas, según los horarios establecidos para las prácticas, desde las 10.00h hasta las 22.00h y los sábados por la mañana, según el calendario establecido en las normas generales de la escuela.

Particularidades:

El programa tiene clases de 2, 3 y 12 horas.

Las clases de 2 y 3 horas comenzarán siempre a la misma hora.

Las dos jornadas de rodaje comenzarán a las 10.00h, durando 12 horas cada una, pudiendo alargarse y se podrán realizar en la escuela, en alguna localización dentro de la Comunidad de Madrid o en los platós de rodaje de EFTI (El Hangar o La Nave) que se encuentran en Arganda del Rey.

Por sus características especiales, determinadas clases podrán modificar su horario y día, según programa, se podrán establecer más días de clase semanales, así como clases de más horas de duración.

**Debido a la complejidad de algunas clases y agendas, el horario, días de clase y profesores podrán variar, avisando a los alumnos/as previamente.*

**En la modalidad Online live, el alumno no realizará las dos jornadas de rodaje, por lo que el precio del curso es de menor cuantía. Pregúntanos.*

Próxima convocatoria

4 clases a la semana de lunes a jueves a partir de las 17:00, comienza el **15 de Octubre 2024**
***Fecha límite de inscripción el 30 de septiembre** o hasta completar plazas.

instalaciones y materiales

En EFTI encontrarás más de 4.500m² dedicados en exclusiva a la fotografía y al cine, una sala de exposiciones, 8 platós equipados con material de última generación (dos de ellos industriales, El Hangar de 650 m² y La Nave de 450 m²), 3 aulas de postproducción equipadas con ordenadores *Mac*, 2 aulas de edición, 7 aulas teóricas, una sala de retoque y postproducción, una sala de edición y etalonaje, una sala de cine, biblioteca, espacio de *coworking*, un aula magna, un espacio multidisciplinar con capacidad para 150 personas y una sala de préstamo de material para realizar tus prácticas dentro de la escuela (cámaras, fotómetros, disparadores infrarrojos, fondos, ventanas, paraguas, trípodes, etc.)

Todos los materiales que se utilizan en las clases, están incluidos en el precio del curso. Durante tus estudios y dependiendo del curso que realices, podrás disponer de un material de última generación que es renovado y revisado constantemente.

71 ordenadores *Mac* con las últimas versiones de *Photoshop*, *Lightroom*, *Capture One* y *Premiere* instaladas.
22 cámaras *Canon*; *EOS 1DC*, *EOS 1D Mark IV*, *5D Mark III*, *5D Mark II*, *7D* y *600D*
2 Cámaras *Fuji* serie *X*
2 Cámaras *Hasselblad 503*
2 Cámaras *Phase One*
1 Cámara *Fuji GFX 50S*
1 Cámara *Panasonic GH5s*
3 Respaldos digitales de medio formato *Phase One*
4 Cámaras *Black Magic 2,5k*
2 Cámaras *Black Magic 6H Pro*
1 Cámara *Ursa Mini 4k*
21 Ópticas *Samyang UMC* de cine montura *Canon*
5 Ópticas *Samyang Xeen* de cine montura *Canon*
6 Ópticas *Dzofilm Vespider Prime*
15 Ópticas *Fuji*
7 Ópticas *Tamron*
Ópticas *Canon* serie *L*

28 Cabezas de flash de estudio autónomas *Profoto*
4 Generadores *Profoto B8*
2 Generadores *Profoto B4*
6 Antorchas *Profoto Prohead Plus UV 500w*
8 Flashes de mano *Canon*, *Nikon* y *Metz*
1 Estativo de hombro
2 *Slider Varavon* de 32 pulgadas
2 Monitor *Shogun Atomos*
1 Monitor *Ninja Atomos*

Luz continua Cine y Fotografía:
Arri HMI Fresnel 6k, *2,5k*, *1,2k*, *575w*
Arri HMI CinePar, *1,2k*
Profoto Daylight HMI 800w, *400w*
Arri Fresnel Tungsteno, *5k*, *2k*, *1k*, *550w*, *300w*
Kit DedoLight
KinoFlo Fluorescencia Flat Head, *4 bank 120*, *4 bank 60*
Equipos y accesorios *Desisti*, *FilmGear*, *Profoto Tungsteno*, *Chimera*, *Avenger*, *Manfrotto*...

En la biblioteca de la escuela puedes encontrar más de 4.000 libros y *Dvd's* de fotografía, de libre consulta en los horarios establecidos y por supuesto, puedes llevártelos a casa.

y mucho más...

No te pierdas **Los Viernes de EFTI** y **Cineclub EFTI** de asistencia gratuita y abiertos a cualquier persona, sea alumno o no, programaciones de coloquios, conferencias, presentaciones, mesas redondas, etc., siempre de contenidos relacionados con la imagen o el cine.

Todos los años publicamos **Exc!**, una publicación comisariada y cuidada con una selección de algunos de los mejores trabajos de alumnos que han pasado por este Master.

En **efti.tv** puedes disfrutar viendo videos, making off de algunas clases, entrevistas a fotógrafos que han pasado por EFTI o por nuestras salas de exposiciones, tutoriales, etc.

Periódicamente se inauguran exposiciones fotográficas en la **sala de exposiciones de EFTI**.

El carné de EFTI te permitirá acceder a prácticas y disfrutar del uso de platós, aulas de edición y hacer uso de la biblioteca, según el curso que estés realizando. También puedes solicitar tu carné CasanovaFoto - EFTI (gratuito) que te permitirá acceder a muchas ventajas en cuanto a compra y alquiler de material.

EFTI | CENTRO INTERNACIONAL DE FOTOGRAFÍA Y CINE

C/ Fuenterrabía 4 y 6
28014 Madrid (España)

Teléfono

+34 91 552 99 99

Información general

efti@efti.es

Información cursos

informacion@efti.es

Contacto cursos

cursos@efti.es

Exposiciones

exposiciones@efti.es

Horario de escuela

De 9.00h a 22.00h

Horario de oficina

De 9.00h a 14.30h y de 16.00h a 18.30h

Con la colaboración de:

