



Università per Stranieri di Perugia

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria,
Storytelling e Cultura d'immagine**

Insegnamento: **Laboratorio di Food Photography e Still
Life**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Coordinatore: **Antonio Catolfi**

Docente: **Andrea Samonà**

Anno Accademico 2020-2021

CFU: **3 CFU, 20 ore**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezioni frontali,
55 ore di studio ed esercitazione individuale.**

Lingua di insegnamento: Italiano

PREREQUISITI

Buona conoscenza della lingua italiana. Conoscenza di base dei sistemi operativi Windows e Macintosh. Conoscenze di base del linguaggio fotografico.

Eventuali lacune potranno essere colmate studiando i seguenti volumi: Enrico Menduni, *La fotografia*, Bologna, Il Mulino, 2016 (*)¹; Michael Langford, *Nuovo trattato di Fotografia moderna*, Milano, Il Castello, 2009.

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprensione della fotografia pubblicitaria tecnica ed in particolare l'analisi dello still life fotografico in studio e della food photography.
- Acquisizione delle tecniche di base della fotografia digitale.
- Acquisizione delle tecniche di base dell'illuminazione del set fotografico.
- Saper utilizzare gli strumenti base del foto editing e del software Adobe *Lightroom*.
- Realizzazione di una serie di scatti fotografici professionali attraverso le riprese effettuate autonomamente dagli studenti e le esercitazioni fatte in classe.

CONTENUTI DEL CORSO

Il corso è suddiviso in tre parti:

1. Fotografia commerciale e del prodotto da pubblicizzare, lo still life e la food photography.
2. Tecniche di base della fotografia digitale pubblicitaria, lo still life in studio.
3. Postproduzione digitale delle immagini fotografiche.

In particolare saranno sviluppati i seguenti temi:

Parte 1 – Fotografia commerciale e del prodotto da pubblicizzare, lo still life e la food photography.

Nella prima parte introduttiva verranno analizzati schematicamente i passaggi tecnici che riguardano la realizzazione di uno scatto fotografico pubblicitario di alto profilo. La produzione di una fotografia pubblicitaria dal concept alla ripresa in uno studio fotografico di still life, per poi proseguire nella post produzione con i software usati dai fotografi professionisti. Verrà preso in esame il flusso di lavoro in studio, in relazione alla

¹ (*) Disponibile in epub e kindle.

post produzione successiva, attraverso esercitazioni pratiche. Gli argomenti principali che saranno affrontati in questa prima parte saranno:

1. Introduzione e descrizione dei passaggi tecnici che costituiscono il flusso di lavoro di uno scatto fotografico pubblicitario.
2. I formati della fotografia e i loro usi.
3. Fotografare persone e oggetti a scopo pubblicitario.
4. Fotografare il cibo a scopo pubblicitario. Tecniche e pratiche.
5. Esercitazioni pratiche e analisi di alcuni scatti per capire la tecnica d'esecuzione.

Parte 2 – Tecniche di base della fotografia digitale pubblicitaria, lo still life in studio.

In questa fase del corso verranno analizzate le tecniche di base della ripresa fotografica in studio avvalendosi di esercitazioni pratiche, e si avrà come obiettivo la realizzazione di una serie di scatti fotografici di un prodotto da pubblicizzare con la tecnica dello still life.

1. Introduzione alla macchina fotografica digitale, gli elementi che la compongono, i tempi d'esposizione, i diaframmi e gli ISO.
2. L'inquadratura: gli obiettivi, la messa a fuoco, la profondità di campo.
3. L'illuminazione: tipi di illuminazione e la temperatura colore della luce.
4. I flash, bank e proiettori da studio. Uso e pratiche per lo still life.
5. Gli strumenti dello studio fotografico: fondali, scenografie, stativi, cavalletti, slider, riflessi, supporti, schermature, bandiere.
6. La fotografia del food e gli strumenti per ottenere scatti fotografici di alto livello.
7. i formati del file, il raw, Tiff e Jpeg.
8. Esercitazioni pratiche sullo scatto di still life per un prodotto da pubblicizzare.

Parte 3 – Postproduzione digitale delle immagini fotografiche.

Nella terza parte verrà esaminata nel dettaglio la post produzione digitale delle fotografie realizzate in studio. Sarà analizzata l'elaborazione del file fotografico, momento di fondamentale importanza sia dal punto di vista tecnico che dal punto di vista creativo. Lo sviluppo di questo processo avverrà attraverso le correzioni del colore, il bilanciamento del bianco, maschere ed i livelli di sovrapposizione di diverse immagini che contribuiscono a rendere le fotografie pubblicitarie competitive sul mercato.

Durante le lezioni verranno prese in esame le funzioni di base del software Adobe *Lightroom* in relazione anche a *Photoshop* per lo sviluppo del file raw. Argomenti nel dettaglio:

1. *Lightroom*: panoramica del software e interfaccia utente per la fotografia in studio.
2. *Photoshop*: lo sviluppo del file fotografico digitale.
3. Gli strumenti del software: selezione, pennelli e le maschere.
4. I livelli: utilizzo dei livelli per comporre l'immagine finale.
5. La finalizzazione della foto e il salvataggio nei diversi formati di lavoro.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali (in presenza o in modalità a distanza); esercitazioni in aula con le attrezzature da studio fotografico; analisi di case studies; costruzione di uno scatto fotografico, cartaceo e/o multimediale. È raccomandata una regolare frequenza alle lezioni.

Nel caso in cui le condizioni generali relative all'emergenza epidemiologica lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica mista (che integrino l'insegnamento in presenza e quello a distanza) o modalità didattiche completamente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

METODI DI ACCERTAMENTO

Gli studenti, attraverso le esercitazioni e le simulazioni fatte in aula, dovranno portare all'esame il proprio prodotto che sarà valutato dai docenti dopo la conclusione del corso. Il prodotto sarà uno scatto o una serie di scatti specifici di un prodotto da pubblicizzare. Una serie di fotografie, realizzate e post-prodotte dagli studenti con il software *Lightroom*; dovrà essere chiaro il tipo di intervento di sviluppo e post produzione realizzato, corredato da una breve relazione e dalla presentazione del progetto fotografico. Per questo è

caldamente raccomandata la frequenza alle lezioni del laboratorio almeno al 90%. Il prodotto fotografico dovrà essere consegnato ai docenti almeno quindici giorni prima dell'esame, via email o attraverso siti come wetransfer, dropbox o similari. Gli studenti all'esame orale oltre alla discussione inerente il prodotto realizzato, dovranno dimostrare di aver acquisito le tecniche di base della fotografia per realizzare una fotografia in studio con le pratiche dello still life. Gli studenti Erasmus dovranno contattare i docenti via email o durante le lezioni.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare i docenti con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA. Il docente e il coordinatore possono essere contattati via email: andre.samona(at)gmail.com; antonio.catolfi(at)gmail.com.

TESTI DI RIFERIMENTO

Studiare tutte le slide presenti sulla piattaforma LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/login/index.php>) e un volume a scelta tra i seguenti testi:

- Scott Kelby, *Illumina, scatta, ritocca. Da uno studio vuoto all'immagine finale*, Milano, Pearson, 2012 (**)².
- Roberto Schiavone, *Moda e pubblicità. I grandi maestri della fotografia*, Milano, Atlante, 2007.
- Nicole S. Young, *Fotografare il cibo. Da semplici istantanee a grandi scatti*, Milano, Pearson 2012.
- Michael Langford, *Nuovo trattato di fotografia moderna*, Milano, Il Castello, 2009.
- Lou Manna, Bill Moss, *Digital Food Photography*, New York, Course Technology, 2005.
- Per Anders Jorgensen, *Eating with the Chef*, London, Phaidon, 2014.
- Susan Bright, *Feast for the eyes: the story of food photography*, New York, Aperture, 2017.

² (**) Disponibile in pdf.