

Rúbrica Analítica para Evaluación de Fotografía Publicitaria I

Rúbrica Analítica | Bellas artes | Fotografía | 4 niveles

Descripción

Esta rúbrica evalúa aspectos clave en la realización de un proyecto fotográfico publicitario, permitiendo identificar fortalezas y áreas de mejora en cada criterio específico.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación de Fotografía Publicitaria I

Esta rúbrica evalúa aspectos clave en la realización de un proyecto fotográfico publicitario, permitiendo identificar fortalezas y áreas de mejora en cada criterio específico.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Concepto y Creatividad	Idea original y creativa que comunica eficazmente el mensaje publicitario, con enfoque innovador.	Idea clara y creativa, aunque con menor innovación o impacto visual.	Concepto básico que cumple con el mensaje pero carece de originalidad.	Concepto confuso o poco relacionado con el mensaje publicitario.
Composición Visual	Composición equilibrada, dinámica y armoniosa que potencia el mensaje y guía la mirada del espectador.	Composición adecuada que sostiene el mensaje, pero con algunos elementos desordenados.	Composición simple y poco estructurada que limita la claridad del mensaje.	Composición desorganizada que distrae o impide la comprensión del mensaje.
Uso de Luz y Color	Uso excelente y creativo de la luz y el color, que realza el producto y genera atmósfera adecuada.	Buena utilización de luz y color, aunque con algunos detalles que podrían mejorar la atmósfera.	Uso básico y poco intencional de luz y color, con efecto limitado en la imagen.	Uso inadecuado o deficiente de luz y color que afecta negativamente la imagen.

Criterios de Evaluación	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Técnica Fotográfica	Ejecuta con precisión técnica (enfoque, exposición, nitidez) sin errores visibles.	Buen manejo técnico con pequeños errores que no afectan la calidad general.	Técnica aceptable con varios errores que afectan parcialmente la imagen.	Técnica deficiente con errores graves que comprometen la calidad visual.
Relevancia del Producto	Producto claramente destacado y bien integrado en la imagen, enfatizando sus características.	Producto visible y relevante, aunque podría integrarse mejor con el entorno.	Producto presente pero poco destacado o integrado, dificultando su identificación.	Producto poco o nada visible, no cumple con la función publicitaria.
Edición y Postproducción	Edición profesional que mejora la imagen manteniendo naturalidad y coherencia visual.	Edición adecuada que mejora la imagen, con algunos detalles mejorables.	Edición mínima o poco coherente, con efectos que distraen o no aportan.	Edición deficiente o ausente que afecta negativamente la calidad final.
Originalidad en el Uso de Recursos	Uso innovador y efectivo de recursos (props, escenarios, modelos) que enriquecen la imagen.	Uso apropiado de recursos que complementan la fotografía sin destacar especialmente.	Recursos usados de manera básica o poco creativa, con impacto limitado.	Recursos mal utilizados o ausentes, que no aportan valor a la imagen.
Presentación y Profesionalismo	Presentación cuidada, con atención a detalles, formato adecuado y entrega puntual.	Presentación ordenada y clara, con mínimas fallas en formato o tiempos de entrega.	Presentación con detalles descuidados o retrasos que afectan la recepción del trabajo.	Presentación deficiente o incompleta que dificulta la evaluación adecuada.