



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO

**DESARROLLO DE UN MÉTODO PROFESIONAL PARA LA PRODUCCIÓN
FOTOGRAFICA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, EMPLEADOS EN UN
CATÁLOGO TURÍSTICO VIRTUAL DEL CANTÓN PENIPE**

TESIS DE GRADO

Previa obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico”

Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

Riobamba – Ecuador

2013

“La gratitud es la memoria del corazón”.

J. B. Massieu

Deseo expresar mi más profundo sentimiento de gratitud a Dios, por las bendiciones recibidas y por velar por el cumplimiento de mis metas y sueños. A mis amados padres, familiares, enamorado y amigos, por brindarme su apoyo y amor, especialmente en los momentos que más lo he necesitado, y por ser los principales motivadores para el cumplimiento de esta meta profesional. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que me ha brindado una formación de calidad, y a mis profesores por ser los guías y orientadores del conocimiento en el transcurso de mi vida universitaria.

Este proyecto de tesis está dedicado a mis padres, quienes con su esfuerzo y sacrificio han velado en todo momento de mi bienestar y han depositado en mí su confianza, sin dudar de mis capacidades; y a mi hija Agustina, una bendición que Dios me ha otorgado, mi inspiración para seguir adelante cumpliendo cada uno de mis propósitos y a quien amo con mi vida.

NOMBRE

FIRMA

FECHA

Ing. Iván Menes C.

**DECANO FACULTAD
INFORMÁTICA
Y ELECTRÓNICA**

Arq. Ximena Idrobo

**DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE DISEÑO GRÁFICO**

Lic. Edison Martínez E.

DIRECTOR DE TESIS

Lic. Pablo Rosas Ch.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Carlos Rodríguez

**DIRECTOR CENTRO DE
DOCUMENTACIÓN**

NOTA DE TESIS

DERECHOS DE AUTORIA

Yo, Jhoana Vanessa Carrillo Rodas, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis de Grado, y el patrimonio intelectual de las misma pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”.

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

- AFPRA: Asociación de Fotógrafos Profesionales de la República de Argentina.
- AFP: Asociación de Fotógrafos Profesionales de España .
- CCD: Charge-Coupled Device (Dispositivo de Carga Acoplada).
- CEBYCAM-CES: Centro de Desarrollo Humano en Cultura y Economía Solidaria.
- CMOS: Complementary-Metal-Oxide-Semiconductor
- CMY: Cyan, Magenta, Yellow (cian, magenta y amarillo).
- EE.UU.: Estados Unidos.
- EFE: Empresa de Ferrocarriles del Estado.
- EGEDA: Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales del Ecuador.
- ESPOCH: Escuela superior Politécnica de Chimborazo.
- FECAPE: Federación Campesina de Penipe.
- FEPTCE: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.
- GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado.
- GFPCH: Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.
- IEPI: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.
- INEC: Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos.
- IVA: Impuesto al Valor Agregado.
- JPEG: Joint Photographic Experts Group (Grupo Conjunto de Expertos en Fotografía).
- LCD: Liquid Cristal Display (Pantalla de cristal líquido).
- LED: Light Emitting Diode (diodo luminoso).
- LRTI: Ley de Régimen Tributario Interno.

NASA: National Aeronautics and Space Administration (Administración Nacional de Aeronáutica).

NEC: Normas Ecuatorianas de Contabilidad.

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OMT: Organización Mundial del Turismo.

ONU: Organización de Naciones Unidas.

PDOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

PUCE: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

RUC: Registro Único de Contribuyente.

SARIME: Sociedad de Artistas, Intérpretes y Músicos Ejecutantes del Ecuador.

SAYCE: Sociedad Autores y Compositores Ecuatorianos.

SLR: Single Lens Reflex.

SOPROFON: Sociedad de Productores de Fonogramas.

SRI: Servicio de Rentas Internas.

TC: Turismo Comunitario.

TIES: Sociedad Internacional de Ecoturismo.

UNACH: Universidad Nacional de Chimborazo.

UNOCAPE: Unión de Organizaciones Campesinas de Penipe.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE FIGURAS

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

2. MARCO REFERENCIAL.....	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3 OBJETIVOS	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos.....	20
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DE GRADO	21
1.5 HIPÓTESIS.....	21

CAPÍTULO II

3. CANTÓN PENIPE: UBICACIÓN, HISTORIA, POBLACION, TURISMO .	23
2.1 LOCALIZACIÓN.....	23
2.2 UBICACIÓN GEOGRAFÍA.....	23
2.3 SÍNTESIS HISTÓRICA DEL CANTÓN PENIPE	24
2.4 ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN.....	26
2.5 TURISMO	31
2.5.1 Definición	31
2.5.2 Turismo Sostenible	32
2.5.3 Turismo Ecológico.....	33
2.5.4 Turismo Comunitario.....	35
2.5.5 Identidad Cultural	36
2.5.6 Análisis de la demanda turística del cantón Penipe	42

CAPÍTULO III

4. FOTOGRAFÍA	44
3.1 Fundamentos de la Fotografía	44
3.1.1 Síntesis histórica de la Fotografía.....	49
3.1.2 La Fotografía Digital.....	49
3.1.3 La Cámara Fotográfica.....	51
3.1.4 La Iluminación en la Fotografía	59
3.2 Composición Fotográfica.....	74
3.2.1 El Encuadre.....	74

3.2.2	Base del Diseño en la fotografía.....	81
3.2.3	Elementos Gráficos y Fotográficos	89
3.2.4	Composición con Luz y Color.....	101
3.3	Géneros fotográficos	107
3.3.1	Subgéneros fotográficos.....	109
3.3.2	El Paisaje.....	111
3.4	Producción Fotográfica	114
3.4.1	Etapas de una Producción Fotográfica	114

CAPÍTULO IV

4. GENERALIDADES DEL DISEÑO GRÁFICO Y DEL DISEÑO

MULTIMEDIA.	117
4.1 Fundamentos del Diseño Gráfico.....	117
4.1.1 Definición de Diseño.....	118
4.1.2 Definición de Diseño Gráfico.....	118
4.1.3 El Diseño Gráfico y el Proceso Comunicativo	119
4.1.4 Elementos compositivos.....	120
4.1.5 Leyes Compositivas	123
4.1.6 Categorías Compositivas.....	125
4.1.7 La Composición	140
4.2 Diseño Multimedia	141
4.2.1 Definición	141
4.2.2 Componentes del multimedia.....	141
4.2.3 Diseño de Páginas	148
4.2.4 Herramientas y Medios	155
4.2.5 Usuarios de Multimedia	156
4.2.6 Diseño Centrado en el Usuario.....	157

CAPÍTULO V

5. DESARROLLO DEL MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA..... 166

5.1 Fase Conceptual.....	166
5.1.1 Identificación de las Fuentes de Información	166
5.1.2 Variables	170
5.1.3 Materiales.....	170
5.1.4 Métodos	171
5.1.5 Técnicas	172
5.1.6 Instrumentos de recolección de datos	172
5.1.7 Procesamiento de la Información	173
5.1.8 Resultados de las encuestas aplicadas	174
5.2 Fase Empírica.....	199
5.2.1 Pre-producción.....	200
5.2.2 Producción	224
5.2.3 Post-Producción	225
5.3 Fase Metodológica.....	230
5.3.1 Tema: Método Profesional de Producción Fotográfica.	230
5.3.2 Presentación	230

5.3.3	Objetivos	231
5.3.4	Formato Pre-Producción	232
5.3.5	Contrato de Servicios Fotográficos	233
5.3.6	Cronograma de Actividades y Guión fotográfico	237
5.3.7	Selección y Retoque Fotográfico.....	239
5.3.8	Diseño de la Guía del Método Profesional de Producción Fotográfica.	240
5.3.9	Propuesta final: Método Profesional de Producción Fotográfica.....	241
5.4	Validación de la Hipótesis	271

CAPÍTULO VI

6.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	281
6.1	Aplicación del Método Profesional de Producción Fotográfica	282
6.2	Diseño de una identidad para ser utilizada en el Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe.	298
6.2.1	Introducción	299
6.2.2	Objetivos del programa	299
6.2.3	Vocabulario.....	300
6.2.4	Signos de identidad	300
6.2.5	Logotipo.....	302
6.2.6	Símbolo.....	303
6.2.7	Identificador.....	303
6.2.8	Gama Cromática	304
6.2.9	Uso de Colores.....	304
6.2.10	Estructura visual de la marca	306
6.2.11	Tamaño mínimo del logo	307
6.3	Creación del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe.....	307
6.3.1	Resumen de creatividad del proyecto	307
6.3.2	Técnicas de investigación de la toma de requisitos del usuario	309
6.3.3	Diseño Conceptual	314
6.3.4	Validación.....	325

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

RESUMEN

ABSTRACT

GLOSARIO

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I.I Distribución de la población de Penipe.....	- 28 -
Tabla I.II Población por área y sexo, según grupos de edad.....	- 30 -
Tabla I.III Gastronomía típica del cantón Penipe	- 37 -
Tabla I.IV Calendario de festividades del cantón Penipe	- 39 -
Tabla I.V Atractivos naturales del cantón Penipe.....	- 41 -
Tabla IV.VI Sensaciones acromáticas.....	- 137 -
Tabla IV.VII Sensaciones cromáticas	- 138 -
Tabla IV.VIII Sensaciones cromáticas según la edad.....	- 140 -
Tabla V.IX Gusto por la fotografía en los estudiantes.....	- 175 -
Tabla V.X Capacidad para llevar a cabo una producción fotográfica.....	- 177 -
Tabla V.XI Conocimiento de algún método de producción fotográfica.....	- 178 -
Tabla V.XII Aspectos más importantes de una producción fotográfica	- 180 -
Tabla V.XIII Aspectos con mayor dificultad en una producción fotográfica	- 182 -
Tabla V.XIV Conocimiento acerca de la propiedad intelectual.....	- 185 -
Tabla V.XV Profesionales que han realizado fotografías de atractivos naturales.....	- 187 -
Tabla V.XVI Método de producción fotográfica empleado por fotógrafos profesionales ...	- 188 -
Tabla V.XVII Uso de las leyes de propiedad intelectual en el GFPCH.....	- 195 -
Tabla V.XVIII Ejemplo de elementos que componen el equipo fotográfico.....	- 204 -
Tabla V.XIX Ejemplo de depreciación del equipo fotográfico.	- 205 -
Tabla V.XX Ejemplo de depreciación de un vehículo.....	- 209 -
Tabla V.XXI Ejemplo de gastos de una persona en cambio de aceite para su vehículo	- 211 -
Tabla V.XXII Ejemplo de gastos de una persona en cambio de neumáticos	- 212 -
Tabla V.XXIII Ejemplo de gastos de una persona en revisiones mecánicas	- 213 -
Tabla V.XXIV Ejemplo del cálculo del valor de mantenimiento	- 214 -
Tabla V.XXV Ejemplo de gastos de una persona en un seguro para su vehículo	- 214 -
Tabla V.XXVI Ejemplo de valor del transporte en un vehículo propio.	- 215 -
Tabla V.XXVII Datos del proyecto y diseño del presupuesto	- 220 -
Tabla V.XXVIII Ejemplo de cronograma de trabajo.....	- 224 -
Tabla V.XXIX Ejemplo de guión fotográfico	- 225 -
Tabla V.XXX Cuadro de selección fotográfica.....	- 227 -
Tabla V.XXXI Aceptación del método profesional de producción fotográfica	- 272 -
Tabla V.XXXII Cambios en el método profesional de producción fotográfica	- 274 -
Tabla V.XXXIII Aprobación de la tabla de presupuesto.	- 275 -
Tabla V.XXXIV Incremento en las tarifas actuales	- 277 -
Tabla V.XXXV Homologación de tarifas a nivel provincial.....	- 278 -
Tabla V.XXXVI Respaldo del trabajo y respeto a los derechos del fotógrafo.....	- 280 -
Tabla VI.XXXVII Salidas tentativas y tiempo estimado por salida	- 285 -
Tabla VI.XXXVIII Elaboración del catálogo turístico virtual del cantón Penipe.....	- 288 -

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico II.1 Distribución de la población por parroquias	- 29 -
Gráfico II.2 Población por área y sexo	- 31 -
Gráfico V.3 Gusto por la fotografía en los estudiantes	- 176 -
Gráfico V.4 Capacidad para llevar acabo una producción fotográfica	- 177 -
Gráfico V.5 Conocimiento de algún método de producción fotográfica	- 179 -
Gráfico V.6 Aspectos más importantes de una producción fotográfica	- 181 -
Gráfico V.7 Aspectos con mayor dificultad en una producción fotográfica	- 183 -
Gráfico V.8 Conocimiento acerca de la propiedad intelectual.....	- 185 -
Gráfico V.9 Profesionales que han realizado fotografías de atractivos naturales	- 187 -
Gráfico V.10 Método de producción fotográfica empleado por fotógrafos profesionales ...	- 189 -
Gráfico V.11 Descripción del método de producción fotográfica, empleado por los miembros del GFPCH	- 191 -
Gráfico V.12 Aspectos para calcular los costos según los miembros del GFPCH.....	- 193 -
Gráfico V.13 Uso de las leyes de propiedad intelectual en el GFPCH	- 195 -
Gráfico V.14 Aspectos por que no se accede a leyes de la propiedad intelectual.	- 197 -
Gráfico V.15 Beneficios obtenidos en el ámbito profesional por pertenecer al GFPCH	- 198 -
Gráfico V.16 Aceptación del método profesional de producción fotográfica	- 273 -
Gráfico V.17 Cambios en el método profesional de producción fotográfica	- 274 -
Gráfico V.18 Aprobación de la tabla de presupuesto	- 276 -
Gráfico V.19 Incremento en las tarifas actuales	- 277 -
Gráfico V.20 Homologación de tarifas a nivel provincial	- 279 -
Gráfico V.21 Respaldo del trabajo y respeto a los derechos del fotógrafo	- 280 -

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura III.1 Luz Frontal.....	- 70 -
Figura III.2 Luz Lateral.....	- 70 -
Figura III.3 Contraluz.....	- 71 -
Figura III.4 Luz Cenital.....	- 72 -
Figura III.5 Luz en Contrapicada.....	- 72 -
Figura III.6 Zona Central.....	- 92 -
Figura III.7 Zona cerca del borde.....	- 92 -
Figura III.8 Zona ligeramente descentrado.....	- 92 -
Figura IV.9 Elementos de la Retícula.....	- 152 -
Figura IV.10 Navegabilidad Lineal.....	- 162 -
Figura IV.11 Navegabilidad Jerárquica.....	- 162 -
Figura IV.12 Navegabilidad No Lineal.....	- 163 -
Figura IV.13 Compuesta o de Red.....	- 164 -
Figura V.14 Retícula páginas impares.....	- 241 -
Figura V.15 Retícula páginas pares.....	- 241 -
Figura V.16 Portada Guía Método Profesional de Producción Fotográfica.....	- 242 -
Figura V.17 Carátula Guía Método Profesional de Producción Fotográfica.....	- 243 -
Figura V.18 Contenido Guía Método Profesional de Producción Fotográfica.....	- 244 -
Figura V.19 Presentación Guía Método Profesional de Producción Fotográfica.....	- 245 -
Figura V.20 Objetivos Guía Método Profesional de Producción Fotográfica.....	- 246 -
Figura V.21 Pre-Producción página 5.....	- 247 -
Figura V.22 Pre-Producción página 6.....	- 248 -
Figura V.23 Pre-Producción página 7.....	- 249 -
Figura V.24 Pre-Producción página 8.....	- 250 -
Figura V.25 Pre-Producción página 9.....	- 251 -
Figura V.26 Pre-Producción página 10.....	- 252 -
Figura V.27 Pre-Producción página 11.....	- 253 -
Figura V.28 Pre-Producción página 12.....	- 254 -
Figura V.29 Pre-Producción página 13.....	- 255 -
Figura V.30 Pre-Producción página 14.....	- 256 -
Figura V.31 Formato de Pre-Producción.....	- 257 -
Figura V.32 Pre-Producción página 16.....	- 258 -
Figura V.33 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.1.....	- 259 -
Figura V.34 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.2.....	- 260 -
Figura V.35 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.3.....	- 261 -
Figura V.36 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.4.....	- 262 -
Figura V.37 Pre-Producción página 21.....	- 263 -
Figura V.38 Pre-Producción cronograma de trabajo.....	- 264 -
Figura V.39 Pre-Producción guión fotográfico.....	- 265 -
Figura V.40 Producción y Post-Producción.....	- 266 -
Figura V.41 Post-Producción página 25.....	- 267 -
Figura V.42 Post-Producción formato de selección fotográfica.....	- 268 -
Figura V.43 Post-Producción página 27.....	- 269 -

Figura V.44 Post-Producción ejemplo de un acta de entrega – recepción	- 270 -
Figura V.45 Contraportada Guía Método Profesional de Producción Fotográfica	- 271 -
Figura VI.46 Familia tipográfica Tiza Negra	- 303 -
Figura VI.47 Familia tipográfica Tiza	- 303 -
Figura VI.48 Proceso de graficación de la identidad.	- 304 -
Figura VI.49 Identidad final.....	- 304 -
Figura VI.50 Identidad en blanco y negro	- 305 -
Figura VI.51 Identidad en escala de grises	- 306 -
Figura VI.52 Estructura visual de la identidad	- 307 -
Figura VI.53 Tamaño normal de la Identidad.....	- 308 -
Figura VI.54 Tamaño mínimo de la Identidad	- 308 -
Figura VI.55 Retícula Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe	- 316 -
Figura VI.56 Distribución portada	- 316 -
Figura VI.57 Distribución página de Presentación	- 317 -
Figura VI.58 Distribución página de Créditos.....	- 317 -
Figura VII.59 Distribución páginas interiores	- 318 -
Figura VI.60 Portada Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe.....	- 319 -
Figura VI.61 Interior de la portada y presentación	- 319 -
Figura VI.62 Créditos y Volcán Tungurahua	- 319 -
Figura VI.63 Cascada de Capil y Nevado El Altar	- 320 -
Figura VI.64 Cascada de Quinuaquiro y Manzanas de Bayushig.....	- 320 -
Figura VI.65 Manantial del Amor y Mina de Piedras Plancha	- 320 -
Figura VI.66 Laguna Amarilla	- 321 -
Figura VI.67 Cueva de los Tayos y Playas del Río Chambo	- 321 -
Figura VI.68 Cascada del Río Chorrera y Ojo del Fantasma.....	- 321 -
Figura VI.69 Cascada del Arco Iris y Aguas Termales	- 322 -
Figura VI.70 Encañonado del Río chambo y Cascada del Río Calshi	- 322 -
Figura VI.71 Laguna El Hotel.....	- 322 -
Figura VI.72 Bosque de Polylepis y Cascada del Curiquingue	- 323 -
Figura VI.73 Cueva de los Murciélagos e interior de la contraportada.....	- 323 -
Figura VI.74 Contraportada	- 323 -
Figura VI.75 Interfaz Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe	- 325 -

INTRODUCCIÓN

Cuando se observa una imagen en la calle, la portada de una revista o una exposición fotográfica, comúnmente se desconoce el arduo trabajo que existe detrás de aquella fotografía expuesta ante su mirada.

Es común escuchar que cualquier persona puede realizar una fotografía, sin embargo el profesional que se encuentra inmerso en el mundo de la producción fotográfica, está consiente que una fotografía de calidad implica creatividad y planificación.

En nuestro medio se puede apreciar graves problemas en los profesionales dentro del campo de la fotografía, como: una marcada diferencia en las tarifas, desvalorización del trabajo y conocimiento de los fotógrafos, falta de profesionalismo el momento de llevar a cabo una producción fotográfica, entre otros problemas que han generado dificultades en el ámbito profesional.

Para solucionar esta problemática se realizó una investigación, utilizando un método inductivo, dentro del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo y de las instituciones educativas que ofertan carreras relacionadas con la Fotografía y el Diseño Gráfico, estableciendo posibles soluciones a dichos problemas, con la finalidad desarrollar una metodología de producción fotográfica general, que establezca pautas indispensables para el desarrollo de una producción fotográfica, además que constituya los aspectos fundamentales para el cálculo de presupuestos y tarifas y proporcione documentación que respalde el trabajo profesional de un fotógrafo.

El propósito de esta investigación es desarrollar un método profesional de producción fotográfica, el mismo que se considera un instrumento de apoyo, que garantiza un trabajo profesional sistematizado y organizado para el profesional que se desempeña en el campo de la fotografía

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Cantón Penipe ha sido un Pueblo solidario y unido, de espíritu fuerte y luchador, que valora sus más íntimas costumbres y tradiciones, pero lastimosamente a lo largo de su trajinar ha tenido que vencer dificultades y crisis, como frecuentes aluviones, sequías y las cíclicas erupciones del volcán Tungurahua, los mismos que han generado a lo largo de los años graves daños en la agricultura y ganadería, los principales factores en el desarrollo económico de Penipe.

Hoy en día Penipe se ha convertido en un pueblo fantasma, y peor aún ha sido llamado “Zona de Riesgo”, términos que no aportan para el desarrollo turístico, a pesar de que el Cantón cuenta con espectaculares atractivos naturales como: La cascada del Arco Iris en Bilbao, las Aguas Termales en Puela, la Laguna del Naranjal en El Altar, bosques de Polylepis en Matus, los sembríos de Manzanas en Bayushig, la Laguna Amarilla en

Candelaria, entre otros, que lastimosamente no han sido aprovechados, a pesar de que hoy en día el Gobierno está dispuesto a apoyar proyectos que contribuyan con el turismo, ya que la mayoría de sus parroquias se benefician con la ley 010, es decir reciben recursos procedentes del petróleo.

En los diferentes productos gráficos que ofrecen las parroquias, es muy notoria la falta de asesoramiento que tienen las mismas en el ámbito del Diseño Gráfico, por ejemplo se puede evidenciar una deficiente utilización de los principales elementos compositivos, en la mayoría de los casos se ha podido visualizar que existe una notoria saturación de los mismos, creando un diseño carente de estética y funcionalidad. También se puede apreciar un bajo nivel técnico en la calidad de las fotografías, debido a que la mayoría de fotografías empleadas en estos productos son procedentes de los mismos habitantes del sector, quienes las han capturado con los equipos que se encuentra a su disposición en el mercado.

En los productos gráficos turísticos que proporciona el Gobierno Central, en donde está presente el Cantón Penipe, se puede evidenciar algunos problemas como: malos montajes, excesivos retoques fotográficos y también errores en la información, generando confusión tanto en el turista nacional como internacional y dando una mala imagen del sector.

Lastimosamente, los representantes de las parroquias del Cantón Penipe muchas veces dejan de lado la calidad, por conseguir un producto gráfico a precios bajos, los mismos que son realizados por personas empíricas o en un una imprenta o centro de impresión,

en donde el diseño lastimosamente pasa a un segundo plano. Este problema principalmente se da por la falta de conocimiento y asesoría en el ámbito del Diseño Gráfico y por la falta de profesionales dentro de este campo en el sector.

Por esta razón se ve necesario la intervención de profesionales dentro del área de Diseño Gráfico, que brinden a más de sus servicios, capacitación y asesoría, impulsando alternativas que mejoren la calidad de sus productos gráficos, mostrando de una mejor manera a Penipe nacional e internacionalmente, aprovechando los hermosos atractivos naturales que posee, fomentando la actividad turística en cada una de las parroquias y de esta manera poder contribuir al desarrollo económico del Cantón, mejorando la calidad de vida de las familias penipeñas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es posible obtener fotografías de calidad capaces de ser aplicadas en cualquier producto gráfico, por medio de la elaboración de un Método Profesional de Producción Fotográfica de atractivos naturales, dirigida a profesionales dentro del área del Diseño Gráfico y la Fotografía?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un Método Profesional para la producción fotográfica de atractivos turísticos del Cantón Penipe, para ser utilizadas en la realización de un Catálogo Virtual.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Conocer los datos más relevantes del Cantón Penipe: su ubicación, historia, población, cultura, gastronomía y turismo.
- Investigar en el área de la Fotografía, las nociones necesarias, para el desarrollo de un Método Profesional en la producción fotográfica de atractivos naturales.
- Indagar en el ámbito del Diseño Gráfico, específicamente dentro del Diseño Editorial y Multimedia, las herramientas necesarias para la realización de un Catálogo Virtual.
- Elaborar el Catálogo Virtual, empleando un método profesional de producción fotográfica, utilizando las herramientas y conocimientos necesarios para la creación del mismo.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DE GRADO

El Cantón Penipe posee una increíble riqueza en atractivos naturales, gastronomía y cultura, que lo hacen potencialmente turístico; se debe tomar en cuenta que Penipe es parte del Parque Nacional Sangay, con una gran extensión de su territorio dentro de los límites del parque, pero a pesar de toda esta riqueza, no ha podido desarrollarse como un lugar de atracción turística, la afluencia de turistas, es relativamente baja.

Una de las principales causas notorias de este problema es la falta de difusión y promoción turística de Cantón, ya que la poca información que posee carece de un buen diseño, estética y funcionalidad.

Por esta razón nació la idea de elaborar un proyecto capaz de dar a conocer los atractivos turísticos naturales más representativos que posee el Cantón, utilizando un método profesional para la producción fotográfica, en la elaboración de un **Catálogo Turístico Virtual del Cantón Penipe**, el catálogo será virtual y no impreso, debido a que en la actualidad mediante el alcance de la tecnología se puede llegar a cualquier parte del planeta, y de esta manera se puede mostrar a Penipe como una nueva alternativa de turismo tanto a nivel nacional como internacional, siendo este proyecto la pauta para el desarrollo turístico del Cantón, comprometiendo a las autoridades tanto municipales como parroquiales a asignar recursos para la elaboración de este tipo de productos gráficos, que traerán un gran beneficio al Cantón, empleando profesionales dentro del ámbito del Diseño Gráfico capaces de realizar un trabajo de calidad, utilizando todos los conocimientos obtenidos a lo largo de su carrera, marcando la diferencia entre su trabajo y el trabajo empírico, y de esta manera conseguir que las personas aprendan a valorar la labor de los profesionales dentro de esta área.

El contenido de esta investigación podrá servir a Diseñadores Gráficos, Fotógrafos profesionales, ingenieros en Ecoturismo y todas las profesiones relacionadas con el turismo, para que conozcan el gran potencial turístico que posee el Cantón y a la vez mediante sus conocimientos propongan proyectos que beneficien y ayuden en el desarrollo turístico y socioeconómico del Cantón Penipe.

1.5 HIPÓTESIS

Mediante la elaboración de un **Método Profesional de Producción Fotográfica**, se elaborará una guía útil para los profesionales dentro de área del Diseño Gráfico y la

Fotografía, donde se detallará los pasos necesarios e indispensables para la realización de una producción fotográfica de atractivos naturales, los mismos que darán como resultado fotografías de calidad, capaces de ser aplicados en cualquier producto gráfico.

CAPÍTULO II

2. CANTÓN PENIPE: UBICACIÓN, HISTORIA, POBLACION, TURISMO

2.1 LOCALIZACIÓN

El Cantón Penipe se encuentra ubicado al noreste de la Provincia de Chimborazo, a 22 kilómetros de distancia de la ciudad de Riobamba. Está conformado por las parroquias El Altar, Matus, Penipe, Puela, La Candelaria, Bilbao y San Antonio de Bayushig.

Sus límites son:

Norte: Provincia de Tungurahua, cantones Píllaro y Baños.

Sur: Cantón Riobamba.

Este: Provincia de Morona Santiago, cantones Palora y Huamboya.

Oeste: Cantón Guano.

2.2 UBICACIÓN GEOGRAFÍA

Geográficamente el Cantón Penipe se encuentra ubicado en las siguientes coordenadas:

Latitud: 1° 27' Sur

Longitud: 78° 21' Oeste

Altitud: 2.500 y los 5.424 msnm

2.3 SÍNTESIS HISTÓRICA DEL CANTÓN PENIPE

¹Lo que hoy en día es conocido como Penipe antiguamente estuvo poblado por indígenas denominados PINIPIS, (“Río de las Serpientes” o “Río Serpiente”), pertenecientes a la nacionalidad de los Puruhaes.

El 4 de Octubre de 1577 se logra la fundación de Penipe, Don Antonio de Clavijo declaró fundado el pueblo con el nombre de "San Francisco del Monte del Cedral de Penipe" en nombre del Rey y del Obispo de Quito.

En 1583, Penipe pasa formar parte del Cantón guano como parroquia rural y eclesiástica, conformada por los caseríos Bayushig, Matus, Calshi, Nabuzo, La Candelaria y Shamanga.

El 29 de mayo de 1861, la ley de división territorial expedida por la Convención Nacional en Quito y sancionada por el ejecutivo el mismo día, eleva a la categoría de parroquias civiles a las localidades de: Ilapo, Penipe, Guanando y Puela del cantón Guano en Chimborazo

¹ Sánchez, V. (2010). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo. Memoria para optar al título de Ingeniera en Ecoturismo, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

En 1983, con la promulgación de la ley de comunas, varias comunidades de Penipe acogen la ley y promueven la organización comunitaria para la dotación de infraestructura por parte del Estado.

En 1975 se decreta la conformación del Parque Nacional Sangay, donde se incluye gran parte del territorio penipeño.

En 1979, con la llegada del Padre Jaime Álvarez Benjumea, actual párroco del Cantón, se crea el “Centro de Erradicación del Bocio y Capacitación a Minusválidos” (CEBYCAM-CES), institución que hasta la actualidad viene ejerciendo proyectos de rehabilitación socioeconómica, proyectos de salud, educación, asistencia social, proyectos de empresas de economía solidaria, capacitaciones, entre otros.

En 1982, durante la ejecución del proyecto de Desarrollo Rural Integral Quimiag, se crea la Federación Campesina de Penipe (FECAPE) y la Unión de Organizaciones Campesinas de Penipe (UNOCAPE), las mismas que presionaron arduamente la cantonización de Penipe.

El 9 de febrero de 1984, finalmente Penipe alcanza la categoría de Cantón, mediante decreto legislativo del entonces Presidente de la República del Ecuador, Dr. Osvaldo Hurtado.

En 1990 se declara al Parque Nacional Sangay como Patrimonio Natural de la humanidad y en éste mismo año se conforma el primer cabildo central de Penipe, organización de segundo grado que agrupa a la mayoría de comunidades.

2.4 ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN

²El Cantón Penipe tiene una población de 6.793 habitantes con un total de 2.631 familias, según datos del INEC, Censo del 2010, de los cuales, 3.274 son hombres que representan el 48,58%, con un promedio de edad de 32 años y 3.465 son mujeres que representan el 51,42%, con un promedio de edad de 34 años, la población urbana representa el 15,79% y la población rural el 84,21%.

La población se encuentra distribuida en seis parroquias rurales: La Candelaria, El Altar, Matus, Puela, Bilbao y Bayushig, en donde están localizadas 25 comunidades y una parroquia Matriz con 9 comunidades ubicadas en la zona periférica de la canecerá cantonal; las parroquias de El Altar, San Antonio de Bayushig y Matus tiene el 70% del total de la población cantonal, situación que se debe al mayor espacio territorial y numero de comunidades con que cuentan, en tanto que el e 30 % corresponde al resto de parroquias, la población ha disminuido en comparación a los años anteriores a causa de la erupción del volcán Tungurahua ocurrida en octubre de 1999, en donde la población de tres parroquias Bilbao, Puela y El Altar localizadas en zonas de riesgo fue obligada a abandonar sus viviendas , se estima que se evacuó un 50% de la población, pues los cultivos fueron afectados casi en su totalidad excepto la zona sur (parroquia La

² PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2012-2022 DEL CANTÓN PENIPE.

Candelaria), en la actualidad habrá retornado apenas el 30% del total de familias evacuadas.

El censo del año 2001 el cantón Penipe cantón con 6.641 habitantes y las proyecciones del INEC al 2010 eran de 7.411 habitantes, lo cual no se cumplió debido exclusivamente al comportamiento de la movilidad poblacional a causa de las erupciones del volcán, Tungurahua y migración de la población por la cercanía a las principales ciudades.

El 12,64% de la población posee algún tipo de discapacidad, de este grupo el 51,17% corresponde a hombres y el 48,82% a mujeres; el tipo de discapacidad más común son las dificultades mentales y enfermedades psiquiátricas, seguidas de las dificultades para moverse y el resto están distribuidas entre las discapacidades auditivas y visuales.

Respecto al estado civil, el 40,63% son casados civilmente, el 38,39% de la población son solteras y solteros, el 8,56% conviven en unión libre, el resto corresponde a personas que han enviudado, se han separado o divorciado.

En cuanto a los grupos étnicos, el 95,98% de los habitantes se consideran mestizos, el 1,20% blancos, y el 2,82% de su población se autodenomina mulatos, indígenas, montubios, negros o afro ecuatorianos; el idioma predominante es el español.

Del total de pobladores, el 90,20% son nacidos en el territorio del cantón Penipe, mientras que el resto son provenientes de otras provincias del Ecuador e incluso otros países, siendo las ciudades de origen: Guayaquil, Manta, Cuenca, Milagro, Ambato,

Guaranda, Latacunga y Loja; los países de origen del resto de la población son: Colombia, EEUU, España, Perú y Venezuela, aunque representan una minoría.

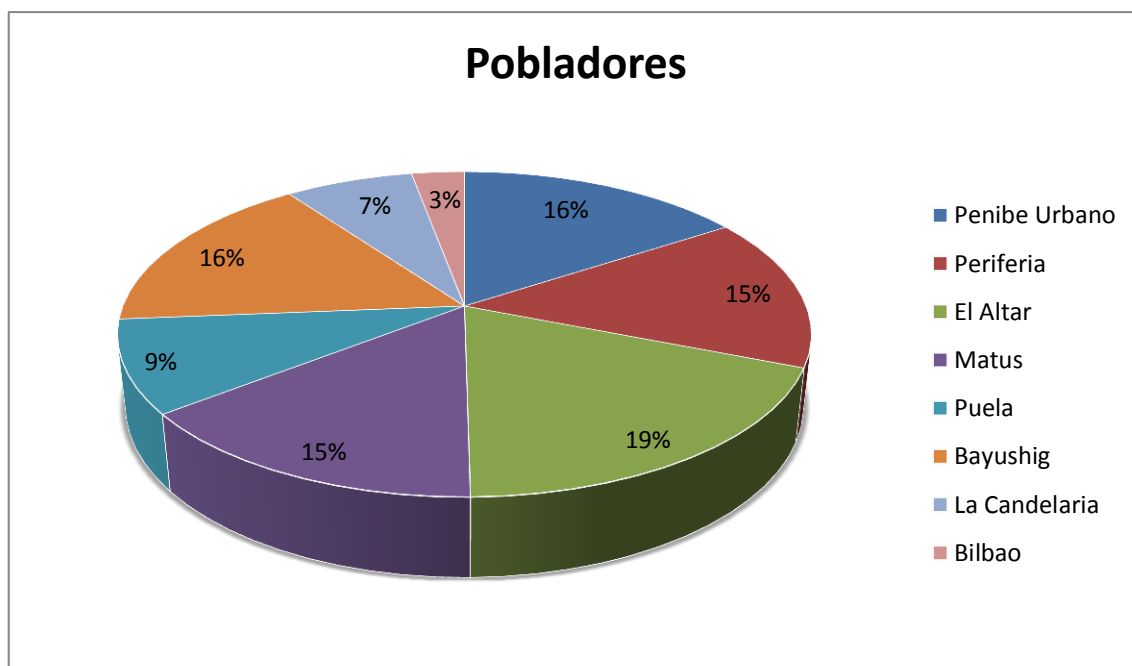
TABLA II.I DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PENIPE

TABLA II.I				
Distribución de la población de Penipe				
PARROQUIAS	TOTAL	%	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	6739	100	3274	3465
PENIPE (Urbano)	1064	15.79	493	571
PERIFERIA	1025	15.21	507	518
ÁREA RURAL	4650	69.00	2274	2376
EL ALTAR	1265	18.77	631	634
MATUS	991	14.71	471	520
PUELA	622	9.23	314	308
SAN ANTONIO DE BAYUSHIG	1101	16.34	517	584
LA CANDELARIA	475	7.05	239	236
BILBAO	196	4.18	102	94

Fuente: INEC 2010

Elaboración: EQUIPO TÉCNICO PDOT PENIPE, 2011.

GRÁFICO II.1 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR PARROQUIAS



Fuente: INEC 2010

Elaboración: EQUIPO TÉCNICO PDOT PENIPE, 2011.

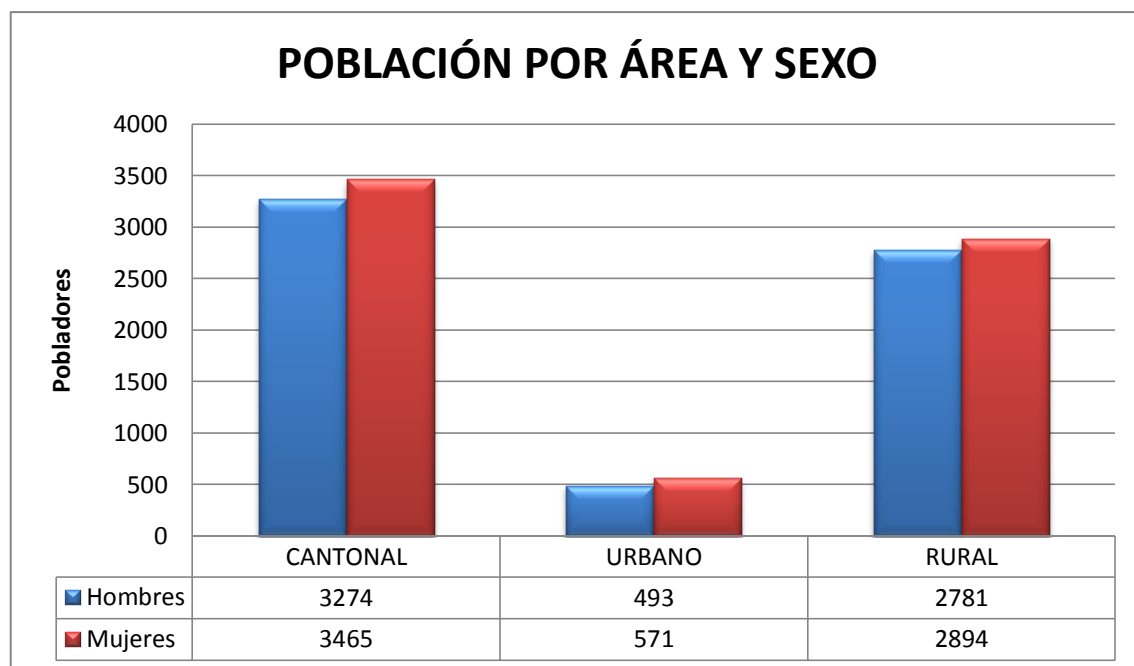
TABLA II.II POBLACIÓN POR ÁREA Y SEXO, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

TABLA II.II									
Población por área y sexo, según grupos de edad									
Grupos quinquenales de edad	Cantonal			Urbano			Rural		
	Sexo		Total	Sexo		Total	Sexo		Total
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
Menores 1 año	46	51	97	7	13	20	39	38	77
1 a 4 años	227	265	492	38	41	79	189	224	413
5 a 9 años	288	273	561	43	38	81	245	235	480
10 a 14 años	321	318	639	41	45	86	280	273	553
15 a 19 años	288	273	561	49	42	91	239	231	470
20 a 24 años	232	259	491	39	50	89	193	209	402
25 a 29 años	212	222	434	37	45	82	175	177	352
30 a 34 años	186	214	400	31	36	67	155	178	333
35 a 39 años	162	196	358	27	31	58	135	165	300
40 a 44 años	172	156	328	27	28	55	145	128	273
45 a 49 años	151	156	307	18	19	37	133	137	270
50 a 54 años	130	152	282	16	23	39	114	129	243
55 a 59 años	131	150	281	9	16	25	122	134	256
60 a 64 años	150	157	307	15	29	44	135	128	263
65 a 69 años	141	170	311	18	20	38	123	150	273
70 a 74 años	113	133	246	14	23	37	99	110	209
75 a 79 años	130	125	255	21	22	43	109	103	212
80 a 84 años	98	98	196	17	23	40	81	75	156
85 a 89 años	63	57	120	14	16	27	49	44	93
90 a 94 años	24	29	53	6	8	14	18	21	39
95 a 99 años	8	10	18	5	6	11	3	4	7
100 años y más	1	1	2	1	-	1	-	1	1
Total	3274	3465	6739	493	571	1064	2781	2894	5675

Fuente: INEC 2010

Elaboración: EQUIPO TÉCNICO PDOT PENIPE, 2011.

GRÁFICO II.2 POBLACIÓN POR ÁREA Y SEXO



Fuente: INEC 2010

Elaboración: EQUIPO TÉCNICO PDOT PENIPE, 2011.

2.5 TURISMO

2.5.1 Definición

³El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

³ Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Madrid: OMT.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU, 1995) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otras actividades ”.

El Ministerio de Turismo del Ecuador define al Turismo como: “El ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

⁴El turismo en el Ecuador es la tercera actividad económica más importante, se encuentra tras la extracción de petróleo y la producción de plátano. La extraordinaria biodiversidad que posee nuestro país un gran riqueza cultural, atrae alrededor de 700.000 turistas anualmente.

2.5.2 Turismo Sostenible

Se puede definir al Turismo Sostenible como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa, los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

⁴ Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., Del Campo, A. (2008). Turismo Comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community – based tourism desde la comunidad. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6, 399 – 418.

Según la Organización Mundial del Turismo, el Turismo Sostenible es: “Aquel que satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro.

El fundamento principal del Turismo Sostenible, es propender al bienestar de la población, promoviendo el desarrollo y fuentes de empleo tomando en cuenta las dimensiones ecológicas, sociales y económicas del turismo. El Turismo Sostenible pretende abrir nuevas oportunidades y alternativas de trabajo para las pequeñas y medianas empresas así como para los sectores informales y rurales de la economía, disminuyendo la exclusión social y económica, antes que expandir el tamaño total del sector. El Turismo Sostenible es una alternativa de desarrollo para los países pobres porque hoy en día es uno de los generadores más importantes de divisas y empleo; al ser una de las actividades económicas más dinámicas de este tiempo. (THE NATURE CONSERVENCY, 2002)

2.5.3 Turismo Ecológico

⁵El Turismo Ecológico o también llamado Ecoturismo, se entiende como el turismo dedicado a visitar espacios naturales protegidos o de importante significado ambiental como: parques nacionales, reservas ecológicas, etc., conociendo, y estudiando su diversidad en flora y fauna. Este turismo se define en la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio, tanto natural como cultural, con el máximo respeto del medio ambiente.

⁵ Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa. (1996). El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional Economía Agraria. (Estudios turísticos n.º 132, 47-61). España: García Cuesta, J. L.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), define al ecoturismo como "un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local".

⁶El ecoturismo trata de promover la conservación, unir las comunidades e impulsar viajes sustentables. Esto significa que aquellas personas que desean participar en actividades de ecoturismo deben seguir los siguientes principios, los mismos que están dirigidos tanto para quienes operan los servicios como para quienes participan

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad.
2. Construir respeto y conciencia ambiental y cultural.
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación.
5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local.
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones.
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

⁶ THE INTERNACIONAL ECOTURISM SOCIETY. Extraído el 24-12-2007.
<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>.

2.5.4 Turismo Comunitario

⁷El Turismo Comunitario (TC) en el Ecuador surge a partir de los años 80 vinculándose directamente con el ecoturismo, en la actualidad se considera que en el Ecuador una 60 comunidades indígenas y campesinas ofertan TC, beneficiando directa o indirectamente alrededor de 15.000 personas., en el año 2000 esta actividad turística fue reconocida legalmente en el país, tras considerarse una competencia desleal por la empresa turística privada.

En el año 2001 se incluye al TC formalmente dentro del Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, adquiriendo plena forma jurídica según la Ley de Turismo 2002, además se establece a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), como interlocutor del TC en el país.

La FEPTCE, define al Turismo Comunitario como: "la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados".

⁷Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., Del Campo, A. (2008). Turismo Comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community – based tourism desde la comunidad. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6, 399 – 418.

2.5.5 Identidad Cultural

a. Patrimonio cultural intangible y valores culturales

⁸En las comunidades se conservan las practicas ancestrales, como la minga, que son organizadas para el mejoramiento de los servicios de vías, agua, sistemas de riego que se organizan mediante comisiones para dirigir el trabajo y la preparación de alimentos; ⁹el presta manos es otra práctica entre familiares y vecinos, consiste en el apoyo para las labores agrícolas y la construcción de viviendas, la jocha característica que consiste en cuotas de dinero, intercambio de animales y granos, se realiza principalmente en fiestas familiares.

Las festividades más representativas del sector son: fin de Año, año nuevo, finados, navidad, carnaval, semana santa, día de la madre, día del niño, día del padre, fechas de parroquialización y cantonización, y en la mayoría de parroquias y comunidades del cantón se festeja a los santos patronos de los diferentes sectores por la religión católica que practican sus habitantes, en estos espacios se comparten la gastronomía típica, expresiones artísticas y los juegos populares como tangán, perinola, vóley, fútbol, bola, boliche, cocos, barajas, entre otros.

A continuación se encuentra un cuadro sobre la gastronomía típica del Cantón Penipe y otro cuadro sobre las festividades propias del Cantón, para la realización de estas tablas se ha obtenido los datos necesarios mediante la realización de una encuesta a los

⁸ PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2012-2022 DELCANTÓN PENIPE.

Patrimonio Intangible: Manifestaciones no materiales, que procede de una cultura tradicional, popular o indígena; emanan de una cultura en forma de: saberes, celebraciones, formas de expresión o lugares.

técnicos responsables de cada una de las parroquias del Cantón, las mismas que se encuentran adjuntas al documento en Anexos 5.

TABLA II.III GASTRONOMÍA TÍPICA DEL CANTÓN PENIPE

TABLA II.III	
Gastronomía típica del cantón	
Parroquia	Gastronomía Típica
Bayushig	<ul style="list-style-type: none"> • Papas con cuy • Chicha de jora • Caldo de Gallina • Papas con ornado • Tortillas de maíz asadas en piedra • Dulce de manzana • Licor de manzana y Claudia
Matus	<ul style="list-style-type: none"> • Tamales • Caldo de Gallina • Papas con cuy • Chicha de jora • Trucha asada • Mote con cascara
El Altar	<ul style="list-style-type: none"> • Cuy (asado, loco) • Caldo de Gallina • Chicha de jora
Puela	<ul style="list-style-type: none"> • Chicha de jora • Caldo de gallina • Papas con cuy • Mote con queso
Bilbao	<ul style="list-style-type: none"> • Caldo de Gallina • Licor de mora

TABLA II.III (Continuación)	
Gastronomía típica de Penipe por parroquias	
La Candelaria	<ul style="list-style-type: none">• Papas con cuy• Caldo de gallina• Chicha de jora• Mote con fritada• Chigüiles, humitas• Habas, choclo y queso• Ají de pepa de zambo
Matriz	<ul style="list-style-type: none">• Tortillas de maíz asadas en piedra• Ornado• Caldo de gallina, gallina asada• Papas con cuy

Fuente: GAD. PARROQUIALES – CEBYCAM-CES

Elaboración: Jhoana V. Carrillo R.

TABLA II.IV CALENDARIO DE FESTIVIDADES DEL CANTÓN PENIPE

TABLA II.IV		
Calendario de festividades del cantón Penipe		
Parroquia	Festividad	Fecha
Bayushig	Fiesta de San Antonio	Mes de Junio
	Fiesta de la Manzana	Mes de Abril
	Fiesta de la Virgen del Quinche	Mes de Noviembre
	Fiesta de la Cruz	Mes de Abril
	Fiesta del Señor del Terremoto	Mes de Febrero
Matus	Fiesta de San José	19 de Marzo
	Fiesta de San Miguel Arcángel	Tercer jueves del mes de Septiembre
	Aniversario de Parroquialización	2 de diciembre
El Altar	Aniversario de Parroquialización	26 de Marzo
Puela	Fiesta de San Miguel	29 de Septiembre
	Aniversario de Parroquialización	29 de Mayo
Bilbao	Aniversario de Parroquialización	30 de Junio
	Fiestas Patronales	2 de Julio
La Candelaria	Fiesta de la Virgen de la Candelaria	2 de Febrero
	Fiesta de Parroquialización	4 de Agosto
Matriz	Fiesta de Cantonización	9 de Febrero
	Fiestas Patronales y de Fundación	4 de Octubre

Fuente: GAD. PARROQUIALES – CEBYCAM-CES

Elaboración: Jhoana V. Carrillo R.

b. Patrimonio cultural tangible

¹⁰El cantón cuenta con una variedad de tipos de viviendas de antaño, iglesias con una estructura arquitectónica llamativa, la biodiversidad es muy rescatable y atractiva por estar representada por zonas de hielo como Los Altares, zonas de pajonales, diversidad en flora y fauna, cascadas, bosques naturales, lagunas, ríos, zonas rituales que forman parte del Parque Nacional Sangay; estos atractivos naturales son potenciales para el turismo comunitario y la explotación turística, su manejo y conservación favorecerá la garantía de la permanencia de los recursos naturales y la posibilidad de generar empleo para las familias del cantón.

La industria manufacturera, el turismo comunitario, la pesca deportiva y la producción de artesanías, son atractivos para afianzar la economía de la población.

A continuación se encuentra un cuadro sobre los atractivos naturales que posee el Cantón Penipe, los datos para la realización del mismo fueron obtenidos a través de una encuesta, realizada a los técnicos responsables de cada una de las parroquias del Cantón, las encuestas se encuentran adjuntas al documento en Anexos 5.

¹⁰ PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2012-2022 DEL CANTÓN PENIPE

Patrimonio Tangible: Manifestaciones materiales, producto de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, entre otros.

TABLA II.V ATRACTIVOS NATURALES DEL CANTÓN PENIPE

TABLA II.V	
Atractivos Naturales del Cantón Penipe	
Parroquia	Atractivos Naturales
Bayushig	<ul style="list-style-type: none"> • No posee atractivos naturales
Matus	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada del río Calshi • Mina de cal • Bosque de Polylepis • Mina de piedras plancha • Río Matus • Río Calshi • Río Azacucho
El Altar	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada del Quinuaquiro • Laguna el Naranjal • Cascada del Curiquingue • Laguna del Lucero • Cordillera del Flautas • Mirador Cochapamba
Puela	<ul style="list-style-type: none"> • Río Puela • Cascada el Mayorazgo • Cascada el Batán • Volcán Tungurahua • El Tambo • El Ojo del Fantasma Aguas termales • Lagunas de Minza • Cascada la Bramadera • Cueva de los Tayos

TABLA II.V (Continuación)	
Atractivos Naturales del Cantón Penipe por parroquias	
Bilbao	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada del Arco Iris • Cueva de los murciélagos • Manantial del Amor • Volcán Tungurahua • Cascada del Gorila
La Candelaria	<ul style="list-style-type: none"> • Laguna Cocha Negra • Laguna del Hotel • Laguna de Tazarón • Laguna de Releche • Lagunas de Mandur • Cascada del río Chorreras • Laguna Amarilla • Nevado El Altar
Matriz	<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia Central • Río Chambo • Playas del Río Chambo
Matriz	<ul style="list-style-type: none"> • Santuario de Jesús Caído • Pampas del puente de El Guso

Fuente: GAD. PARROQUIALES – CEBYCAM-CES

Elaboración: Jhoana V. Carrillo R.

2.5.6 Análisis de la demanda turística del cantón Penipe

a. Demanda Actual

¹¹La gente del cantón Penipe no posee un conocimiento claro y basto sobre el manejo y aprovechamiento sostenible de los atractivos con los que cuenta; sin embargo, como modo de generación de recursos económicos, algunas personas han optado por desarrollar la actividad de forma empírica, razón por la cual en algunas parroquias se encuentran comedores típicos, balnearios, hosterías y cabañas, logrando así, captar una

¹¹ Sánchez, V. (2010). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo. Memoria para optar al título de Ingeniera en Ecoturismo, Escuela de Ingeniería en

importante afluencia de visitantes los fines de semana, feriados y en época de festividades parroquiales y cantonales.

A pesar de eso, no existe un registro de la afluencia de turistas, pero por declaraciones de los propietarios de los establecimientos turísticos, se estima que en temporada alta se reciben aproximadamente 700 personas provenientes de todas las ciudades del país y turistas extranjeros.

b. Demanda potencial

El análisis de la demanda potencial corresponde a una investigación realizada en la ciudad de Riobamba, en el año 2009, la misma que estuvo dirigida a dos segmentos importantes, determinados previamente como consumidores potenciales: los habitantes de ciudad de Riobamba, que constituye el segmento de turismo interno, y los turistas extranjeros que llegan hasta Riobamba por cualquier motivo, los mismo que forman el segmento de turismo receptivo, por ende, el universo de estudio estuvo constituido de la siguiente manera:

Población económicamente activa del cantón Riobamba: 76113¹²

Número de turistas extranjeros que viajaron en tren durante el año 2008: 11.161¹³

¹² PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE CHIMBORAZO,2011.

¹³ Centro de Información Turística de la EFE-Riobamba

CAPÍTULO III

3. FOTOGRAFÍA

3.1 Fundamentos de la Fotografía

¹⁴Fotografía es una palabra derivada del griego y significa “pintar con luz”. La idea de fotografía surge como síntesis de dos experiencias muy antiguas: el descubrimiento de sustancias sensibles a la luz y el descubrimiento de la cámara oscura.

3.1.1 Síntesis histórica de la Fotografía

La Cámara Oscura

El procedimiento de oscurecer una habitación y permitir que por un pequeño orificio hecho en una de las paredes de la habitación entre un haz de luz, el mismo que dibujaría sobre la pared opuesta la imagen del exterior invertida, esta experiencia la realizó por primera vez Aristóteles en el siglo IV a.C. y posteriormente los italianos la denominaron cámara oscura.

¹⁴ Gómez Pérez, J. R. Comunicación Audiovisual, Historia de la Fotografía. Recuperado el 2 de mayo del 2013, de <http://boj.pntic.mec.es/jgomez46/documentos/cav/historiafoto.pdf>.

La primera descripción completa sobre el funcionamiento de la cámara oscura aparece en el siglo XVI, en los manuscritos de Leonardo Da Vinci, esta era utilizada por los italianos para dibujar.

En el año 1806 William Hyde Wollaston inventa la cámara clara o lucida, instrumento que es empleado hasta la actualidad para dibujar.

Materiales Fotosensibles

Los primeros experimentos de materiales fotosensibles datan del siglo XVII. En 1663 Robert Boyle describió que el cloruro de plata se vuelve negro al exponerlo a la luz, pero era afectado por el oxidativo del aire. Y en 1757 Giovanni Battista demostró que ese efecto se debía a la acción de la luz. Pero todos esfuerzos fueron degradados.

Joseph Nicephore (Niepce) consiguió las primeras imágenes negativas en 1816, utilizando papel tratado con cloruro de plata.

En 1827 Niepce consiguió la primera imagen positiva utilizando una cámara oscura y placas de peltre, que se conseguía con la aleación del zinc, estaño y plomo, a estas placas se la recubría con betún de Judea y se las fijaba con aceite de lavanda; este procedimiento necesitaba largas exposiciones a la luz del sol, es conocido como heliografía. Niepce logro plasmar la vista del patio de su casa, a la misma que se considera la primera fotografía de la historia, pero no consiguió invertir la imagen.

En 1835 Louis Jacques Mandè Daguerre publicó los primeros resultados sobre un proceso que llamo daguerrotipo, que consistía en láminas de cobre plateadas y tratadas con vapores de yodo y yoduro de plata. Este procedimiento redujo los largos tiempos de exposición a 15 o 30 minutos, esta imagen apenas visible era revelada posteriormente

en vapores calientes de mercurio y la fijaba en un principio con agua caliente y sal, para después utilizar sulfato de sodio.

El inglés William Henry Fox Talbot, casi al mismo tiempo de Niepce y Daguerre, publicó un proceso conocido como calotipo, el cual consistía en exponer objetos sobre un papel recubierto con cloruro de plata, posteriormente revelaba el negativo con nitrato de plata y lo exponía por contacto sobre el otro hasta conseguir el positivo. Talbot aportó el uso del tiosulfato de sodio como fijador, acortando los tiempos de exposición.

En 1851 muere Daguerre, y surge una nueva técnica del colodión húmedo o ambrotipo, esta técnica fue descubierta por Frederick Scott Archer, y dio fin a los procesos patentados por Talbot y Daguerre. Esta técnica consistía en un soporte de cristal, al que momentos antes de realizar la foto, se lo recubría con una sustancia a base de algodón en polvo, alcohol y éter, junto con sales de bromuro de playa y yodo. Una vez expuesta con el cristal se lo dejaba secar por dos días, para posteriormente revelarla con protosulfito de hierro y finalmente fijarla con hiposulfito de sodio.

Richard Meadox reemplaza el colodión húmedo por la gelatina de bromuro, consiguiendo una placa seca.

George Eastman en 1884 pone a la venta la primera película de rollo sobre papel.

Posteriormente en el año 1888 Kodak bajo el lema “usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto”, lanza su primera cámara de serie, poniendo la fotografía al alcance de millones de personas.

Fotografía a Color

Se considera que Niepce y Daguerre consideraron la idea de realizar imágenes a color, realizaron algunos experimentos pero sin éxito. En el año 1861 es físico escocés Sir James Clerk Maxwell demostró que cualquier color puede obtenerse mezclando luces de los tres colores primarios (rojo, verde, azul) en diferentes proporciones. Este fue el primer sistema aditivo aplicado a la fotografía a color, se lo denominó tricromía.

En el año 1869 el pianista francés Louis Ducos Du Hauron, describió el sistema sustractivo, en su libro *Les Couleurs en Photographie: Solution du Problème*, estableciendo los principios básicos de la fotografía en color, tanto aditivos como sustractivos.

En 1873 Herman Vogel, profesor de fotoquímica, descubrió que la placa de colodión sensible al azul se podía hacer más sensible al verde empleando algunos tintes de anilina, esto llevó a la placa ortocromática.

En 1891 Frederic Ives inventó una cámara a color siguiendo los principios de Clerk Maxwell, esta cámara podía tomar tres negativos, cada uno para uno de los colores primarios, sobre una sola placa. A partir de esta se podían realizar diapositivas y observarlas a través de un instrumento denominado por Ives “Fotocromoscopio”.

En 1904 Auguste y Louis Lumiere patentaron el procedimiento de la placa autocroma, consistía en recubrir una placa con una emulsión a base de granos microscópicos de almidón, obteniendo teñidos los tres colores sustractivos CMY; se protegía con barniz y se cubría con una emulsión foto sensible al blanco y al negro. La gran calidad del colorido de las placas autocroma causa hasta la actualidad mucha sorpresa y admiración.

En 1912 Rudolf Fischer hizo una aportación practica al inventar la copulación de tintes, que permitía colocar tres capas de emulsión, cada una sensible a un color diferente, en un soporte.

En 1935 Leopold Mannes y Leopold Godowsky realizaron la primera película práctica, produjeron la película Kodachrome, en los laboratorios de investigación de Eastman – Kodak.

Fotografía Moderna

En 1913 sale al mercado la primera cámara de maraca Leica. En 1936 se pone a la venta la primera SLR de 35 mm, Kine-Exacta, muy similar a las cámaras actuales.

Desde entonces ha sido enorme el perfeccionamiento de las lentes y la mecánica de las cámaras. Las cámaras actuales cuentan con una velocidad de obturación impresionante, se puede fotografiar con velocidades superiores a la millonésima de segundo, disponen de hasta 15 grupos de lentes, una gran cantidad de programas automáticos, tres sistemas

de medición de luz, autofocus en varias modalidades, un centenar de objetos intercambiables y accesorios.

3.1.2 La Fotografía Digital

¹⁵El desarrollo tecnológico de la fotografía digital se lo atribuye a la NASA y el ejército de los EE.UU. Debido a que los satélites espías y las sondas espaciales no regresaban al momento de concluir sus misiones, y sus fotografías debían ser reveladas en el espacio y enviadas por radio a la Tierra, se vieron obligados a buscar un método que reemplace este difícil proceso, buscando materiales que pudieran reemplazar al carrete fotográfico convencional.

En 1969 los laboratorios Bell inventaron el sensor CCD (dispositivo de carga acoplada) como un almacenamiento de memoria, posteriormente se convirtió en un dispositivo que capta la intensidad de la luz de las cámaras digitales.

El desarrollo de la fotografía digital no fue posible hasta cuando la informática alcanzó un alto grado de madurez; al inicio los ordenadores no poseían la capacidad suficiente para almacenar y visualizar fotografías de alta calidad, debido a que se utilizaba monitores monocromáticos, pero los tiempos han cambiado y se ha incorporado en los ordenadores procesadores rápidos, discos duros de gran capacidad de almacenamiento y monitores a color con increíble resolución; lo cual a facilitado el avance de la fotografía digital.

¹⁵ Fernández Bozal, J. (2005). Fotografía Digital: ventajas e inconvenientes (Versión Electrónica). Rev. Esp. Ortod. 1 (2), 335–341.

3.1.2.1 Ventajas e inconvenientes de la Fotografía Digital

Ventajas de la Fotografía Digital

- Posibilidad de visualizar las fotografías de forma inmediata tanto en la pantalla LCD de la cámara como en el ordenador, esto nos da la oportunidad de corregir las fotografías defectuosas en ese momento.
- Posibilidad de realizar retoques fotográficos mediante el ordenador en las fotografías capturadas.
- Facilidad de incorporar fotografías digitales a un documento o presentación, sin la necesidad de emplear otro recurso que no sea el ordenador.
- Posibilidad de enviar fotografías mediante correo electrónico, redes sociales, entre otros, facilitando la comunicación con personas que se encuentren en otro lugar.

Desventajas de la Fotografía Digital

- La fotografía digital requiere una representativa inversión inicial, ya que además de adquirir un equipo fotográfico es indispensable contar con un ordenador.
- La fotografía digital al poder ser editada pierde el carácter probatorio que posee un negativo convencional fotográfico.
- Y se debe tomar en cuenta que la tecnología avanza constantemente y en un tiempo esos equipos adquiridos inicialmente pueden quedar obsoletos.

3.1.3 La Cámara Fotográfica

La cámara fotográfica es un elemento similar a una caja oscura, que permite el ingreso de luz en el momento preciso, para registrar una imagen enfocada en un material fotosensible o en un sensor electrónico, para luego ser almacenada en una memoria interna, donde el usuario pueda disponer de ese archivo digital en cualquier momento, en el caso de la cámara digital, o para luego ser llevada a un proceso de revelado, en el caso de la cámara analógica.

3.1.3.1 Tipos de Cámaras Fotográficas Digitales

Cámaras compactas de gama media

¹⁶Son pequeñas de tamaño y de sensor, de fácil manejo, ideal para un aficionado a la fotografía, no poseen un visor y se encuadra la imagen en su pantalla LCD. Tienen objetivos zoom con focales entre gran angular y telecorto. Poseen modos de escena, en algunos casos se puede modificar el diafragma y la velocidad manualmente. El formato empleado en la toma es JPG, y algunas poseen la función de filmación en formato MPEG.

Cámaras compactas de gama alta

El cuerpo de la cámara esta realizado en una material más resistente, poseen lentes de mejor calidad óptica. Se puede controlar manualmente el manejo de la abertura del diafragma, la velocidad, la sensibilidad ISO, balance de blancos y la zapata para flash externo. Se puede elegir la alternativa de formato de imagen entre JPG, RAW, TIF y

¹⁶ Lira, M. (2008). Actas XXI Reunión Anual, Comité Nacional de Conservación Textil -Fotografía Digital en Registro de Textiles. Pág. 51. Santiago, Chile.

NEF. Estas cámaras son capaces de generar imágenes con buena calidad fotográfica debido a su buen sistema óptico incorporado, que va desde macro hasta teleobjetivo.

Cámaras Réflex

Las cámaras réflex son de nivel superior, posee un visor réflex, ópticas intercambiables realizadas con cristales de alta calidad, una amplia gama de accesorios, y un manejo manual en su totalidad. Son cámara ergonómicas y de cuerpo robusto, que facilita su utilización poniendo al alcance del dedo índice y pulgar todos los controles de la misma, con el fin de que el usuario o fotógrafo pueda mantenerla siempre a la altura del ojo. Poseen sensores grandes lo que permite una fotografía de alta calidad, para utilizar correctamente este tipo de cámaras se debe tener conocimientos básicos de fotografía.

3.1.3.2 Elementos que componen una Cámara Fotográfica digital

1. Sensor Digital

¹⁷Existen dos tipos de sensores: el sensor CCD (Charge-Coupled Device), y el sensor CMOS (Complementary-Metal-Oxide-Semiconductor).

- *El sensor CCD:* Convierte la intensidad de la luz en voltaje, que a su vez debe ser convertido en datos digitales binarios, para que el ordenador los pueda leer. Este proceso se hace fuera del sensor en un chip denominado ADC (Analogic Digital Converter).

¹⁷ Fernández Bozal, J. (2005). Fotografía Digital: ventajas e inconvenientes (Versión Electrónica). Revista Especializada de Ortodoncia. 1 (2), 75–84.

- *El sensor CMOS:* Se caracteriza porque la conversión de datos analógicos a digitales se realiza en el mismo sensor, y también puede adjuntar otras funciones como la compresión de imágenes en formato JPGE o la reducción de ruido en las imágenes.

¹⁸El sensor es un elemento electrónico que en las cámaras digitales, sustituye a la película empleada anteriormente en las cámaras convencionales. En las cámara compactas posee una forma rectangular, de pocos milímetros de lado, en las cámaras réflex incrementa su tamaño un par de centímetros de lado. El sensor está formado por millones de diodos fotosensibles que se encargan de captar la luz y la graban en forma de impulso eléctrico, para posteriormente convertirlos en datos digitales mediante el convertidos D/A (Digital – Analógico).

2. Objetivo

¹⁹El objetivo es un sistema óptico que permite la proyección de una imagen luminosa sobre la superficie del sensor. Está compuesto por varios lentes donde se concentran los rayos de luz emanados por el objeto en la cámara, y se caracteriza por una determinada distancia focal, capacidad de desvío equivalente a la distancia desde él hasta el plano focal (plano en el que se forma la imagen), y por su apertura que define su máxima luminosidad.

¹⁸ Grupo Planeta de Agostini (2011). Curso de Fotografía Digital en DVD. Novata, Italia: Editorial Planeta DeAgostini, S.A.

¹⁹ Hedgecoe, J. (1992/2004). Manual de Técnica Fotográfica (3ra edición) (2da reimpresión). Barcelona: BLUME.

Tipos de objetivos

- *Objetivo Normal o Estándar:* Es aquel que suele dar un ángulo de visión muy similar al del ojo humano, aproximadamente 45° , normalmente son de 50mm, son los más luminosos pudiendo llegar a una apertura de 1,4f.
- *Objetivo Gran angular:* Cubre las focales inferiores al estándar, entre 35mm y 18mm, con un ángulo de visión de 180° a 63° , ofrecen mucho realismo a las fotografías, debido a su gran profundidad de campo. Son objetivos bastante luminosos y comúnmente se los suele utilizar para fotografías de paisaje, arquitectura o en espacios interiores.
- *Teleobjetivo:* Se utiliza para acercar la imagen al fotógrafo, es decir para captar imágenes desde lejos. Poseen un ángulo de visión bastante reducido, aproximadamente de 30° o inferior, con una distancia focal que puede ir de 70mm en adelante. A diferencia de los objetivos gran angulares los teleobjetivos suelen capturar fotografías poco realista, ya que la distancia entre objetos se reduce notoriamente. Son utilizados para realizar fotografía de retrato, debido a la característica de las focales que se enmarcan entre los 70 y 135mm permitiendo hacer un enfoque selectivo, también son empleados para fotografías de fauna salvaje, deporte, entre otros.
- *Objetivo Macro:* Es un objetivo preparado para captar fotografías desde muy cerca, estos objetivos permiten el enfoque hasta un centímetro del objeto, por esta razón son ideales para fotografiar objetos realmente pequeños. Son muy utilizados en fotografía de naturaleza.
- *Objetivo Ojo de Pez:* Poseen el mayor ángulo de visión, aproximadamente 180° o más y sus distancia focal suele ser entre los 6mm y 16mm. Este tipo de

objetivos suelen distorsionar demasiado las líneas rectas, se suelen utilizar específicamente para lograr ese efecto tan característico que producen.

- *Objetivo de Foco Largo:* Con este objetivo se puede conseguir una imagen de alta resolución con un ángulo estrecho. Estos objetivos tienen aberturas pequeñas, normalmente de 4.5f o 5.6f.
- *Objetivo Catadióptrico:* Es un objetivo de gran distancia focal, de 500mm o más, son tan pesados y voluminosos que normalmente se los monta directo sobre un trípode.
- *Objetivo Zoom:* Este objetivo varia su distancia focal continuamente, girando un anillo, el mismo que permite que el tamaño de la imagen aumente o disminuya, por lo tanto este objetivo es capaz de sustituir a varios objetivos fijos. Su distancia focal suele ser de 28mm a 70mm y de 70mm a 210mm. Su abertura máxima rara vez sobre pasa los 3.5f en objetivos zoom de gran angular a estándar y 4.5f en objetivos zoom más largos.

3. Diafragma

²⁰El diafragma o abertura está ubicado cerca del objetivo, es un elemento que junto con el obturador son los responsables del paso de la luz a través del objetivo, y por lo tanto de la exposición, es decir de la correcta reproducción de la imagen desde es punto de vista de la densidad. Tiene un funcionamiento parecido al de la pupila del ojo: su diámetro es más pequeño cuando hay mucha luz y más grande en condiciones de poca luz, es decir variando su diámetro podemos controlar la cantidad de luz que entra a la cámara.

²⁰ Grupo Planeta de Agostini (2011). Curso de Fotografía Digital en DVD. Novata, Italia: Editorial Planeta DeAgostini, S.A.

La abertura o diafragma se expresa con un valor que es el denominador de un número quebrado, a mayor denominador menor es la abertura. Un diafragma cerrado garantiza una mayor profundidad de campo, por lo contrario un diafragma abierto, ofrecerá una profundidad de campo más cerrada.

La mayoría de diafragmas están constituidos con un conjunto de láminas metálicas, dispuesta de forma que el diámetro que determinan puede variar gradualmente con un anillo.

4. Obturador

²¹El obturador es un mecanismo que permite el paso de la luz, desde el objetivo al sensor, con un intervalo de tiempo preestablecido, normalmente es de una fracción de segundo, es decir el obturador el que indica el momento exacto en el que se hará la fotografía y el tiempo que estará expuesta la luz. Junto con el diafragma regulan la exposición de la fotografía. Existen dos tipos básicos:

- *Obturador de Cortina:* Está compuesto por una cortina que se abre, de forma vertical u horizontal, después al final del tiempo establecido se dispara una segunda cortina que impide el paso de la luz. Estos obturadores alcanzan tiempos de exposición increíblemente rápidos de hasta 1/8000 de segundo.
- *Obturador Central:* Se encuentran situados dentro del propio objetivo, su gran ventaja es que permite sincronizar el flash en todos los tiempos, pero tiene dos

²¹ Grupo Planeta de Agostini (2011). Curso de Fotografía Digital en DVD. Novata, Italia: Editorial Planeta DeAgostini, S.A.

inconvenientes: un precio más elevado, y una velocidad inferior al obturador de cortina, alcanza tiempos de exposición hasta de 1/500 de segundo.

5. Visor

El visor es un elemento esencial de la cámara fotográfica, a través del cual se puede ver la perspectiva y el campo visual que abarca la fotografía. Hoy día podemos encontrar tres tipos de visores en las cámaras fotográficas: el óptico, el réflex y el visor LCD.

- *Visor Óptico:* Normalmente corresponde a una cámara de tipo compacto, es independiente del objetivo, en el sentido que la imagen que captura la lente es diversa a la que podemos observar en el visor, se produce el efecto de paralaje, del cual algunos visores advierten con el uso de líneas que delimitan el campo de la imagen que se puede captura.
- *Visor Réflex:* Se considera el mejor visor y el más inusual en las cámaras digitales, este visor utilizan las cámaras SRL o réflex, y poseen la ventaja de que la imagen que se puede apreciar en el visor será la misma que capture la lente. La imagen que podemos observar en un visor réflex está exenta de problemas de paralaje.
- *Visor LCD:* Visor de imagen que actúa como una reproducción en miniatura del monitor LCD. Nos permite componer la imagen observando una reproducción digital de ésta a través del visor. Se evitan de este modo los problemas de paralaje, pero la imagen que observamos a través del visor no siempre es de gran calidad.

6. Fotómetro

El fotómetro es el encargado de medir la luz proyectada a través el objetivo, para que la cámara pueda calcular la exposición correcta, la misma que se encarga de regular la cantidad de luz que llega al sensor y determina el aspecto final de la fotografía. La exposición esta influenciada por el tiempo de toma del obturador y por el valor del diafragma.

3.1.3.3 Tipos de Formato en las Cámaras Fotográficas

²²Existen una variedad de formatos que en las cámaras digitales tienen que ver con el tamaño físico del sensor y en las cámaras analógicas con el tamaño de la película. El tamaño del sensor determina la resolución, o el número de Megapíxeles, de las imágenes. Los diferentes formatos de cámaras fotográficas son los siguientes:

- a. *Gran formato*: Son cámaras que utilizan formatos de película que van desde 10x12 cm a 20x25 cm utilizadas generalmente en estudios de fotografía profesional.
- b. *Formato medio*: Son cámaras con sensores con tamaños alrededor de los 36mm x 48mm. Este tipo de cámaras resultan muy costosas, su precio varía entre los \$20,000 a \$40,000 dólares, si son digitales. Pero existen cámaras analógicas que resultan mucho más convenientes.
- c. *Formato completo (Full Frame)*: Son cámaras con sensores con dimensiones de 36mm x 24mm, equivalente al tamaño de una película de 35mm. Las cámaras

²² Martínez, E. (2011). Tipos de Formatos en Cámaras Fotográficas (Versión Digital). Diario el Vigía. Avellaneda, Argentina.

con este tipo de sensores son utilizadas por la mayoría de los fotógrafos profesionales. Los precios de las cámaras varían de \$2,000 a \$6,000 dólares.

- d. *APS-S, APS-H*: Son cámaras con dimensiones de 28.7mm x 19 mm (APS-H Canon), 23.6mm x 15.7mm (APS-C Nikon) y 22.2mm x 14.8mm (APS-C Canon). El precio de este tipo de cámaras semi-profesionales fluctúa de \$600 a \$1,500 dólares.
- e. *Cuatro tercios*: Se les denomina así porque el tamaño del sensor es de 4/3 de pulgada, equivalente a 17.3mm x 13mm. Las cámaras con sensor de cuatro tercios son cámaras compactas sin espejo, pero con lentes intercambiables. Los precios varían de \$600 a \$1,000 dólares.
- f. *Formato Compacto*: Son cámaras con los sensores más pequeños. La mayoría de las cámaras compactas y las cámaras en celulares utilizan sensores de este tipo. Los precios fluctúan entre los \$100 y 500 dólares.

3.1.4 La Iluminación en la Fotografía

3.1.4.1 Fuentes de Luz

Debemos tomar muy en cuenta la fuente de luz que se empleará el momento de realizar una fotografía, ya que de esta dependerá el balance de blancos a utilizar. En fotografía se puede considerar las principales fuentes de luz como: luz natural, luz ambiental y luz artificial.

1. Luz Natural

²³El origen de toda fuente de luz natural es el sol, esta luz posee diferentes características a distintas horas del día, posee diferentes situaciones meteorológicas, abarcado desde una luz fuerte y cálida hasta una suave y fría.

Existen dos factores principales que afectan el carácter de la luz solar: la dispersión y la nubosidad.

- *La Dispersión:* La atmósfera de la Tierra dispersa las longitudes de onda de luz más cortas, lo que causa que el cielo se vuelva más azul y el enrojecimiento de la luz desde el mismo sol. Mientras más cantidad de aire tenga que atravesar los rayos del sol más dispersión existe, esto quiere decir que mientras más bajo se encuentra el sol en el cielo, este debe atravesar una más gruesa capa de atmósfera, provocando una mayor dispersión al inicio y al final del día.
- *La Nubosidad:* Las nubes poseen una papel muy importante, tanto en el color de la luz como en el carácter. La luz puede pasar a través de ellas, debido a que son traslucientes, pero lo hace de una manera difusa. Cuando la luz viaja a través de una superficie trasluciente, es desviada por la sustancia, y los rayos rebotan en su interior emergiendo en diferentes direcciones, lo que produce que la luz el sol se convierta en una luz más grande y suave.

²³Harris, R. (2004). La luz – Un tutorial detallado. Extraído el 26 de Junio, 2012, de <http://www.itchy-animation.co.uk/light.htm>

a. Luz del medio día

La luz del medio día se caracteriza porque el sol se encuentra en su punto más alto en el cielo y en su nivel más blanco y más fuerte, donde el contraste es muy alto y las sombras muy oscuras.

La luz fuerte tiende a blanquear los colores, pareciendo menos saturados que en otros momentos del día, las sombras pequeñas y la luz fuerte no revela particularmente la forma del objeto, dificultando la creación de imágenes atractivas. Un elemento en donde puede funcionar la luz del medio día es en el agua, ya que la luz del sol se encuentra en buen ángulo para evitar el reflejo hacia el fotógrafo, esta luz es capaz de sacar el color del agua, océano, mar, etc., de una forma muy efectiva.

b. Luz del Atardecer

La luz del atardecer tiene un tinte amarillo bastante obvio debido a la posición del sol y a los decrecientes niveles de luz, el color del cielo también toma una sombra más profunda de azul.

Se considera a la luz del atardecer una luz muy atractiva, debido a sus colores cálidos que poseen una gran saturación, a sus contraste más suaves y al propio color de la luz, los mismos que tienen un enorme efecto en nuestra percepción de las superficies que toca, dotándolas de una apariencia cálida y rica.

La luz del atardecer tiene una coincidencia estéticamente complaciente: el color de las sombras, que a esta hora son de color azul frío, están cerca de su color complementario

en zonas iluminadas, donde se percibe el color principal que es el amarillo cálido (amarillo – azul). Por este razón es muy común ver esta luz en fotografías, publicidad y película.

c. Puesta de Sol

En el momento de la puesta de sol la luz toma un color anaranjado profundo o rojo, con un contraste muy bajo, debido a la luz débil, lo que proporciona mayor importancia a la luz del cielo y vuelve a las zonas en sombra en un azul profundo. Las sombras e la puesta de sol son muy largas y tienen una textura muy aparente.

A esta hora se puede apreciar un gran colorido en el cielo, ya que las nubes se iluminan desde abajo, tomando tonos dramáticos de naranja y rojo, añadiendo complejidad al color cielo. La puesta de sol es muy variada en términos de color y atmósfera, si se observa varias puestas en sucesión, nunca serán iguales.

d. El Amanecer

Se considera un momento muy especial del día, pero con una impredecible iluminación, debido a que el sol no se encuentra en el horizonte, y el cielo es la única fuente de luz natural, lo que produce una luz muy suave, con poca sombra y con colores y contrastes muy delicados.

e. En la Sombra

El cielo es la única fuente de iluminación en la sombra, lo que da como resultado una luz azul fuerte y difusa, la misma que proyecta sombras suaves. La luz cuando el objeto se encuentra en la sombra, puede también ser reflejada por el entorno, como: muros

cercanos, vegetación, etc. Si se realizará una fotografía en un bosque donde el cielo está oculto pero las hojas reflejan la luz, la luz se volverá verde, este efecto también se podría producir en hierba, arboles.

f. Nublado

La luz en un día nublado puede aparecer en diferentes variedades, esto depende del grosor de la capa de nubes y de la hora del día. En este caso el cielo entero es el que actúa como fuente de luz y produce una luz suave, difusa y sombras relativamente suaves, el contraste es bajo y la saturación de colores alta; esta luz normalmente es considerada aburrida pero puede también ser muy bella y crear un efecto interesante en la fotografía. Como es muy suave es ideal para mostrar el color y la textura en la fotografía

g. Nublado Brillante

En días con una nubosidad más fina es posible captar un poco de luz direccional del sol pasando a través de las nubes, lo que crea sombras más fuertes que pueden ser más suaves a medida que hay nubes enfrente del sol. El nublado brillante es casi un compromiso ideal entre el fuerte contraste de la luz del sol y el soez nublado grueso.

h. La Nubosidad Rota

En la nubosidad rota se obtiene un tipo diferente de luz a la luz del sol pura o el nublado, porque el relleno azul del cielo está ausente aunque el sol puede brillar muy fuerte si hay un agujero en la nube. Las sombras proyectarán sombras visibles en el paisaje y habrá parches de sol entre estas sombras. Los contrastes pueden ser altos y los

cielos grises son un fondo dramático para superficies iluminadas por el sol, con la diferencia entre la luz brillante y lúgubre fondo creando interesantes yuxtaposiciones.

De nuevo los cielos con esta luz pueden ser muy coloridos, con muchos factores influenciando los colores: la hora del día, grosor de las nubes, agujeros entre las nubes, distancia, etc. Los colores pueden abarcar desde muchos tonos de azul hasta amarillos, naranjas y grises. La luz puede cambiar muy rápido mientras las nubes se mueven por el cielo, con la luz del sol apareciendo y desapareciendo de rato en rato.

La luz moteada, como la que se encuentra bajo los árboles en un día despejado, es otra mezcla de luz y sombra comúnmente encontrada en la naturaleza. Es una luz de alto contraste, con luz del sol a tope, esta iluminación puede ser de hecho muy brillante en contraste con la sombra que la rodea. La mayoría de las cámaras no serán capaces de captar el rango completo de tonos que existen en la luz moteada, aunque con el ojo desnudo deberías ser capaz de verlo.

i. La Noche

En la noche el cielo posee algo de luz, aunque el sol ya no se encuentre, la misma que puede proceder de la luz del sol dispersa a través de la atmosfera, o de la luz de la luna.

Se debe tener como punto clave que el cielo siempre será más claro que la tierra en la iluminación nocturna, a no ser que haya una luz artificial de por medio.

Cuando esta la luz de la luna se debe recordar que la luz de la luna solo es el reflejo de la luz del sol, por lo tanto obedece a las mismas normas que la luz del sol. Cuando la

luna está cerca del horizonte tiene un color amarillo o rojo y mientras más arriba se encuentre en el cielo es más blanca y la superficie prácticamente no tiene color, solo se aprecia tonos de grises.

La luz del cielo es difusa y suave, pero cuando se encuentra la luna esta se vuelve dura y fuerte, la única diferencia entre la luz de la luna y la luz del sol es que esta es mucho más débil, así que la relación entre la luz suave del cielo y de la luz fuerte de la luna será diferente a la del día. Debemos recordar que nuestros ojos tienen muy poco sentido de color en la oscuridad, por lo tanto nuestra percepción en la noche es incolora.

2. Luz Ambiental

Se considera luz ambiental a aquella que hay en el lugar en el que se va a fotografiar, haciendo referencia a lugares interiores. La luz ambiental en algunos casos es una mezcla de varias fuentes de luz: ventanas, lámparas domésticas y reflejos. Suele ser desigual, con zonas muy luminosas y otras envueltas en sombras densas.

La mayor dificultad que puede presentar este tipo de luz suele ser la escasa intensidad de la luz, por esa razón es recomendable trabajar con aberturas grandes y tiempos de exposición largos. La luz de las lámparas y la que entra por las ventanas es muy adecuada para retratos, y en general, para temas que responden bien a la luz lateral suave.

3. Luz Artificial

²⁴Se llama luz artificial a la que procede de fuentes de luz creadas por el hombre, como un flash o un conjunto de focos para estudio. El objetivo al emplear la luz artificial es conseguir que parezca natural, por esta razón se debe prestar mucha atención en el sujeto u objeto a fotografiar.

La luz artificial permite el control absoluto sobre la dirección, calidad e intensidad de la luz. Existen dos categorías en la luz artificial: luz continua y el flash.

a. Luz Continua

Se la denomina luz continua a aquella luz que es estable e ininterrumpida, y se genera con aparatos eléctricos. La principal ventaja de la luz continua es que se ve claramente el efecto que produce: las sombras, su dirección e intensidad, etc., y además resulta fácil recrear un ambiente y resaltar determinados rasgos de una persona u objeto. Para conseguir buenos efectos con la iluminación artificial es necesario aprender a observar a los objetos o sujetos a fotografiar y cómo incide sobre ellos la luz.

Dentro de este grupo encontramos :

- *Bombillas incandescentes de tungsteno:* Pueden ser de ampolla blanca o translúcida, que emiten luz suave; y de ampolla transparente, que casi siempre están provistas de un dispositivo de enfoque, que permite concentrar la luz en puntos claves. La desventaja de las lámparas de tungsteno es que dura mucho menos que las utilizadas comúnmente en casa. Las potencias más comunes en

²⁴ Gonzaga Vicedo, L.(2012). Aprender a Iluminar en Fotografía, recuperado el 15 de mayo del 2013, de <http://aprenderailuminar.blogspot.com/p/pdf-online-aprender-iluminar-fotografia.html>

las lámparas para modelado o publicidad es de 250 0 500 vatios, pero se puede encontrar en el mercado hasta de 2000 vatios.

- *Bombillas Sobrevoltadas o Photoflood:* Emiten una luz muy intensa a costa de funcionar a una tensión superior a la idónea para el filamento, y duran sólo unas pocas horas.
- *Bombillas de luz de cuarzo-halógeno:* Son muy pequeñas y cómodas de transportar y proyectan una luz extremadamente intensa. Se utilizan más con cámaras de cine y video.

b. El Flash

²⁵El flash es una fuente que emite un destello luminoso intenso y breve. Posee algunas ventajas como: es portátil y ligero, pequeño y cómodo de llevar. A diferencia de las fuentes continuas, emite una luz muy potente y de muy corta duración, que contribuye a aumentar la nitidez del negativo. Existen algunos tipos de flash:

- *Flash integrado:* En las cámaras réflex este tipo de flash está plegado y se levanta automáticamente antes de dispararse. En las compactas está fijo en el cuerpo de la cámara. Si estamos utilizando un modo automático, el flash integrado se dispara cuando las condiciones de luz lo exigen. El flash integrado suele tener poca potencia y no es orientable, es decir, apunta siempre hacia delante y a corta distancia el deslumbramiento que provoca es bastante molesto.
- *Flash externo:* Va montado sobre la zapata de la cámara, suelen tener bastante más potencia que los integrados. Los flashes externos suelen ser orientables. Se

²⁵ AulaClick. Unidad 10: Iluminación Artificial. Recuperado en Septiembre 2012, de http://www.aulaclip.es/fotografia-photoshop/t_10_1.html.

sincronizan con la cámara mediante los contactos de la zapata. También se pueden montar sobre un trípode y sincronizarse de forma inalámbrica.

- *Flash de estudio*: Son de gran potencia y tamaño, van montados sobre un trípode y se puede alimentar por batería o conectado a la corriente.
- *Flash anular*: Se usa en macrofotografía y proporciona luz alrededor del objeto sin proporcionar sombras ya que va montado sobre el objetivo, no sobre la zapata.
- *Flash gemelo*: Consta de dos unidades, una a cada lado, que permiten orientar la luz por ambos lados, también se monta sobre el objetivo.

3.1.4.2 Dirección de la Luz

²⁶La dirección desde la que vemos una fuente de luz tiene un profundo efecto en nuestra percepción de ella y en la apariencia que van a tener los objetos de una escena. Elegir la dirección desde la que viene la luz principal es una de las decisiones más importantes a tomar, ya que tendrá un gran impacto en la apariencia de la escena, y también en las emociones que la imagen puede transmitir.

a. Luz Frontal

Se considera luz frontal a aquella luz que está directamente detrás del punto de vista del observador. También es llamada iluminación plana, ya que esta forma de iluminar tiende a aplanar el rostro, debido a que apenas proyecta sombras visibles. Lo más común es verla en fotografías con flash y a menudo es bastante poco atractiva si la fuente de luz es dura. La luz frontal no es muy útil para mostrar la forma y textura del objeto o

²⁶ Harris, R. (2004).. Extraído el 26 de Junio, 2012, de <http://www.itchy-animation.co.uk/light.htm>

persona, por esta razón es muy utilizada en fotografías de retrato y de producto, ya que ayuda a disimular por ejemplo arrugas e imperfecciones.

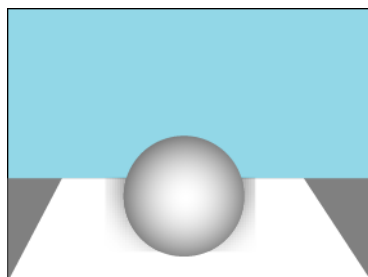


Figura III.1 Luz Frontal

b. Luz Lateral

La luz lateral es producida por una fuente de luz ubicado al lado izquierdo o derecho del objeto, generalmente es muy atractiva y a menudo es utilizada para generar un gran efecto, nos ayuda a diferenciar la forma y la textura de un objeto, además puede prestar a los objetos una cualidad tridimensional. En la luz lateral las sombras son acentuadas y el contraste puede ser alto, por esta razón puede ser empleada para arrojar sombras dramáticas sobre superficies tales como muros y crear atmósfera.

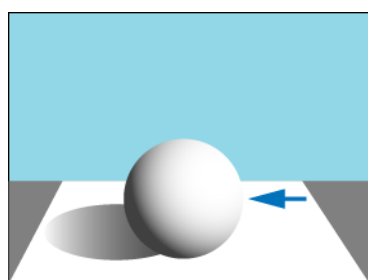


Figura III.2 Luz Lateral

La desventaja potencial de usar esta iluminación reside en que algunas áreas de la imagen pueden perderse en las sombras, y que puede revelar imperfecciones tales como arrugas, por esta razón esta luz en retreta es más utilizada en hombres más que en mujeres.

c. **Contraluz**

Contraluz o luz trasera proviene cuando la fuente de luz se encuentra ubicada tras del objeto o sujeto, es útil para destacar la silueta y separar al objeto o sujeto del fondo, genera una imagen de alto contraste, generalmente se la ubica a una altura mayor que la del sujeto para de este modo evitar deslumbramientos.

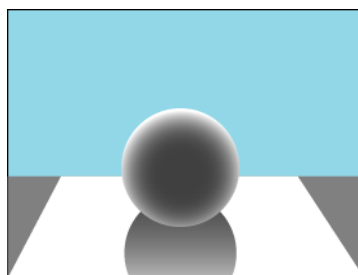


Figura III.3 Contraluz

Las escenas iluminadas desde atrás normalmente contendrán un montón de sombras a no ser que el origen de la luz sea muy suave. El filo iluminado que conseguimos en esta situación puede ser muy útil para definir las formas entre las sombras. Otra característica de este tipo de luz es que revela la transparencia y cualquier fino detalle o textura a lo largo de este borde iluminado. Este tipo de luz es muy efectiva para prestarle drama a una imagen.

d. **Luz Cenital**

Proviene de una fuente de luz ubicada sobre el objeto o sujeto, es una situación ligeramente más inusual, aunque es común en la luz de un día nublado. Se puede encontrar también en la luz del sol al medio día, en algunos interiores y en otras situaciones como la iluminación de escena. Con luz suave es un modo muy efectivo de

mostrar la forma. Bajo una luz dura, puede darle un aire de misterio por las sombras dramáticas que proyecta.

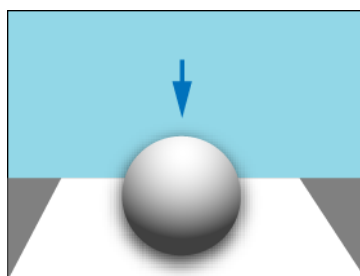


Figura III.4 Luz Cenital

Es una luz poco favorecedora para retratos ya que las sombras son muy pronunciadas en las cuencas de los ojos, las orejas pueden lucir más grandes y son muy notorias las arrugas faciales, obteniendo una imagen con una apariencia amenazadora.

e. Luz en Contrapicada

Es aquella luz que va de abajo hacia arriba y produciendo sombras en la parte superior del objeto o sujeto. Es todavía más inusual que la luz cenital debido a su posición antinatural. La iluminación desde abajo crea un aspecto misterioso y poco familiar. En retratos el resultado de esta luz es una imagen fantasmagórica, con un efecto de maldad en el rostro.

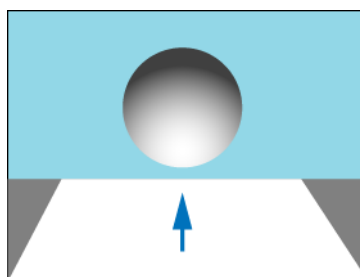


Figura III.5 Luz en Contrapicada

En un contexto natural esta luz puede ocurrir si alguien está de pié junto a una fogata, o sosteniendo una linterna. La luz reflejada puede también venir desde abajo, desde el agua.

3.1.4.3 Calidad de la Luz

a. Luz Directa

También es conocida como luz dura, se produce cuando el sol brilla con fuerza y el cielo está completamente despejado. Entonces, la luz incide directamente con el objeto. De tal modo, se puede percibir las zonas de brillo y de sombra que produce la luz directa.

En la fotografía de paisaje, la luz directa es capaz de producir volúmenes y matices que pueden ser la diferencia entre una fotografía aburrida y una impactante. Esta luz, por el contrario, es la menos favorable para la foto de retrato, ya que provoca sombras desagradables en la modelo, que pueden arruinar la imagen.

Artificialmente procede de una fuente de luz pequeña como por ejemplo un flash. En algunas ocasiones, la luz directa nos proporcionará imágenes de alto contraste. La luz dura es excelente para sobrevalorar la textura y las formas, aunque reduce el detalle y puede provocar que las zonas de luces y sombras aparezcan planas.

b. Luz Difusa

También es conocida como luz suave. Cuando el sol está oculto por niebla, nubes, polvo, humo, contaminación o por otros factores, los rayos se dispersan y en lugar de incidir sobre el objeto desde un único punto, el haz luminoso se divide, de manera que procede de varios puntos. En consecuencia, la luz pierde intensidad, dando por resultado que las sombras producidas resulten menos impactantes.

En general, se cree que los días nublados no son propicios para lograr buenas imágenes, siendo que en realidad se trata de condiciones ideales donde el fotógrafo puede trabajar con más seguridad y facilidad, obteniendo sombras más suaves, que favorecen especialmente la toma de retratos.

En fotografía de arquitectura, la luz difusa revela detalles y texturas que con la luz directa se perderían. Artificialmente se puede generar esta luz desde una superficie más grande como un difusor o un paraguas.

c. Luz Reflejada

Esta se produce cuando el haz luminoso rebota en una superficie. Los materiales reflectantes de luz proporcionan iluminación adicional a la imagen, logrando que las sombras sean poco perceptibles. Por el contrario, los materiales absorbentes de luz (los de color oscuro) hacen que las sombras se marquen más. La luz reflejada es más intensa cuando la fuente de iluminación es directa. Cuando la luz es difusa, los reflejos no son tan intensos.

Entre las superficies reflectantes, el agua es la más conocida y la que produce efectos más espectaculares. Los reflejos pueden incluso deslumbrar por su intensidad. Además, debido al movimiento del agua, el sujeto queda salpicado por los juegos de luz. Sin embargo, debemos tener cuidado cuando se toman fotos en las que interviene el agua como tema, ya que los reflejos de ésta pueden ser más brillantes que el tema en sí.

d. Luz Indirecta

Se considera luz indirecta a aquella que no incide directamente en un objeto o sujeto. Cuando la luz pasa directamente a través de una ventana, tiene el mismo efecto que si nos encontráramos al aire libre, ya que forma sombras muy oscuras y zonas de luz muy brillantes. Sin embargo, si el día está nublado o los rayos solares no llegan directamente a la ventana mencionada, ésta sólo dejará pasar un cierto número de rayos solares, produciendo una versión suavizada de la luz directa.

3.2 Composición Fotográfica

²⁷La habilidad de encontrar el potencial de una imagen, y saber organizar los elementos gráficos, dan como resultado una composición efectiva e irresistible, la misma que se considera uno de los puntos clave para captar fotografías de calidad, se debe tomar en cuenta que el diseño es uno de los factores más importantes dentro de la fotografía.

3.2.1 El Encuadre

El Encuadre es el contexto espacial o el escenario donde se crea las fotografías o evoluciona la imagen. Los bordes de la imagen casi siempre son un rectángulo; en

²⁷ FREEMAN, M. (2009). El Ojo del Fotógrafo- Composición y diseño para crear mejores fotografías. Barcelona: BLUME.

Fotografía el formato del encuadre es fijo en el momento de disparar, aunque después siempre es posible modificar su forma, esta se puede recortar o extender.

El encuadre desempeña un rol dinámico, muy diferente a la pintura que nace de la nada, debido a que el proceso de tomas de fotografías consiste en seleccionar imágenes de escenas y sucesos reales. La facilidad para utilizar este marco de encuadre depende de: conocer los principios del diseño y de la experiencia proveniente de tomar regularmente fotografías. Estas dos cosas se conjugan para mostrarnos la forma en la que el fotógrafo ve el mundo, visión que evalúa escenas del mundo real como imágenes potenciales.

3.2.1.1 Dinámica del Encuadre

En fotografía el formato de cámara más empleado es un marco horizontal, con proporción 3:2, la experiencia puede ayudar a ignorar las dimensiones del visor, con el fin de captar una imagen con un formato distinto, pero lastimosamente esto es difícil de conseguir, ya que la intuición anima al fotógrafo a crear un diseño que resulte satisfactorio al momento de disparar.

Sin embargo, se puede crear dinámica en el encuadre, logrando que éste interactúe con las líneas, las formas y los colores de la imagen, dependiendo de la intención del fotógrafo.

- ²⁸*Marco Vacío*: La existencia de un marco rectangular induce ciertas reacciones visuales, este esquema muestra cómo puede reaccionar el ojo. Una imagen bien encuadrada suele incluir espacio vacío o “aire”. Este espacio vacío sirve como marco a la imagen y evita que la fotografía se vea saturada.
- ²⁹*Alineamiento*: Este sistema consiste en alinear una o dos líneas prominentes de la imagen con el encuadre. Este tipo de alineación enfatiza la geometría de la imagen
- *Tensión Diagonal*: En este sistema el movimiento dinámico proviene de la interacción de las líneas diagonales, las mismas que tiene un movimiento y dirección independiente, con el marco rectangular.
- *La Intersección y Abstracción*: En este sistema se rompen las reglas convencionales, se puede combinar geometrías y texturas en planos inusuales. Este sistema elimina parte del realismo de la fotografía e incita al ojo a considerar la estructura fuera del contexto.

3.2.1.2 Formato del Encuadre

La forma del marco del visor o de la pantalla LCD de la cámara fotográfica, tiene una gran influencia en la forma que adquiere la imagen. La mayor parte de la fotografía se ciñe a unos formatos minuciosamente ya establecidos. Antes de la aparición de la fotografía digital el formato más utilizado era el de 3:2 de 24 x 36mm, conocido como estándar de la cámara de 35 mm; actualmente la mayoría de las cámaras de gama baja y

²⁸ CARRILLO CAVAZZANI, B. Composición de Imagen: encuadre, ángulos y óptica. Red de Talleres de Producción Digital de Contenido Educativo y Cultural. Recuperado el 12 de mayo del 2013, de http://rtpd.sev.gob.mx/promo/guias/produccion_/produccion-de-imagen/composicion-de-imagen-encuadre-angulos-y-optica/at_download/file

²⁹ FREEMAN, M. (2009). El Ojo del Fotógrafo- Composición y diseño para crear mejores fotografías. Barcelona: BLUME.

media han adoptado un formato mas natural de 4:3, que encaja de mejor manera en el papel fotográfico y en las pantallas del ordenador. Los tipos de formatos del encuadre más comunes son:

- *Formato Estándar 3:2:* Conocido como el marco clásico de las cámaras de 35 mm, las cámaras digitales ha heredado este formato tal cual a las cámaras analógicas, la existencia de este formato no tienen una respuesta o razón estética que lo justifique. La mayoría de fotografías que se ajustan a este formato son capturadas en forma horizontal, debido a tres razones principales: la primera es que resulta difícil diseñar una cámara con la que al disparar al nivel de la vista, resulte igual de práctico componer en formato vertical u horizontal; la segunda es que nuestra visión binocular implica que veamos horizontalmente; y la tercera razón es que el formato 3:2 es lo suficientemente alargado para que se pueda trabajar cómodamente en una composición, debido a que el encuadre horizontal resulta más natural, se adapta a horizonte , por lo tanto a la mayoría de paisajes y vistas generales.
- *Formato 4:3, 5:4 y similares:* En fotografía digital y en presentaciones en pantalla estos marcos más gruesos, se los considera formatos más naturales, debido a que son menos determinantes y más adaptables a la vista. La dinámica de este encuadré, en cuando a la composición, se considera más flexible y menos dominante, porque no hay una dirección tan dominante como en el formato anterior y panorámicos; la diferencia entre el ancho y el alto ayuda al ojo a ubicarse dentro de la escena, estos tipos de formatos, resultan más cómodos para la fotografía vertical.

- *Formato de Encuadre Panorámico:* Este tipo de formato es utilizado en escenas que requieren longitud y no profundidad; el formato y la correspondencia de la línea del horizonte, crean un marco horizontal que resulta muy natural en escenas de paisajes.
- *Formato Vertical:* Existe una resistencia al tomar fotografías en formato vertical, aunque hoy en día las publicaciones como revistas y libros por su formato favorecen esta orientación. La figura humana se adapta con facilidad a un formato vertical, al igual que edificios, arboles, plantas, puertas, etc.
- *Formato Cuadrado:* Se considera el formato más complicado de abajar, su proporción es de 1:1 y su influencia es una división muy precisa y estable del espacio; pocas cámaras poseen este inusual formato, porque muy pocas imágenes se prestan a una composición cuadrada. La mayoría de objetos no se adaptan a una composición cuadrada, esto está relacionado con el eje del sujeto; la mayoría de objetos son más alargados en una dirección que en otra y resulta más natural alinear el eje principal con los lados de un marco rectangular; este encuadre impone una rigidez formal en la imagen, dificultando evitar la sensación de geometría, puesto que la simetría de sus lados y esquinas conducen en todo momento la vista hacia el centro. Aunque resulta interesante salir de un formato habitual se debe considerar que una imagen en formato cuadrado cansa rápido.

3.2.1.3 División del Encuadre

A lo largo de la historia, los artistas y particularmente los pintores han utilizado diferentes proporciones y divisiones geométricas para lograr la armonía en sus obras.

Una de estas es la proporción aurea, inventada por los griegos, y que se puede expresar mediante la fórmula matemática $a+b/a = a/b$, donde a es el lado más largo y b el lado más corto, el resultado es un rectángulo cuyas proporciones resultan particularmente armoniosas para la percepción humana, y son muy parecidas al formato de 35mm.

Al sacar una fotografía, los elementos retratados también dividen el encuadre. Normalmente, el fotógrafo compondrá esas divisiones de forma intuitiva, sin recurrir a cálculos geométricos, pero existen reglas que nos pueden ayudar a realizar esas divisiones: la regla de los tercios, la posición del horizonte, y además de formas como la “V”, la “S” y la “L”.

- **Regla de los Tercios**

Considerar la ley de los tres tercios el momento de realizar una fotografía ayudará a mejorar notablemente la composición. Esta regla consiste en dividir en marco o cuadro en otras partes iguales, tanto horizontalmente como verticalmente.

Los puntos donde se cruzan las líneas, llamados puntos áureos, son estéticamente adecuados para ubicar el centro de interés, es recomendable también utilizar una de las dos líneas horizontales para ubicar el horizonte. Dentro de esta división existen líneas consideradas dominantes, saber utilizarlas ayuda a crear una mejor composición.

- **Las Formas en “S”**

Esto está estrechamente relacionado con las líneas. Las fotografías que incluyen curvas en forma de “S” atravesando el encuadre suelen ser muy atractivas. Estos elementos

facilitan la composición al dirigir la mirada del espectador, transmitir una sensación de movimiento o expresar sensualidad, según el elemento principal.

- **El Horizonte**

Se entiende por línea de horizonte aquella línea paralela que divide la porción de cielo y de tierra existente en la fotografía.

El horizonte divide limpiamente y con precisión al encuadre, este tipo de división es utilizada con frecuencia en fotografías de paisaje, este se puede convertir en el principal elemento gráfico, especialmente si no hay puntos de interés relevantes.

la regla del horizonte es muy similar a la regla de los tercios, la regla del horizonte divide la imagen en tres partes iguales, trazando dos líneas imaginarias horizontales, con el fin de coincidir el horizonte con una de estas líneas, esto dependerá de que parte de la imagen nos interesa resaltar, esta regla se puede utilizar en formato horizontal y vertical.

- **Marcos dentro de Marcos**

Esta técnica consiste en conseguir que el espectador mire a través de un plano hacia otro, es decir focalizar la atención del espectador. Los marcos dentro de la imagen introducen al espectador dentro de la escena, ya que funcionan como una ventana, proporcionando a la fotografía una nueva dimensión y fuerza especial e incluso hasta un aura de revelación.

Al utilizar un marco interno dentro de la imagen se puede evidenciar organización y una medida de control en la escena, ya que este establece límites y evita que la imagen fluya por los bordes, transmitiendo una sensación de estabilidad y en algunos casos de rigidez.

3.2.2 Base del Diseño en la fotografía

3.2.2.1 El Contraste

El contraste en las artes, es una relación entre diferentes, es decir mostrar condiciones opuestas o diferencias marcadas entre objetos o personas.

Johannes Itten, representante de Bauhaus, poseía una teoría sobre la composición, la misma que está enraizada a un concepto simple: contrastes, los mismos que consideraba como la base para componer una imagen. Itten mostraba a sus estudiantes mediante ejercicios las diferentes alternativas de contraste (punto-línea, grande-pequeño, líquido, sólido, entre otros) las mismas que se acoplan bien a la fotografía.

3.2.2.2 Percepción Gestáltica

La psicología Gestáltica se fundó en el siglo XX en Australia y Alemania, la palabra Gestalt no tiene una definición precisa, pero esta palabra hace referencia al modo en que algo se ha colocado o reunido. Esta teoría ofrece una explicación sobre el complejo proceso de la percepción o reconocimiento visual.

La importancia de esta teoría en fotografía se fundamenta en las leyes Gestálticas de organización, las mismas que se esfuerzan por explicar el modo en que los elementos gráficos dentro de una fotografía (líneas, puntos, formas y vectores potenciales) se

completan en la mente de los espectadores, por esta razón se puede decir que estas leyes son las que sustentan la mayoría de los principios de composición de imágenes dentro de una fotografía.

a. Leyes Gestálticas de la Organización Perceptual.

1. *Ley de Proximidad:* Esta ley considera que los elementos visuales se agrupan en la mente según la distancia que los separa.
2. *Ley de Similitud:* Esta ley dice que los elementos que son similares de algún modo, como la forma o el contenido, tienden a agruparse.
3. *Ley de Cierre:* Este ley indica que ciertos elementos agrupados pueden sugerir una forma o parecen completar un contorno, la mente tiende a apreciar la forma completa, ya que esta busca lo completo.
4. *Ley de Simplicidad:* Esta ley explica que la mente busca definiciones visuales sencillas, y prefiere líneas, curvas y formas sencillas, que evoquen equilibrio y simetría.
5. *Ley del Destino Común:* Esta ley afirma que los elementos agrupados se mueven juntos, comportándose como una unidad.
6. *Ley de Continuación Óptica:* Esta ley sostiene que la mente tiende a continuar formas y líneas más allá de su punto final.
7. *Ley de Segregación:* Esta ley indica que para percibir una figura esta debe destacar de su entorno, es decir esta debe destacar del fondo de la imagen.

b. Principios Gestálticos

1. *Emergencia:* Este principio nos indica que cuando partes de un imagen no contienen suficiente información para explicarlas, destacan después de observarlas durante un lapso tiempo, para finalmente permitir captar el sentido.
2. *Dosificación:* Este principio dice que la mente llena un forma o área debido a un elemento visual inadecuado. Este tipo de punto incluye un cierre.
3. *Estabilidad Múltiple:* Este principio sostiene que cuando hay suficientes claves de profundidad, puede parecer que los objetos tienden a invertirse de forma espontánea. Este principio de puede apreciar más en el arte de la pintura.
4. *Invariabilidad:* Este principio afirma que los objetos se pueden reorganizar independientemente de su orientación, rotación proporción, escala u otros elementos.

3.2.2.3 Equilibrio

El equilibrio es un principio fundamental de la percepción visual, se basa en la resolución de la tensión, consiste en dos fuerzas opuestas que se igualan con el fin de generar una sensación de armonía.

El equilibrio es armonía, resolución, una condición que de modo intuitivo parece estéticamente agradable. (FREEMAN, M. 2009)

- **Tipos de Equilibrio**

1. *Equilibrio Simétrico o Estático:* Este tipo de equilibrio se consigue cuando el objeto o sujeto se encuentra ubicado justo en el centro del encuadre, o cuando se

colocan dos pesos iguales a cada lado del centro del encuadre, a distancias iguales.

2. *Equilibrio Dinámico*: Este tipo de equilibrio opone dos áreas o sujetos desiguales. En el caso del peso, un objeto de gran tamaño puede equilibrarse con uno pequeño, si el último se ubica lejos del centro del encuadre y cerca del borde del mismo. En cuanto al tamaño, los elementos grandes y pequeños de una imagen se pueden equilibrar colocándose cuidadosamente dentro del encuadre.

3.2.2.4 Tensión Dinámica

La Tensión Dinámica es lo opuesto al carácter del equilibrio estático, este trata de mantener la vista alerta y desviarla del centro de la imagen. La clave de la tensión dinámica está en las líneas divergentes y el movimiento, es decir, en la combinación de varias líneas diagonales en diferentes direcciones, líneas opuestas y cualquier dispositivo estructural que conduzca la vista hacia el exterior del encuadre.

3.2.2.5 El Ritmo

Se puede establecer una estructura visual rítmica en una fotografía mediante la organización o repetición, bajo condiciones especiales, de algunos elementos similares. Es necesario precisar el tiempo y el movimiento para lograr que en una fotografía se pueda apreciar el ritmo. El ritmo posee ímpetu, por lo tanto da una sensación de continuidad.

3.2.2.6 Diseño, Textura y Multitud

1. Diseño

El Diseño se construye con la repetición de elementos y se asocia al espacio. Este se caracteriza por cubrir una zona, las fotografías donde el diseño se extiende hasta los bordes del encuadre muestran el diseño con más fuerza, dándose el efecto de continuación, es decir el ojo humano asume que el diseño va más allá de sus límites físicos.

El diseño depende de la escapa, por esta razón un diseño visto a una distancia considerable adquiere la apariencia de textura.

2. Textura

Se considera la cualidad básica de una superficie, la textura es la estructura que forma el material de dicha superficie. Está relacionada principalmente con la sensación del tacto, para destacar una textura es muy importante tomar en cuenta la dirección y la intensidad de la iluminación.

3. Multitud

Una multitud está conformada por un grupo significativo de sujetos u objetos, está relacionada con el diseño y la textura. Para este tipo de ejercicios de multitud es esencial llenar o casi llenar el encuadre de elementos.

- *Diseño Regular:* Se crean mediante la utilización de elementos con formas regulares, organizados en filas ordenadas u otras disposiciones geométricas de multitud.

- *Diseño Irregular:* Está formado por elementos irregulares agrupados, se debe considerar que irregularidad no es lo mismo que desorden. El éxito de este tipo de ejercicio dependerá también del área que se cubra.
- *Romper el Diseño:* Los diseños anteriormente mencionados tienden a carecer de dirección y resaltan más el fondo que el sujeto. Por esta razón resulta efectivo utilizar un elemento visual diferente al de la multitud, el mismo que rompe el diseño y da mayor énfasis.

3.2.2.7 Perspectiva y Profundidad

Tanto la fotografía como la pintura es una representación en un soporte de dos dimensiones y una de las formas de dotarle interés a las mismas es enfatizar la sensación de profundidad, jugando con la perspectiva. La Perspectiva es la apariencia de los objetos en el espacio y su relación entre ellos y el espectador.

Potenciar la profundidad mediante la perspectiva tiende a mejorar la sensación que experimenta el espectador acercándolo a la realidad e involucrándolo en la fotografía.

Se pueden distinguir diferentes tipos de Perspectiva:

- *Perspectiva Lineal:* Este tipo de perspectiva se caracteriza por la convergencia de las líneas hacia uno, dos o tres puntos de fuga. Cuanto más exagerado sea esta convergencia se logra mayor profundidad, y se podrá captar el interés del espectador, pero se debe tener cuidado porque un exceso de perspectiva dará como resultado una fotografía artificial.

- *Perspectiva Decreciente:* Está muy relacionada con la perspectiva lineal, este tipo de perspectiva se da cuando objetos iguales o similares, alineados paralelamente convergen en un punto y se puede diferenciar una disminución progresiva en cuanto a su tamaño.
- *Perspectiva Aérea:* Esta perspectiva se consigue con el cambio de tonalidad y nitidez de los objetos a medida que están más lejos de la cámara de fotos. Esta perspectiva puede estar potenciada por efectos meteorológicos como la niebla, creando profundidad en una fotografía donde las distancias entre los elementos no son grandes.
- *Perspectiva Tonal:* Para lograr este tipo de perspectiva se debe tomar en cuenta que los tonos claros tienden a avanzar y los oscuros tienden a retroceder, por lo tanto un objeto claro ubicado delante de un fondo oscuro, tiende a destacar con un marcado efecto de profundidad, en este tipo de perspectiva los factores meteorológicos, también juegan un papel muy importante.
- *Perspectiva Cromática:* En este tipo de perspectiva se debe considerar que los colores cálidos como el naranja, el rojo tienden a avanzar, en cambio los colores fríos como el azul tienden a retroceder, por lo tanto un objeto de color cálido contra uno de color frío tiende a transmitir profundidad exclusivamente por razones ópticas.
- *Perspectiva de Reducción:* Este tipo de perspectiva se da cuando algunos objetos iguales o similares que se encuentran alineados y mientras más lejos se encuentren de la cámara su tamaño disminuye progresivamente. A diferencia de la perspectiva decreciente no es necesario que los objetos se encuentren ubicados en líneas paralelas.

3.2.2.8 Peso Visual

En nuestro entorno existen ciertos objetos que tienden a atraer más la atención del espectador que otros, ya sea porque se ha aprendido a esperar más información de los mismos o porque son capaces de estimular las emociones o deseos de las personas.

Dentro de estos elementos se puede considerar especialmente a los ojos y la boca como la parte más atractiva de un sujeto, debido a que por estos sentidos se capta la mayoría de información. La escritura es un elemento que produce mucha atracción a la vista, ya que posee un alto valor informativo, a si el espectador no conozca el idioma en el que está escrito, por ejemplo las vallas publicitarias y letreros desvían la atención del espectador, y el significado de las palabras añaden otro nivel de interés. En el ámbito emocional, esta es una gama amplia y aun difícil de definir, pero dentro de este grupo se pueden incluir la atracción sexual, la ternura, algo aterrador, algo desagradable, moda, productos deseables y novedades.

3.2.2.9 Mirada e Interés

Es de suma importancia considerar el modo en que mira la gente, principalmente para pintores y fotógrafos.

A.L. Yarbus en 1967 mediante un estudio experimental de cómo mira la gente, afirma que cuando se mira una escena o imagen el ojo humano la explora en una serie de rápidos saltos, desplazándose de un punto de interés a otro, este movimiento de los ojos es conocido como Trazado de Exploración. Una razón que justifica este proceso es que solo la parte central de la retina, la fovea, posee una resolución elevada, y una sucesión

de trazados permite al cerebro ensamblar una imagen completa en la memoria a corto plazo. Este tipo de exploraciones se realizan con mucha rapidez, aproximadamente duran entre 20 y 200 milisegundos, por esta razón muchas personas no son conscientes de cómo ven. Diferentes investigaciones muestran que hay diferentes formas de ver, estas se definen de acuerdo a lo que el espectador espera obtener de la experiencia:

- *Visión Espontánea:* En este tipo de visión el espectador solo mira, sin nada concreto en la cabeza, el patrón de visualización está influenciado por factores como la novedad, la complejidad y la incongruencia. Dentro de la visión espontánea el peso visual juega un papel muy importante, debido a que la visión espontánea también está influenciada por el conocimiento almacenado. Aquí el ojo se siente atraído por objetos de interés y zonas de la imagen que poseen información útil para dar sentido al conjunto.
- *Visión Relevante:* Es cuando el espectador busca o trata de obtener información específica de una imagen o escena. Aquí el espectador mira una imagen porque la ha elegido, por algún tipo de placer o entretenimiento. En este tipo de visión también influye la expectativa del espectador, por ejemplo si este observa a primera vista en la imagen algo inusual, es probable que cree un patrón de mirada que explique este elemento inusual.

3.2.3 Elementos Gráficos y Fotográficos

Los elementos Gráficos son formas bidimensionales que se encuentran dentro del margen de una imagen. El elemento gráfico más sencillo es el punto, el cual es empleado para dirigir la atención, posteriormente se encuentra la línea, que se la

considera útil para dirigir y crear vectores y finalmente se encuentran las formas, que tiene la función de organizar los elementos de una imagen y construir una estructura.

Estos elementos son clásicos en cualquier arte gráfico, pero en la fotografía se debe considerar también las propiedades visuales del proceso, como por ejemplo la luz, el color, entre otros.

3.2.3.1 El Punto

El Punto es considerado el elemento gráfico más básico y sencillo de todos, dentro de una imagen se puede emplear un solo punto de interés o varios puntos.

1. Un Solo Punto

Por definición un punto debe ser una parte muy pequeña de la imagen, pero para que este punto sea significativo debe existir algún tipo de contraste con su entorno, por ejemplo en tono o en color. En fotografía no existe un diseño más simple que este: un elemento sin una forma significativa y un único fondo; pero se debe tener una consideración especial en la ubicación de este punto; esto es crucial para la estética de la fotografía, con el objetivo de proporcionar el equilibrio e interés deseado, al igual que aportar relevancia al fondo.

a. Zonas de Colocación

Un punto tiene dos relaciones básicas con el encuadre: en el uno hay fuerzas implícitas proporcionales a su distancia desde cada esquina y lado; en la segunda las líneas

implícitas sugieren una división horizontal y vertical del encuadre. Las zonas más empleadas son:

- *Zona Central*: Se la considera estática y generalmente aburrida.



Figura III.6 Zona Central

- *Zona Cerca del Borde*: Es marcadamente excéntrico, por esta razón necesita una justificación.



Figura III.7 Zona cerca del borde

- *Zona Ligeramente Descentrado*: Se considera moderadamente dinámico, sin necesidad de ser acusado.



Figura III.8 Zona ligeramente descentrado

2. Varios Puntos

Ala añadir un punto más a la fotografía se pierde la simplicidad de la misma. Dos puntos dominantes en un encuadre crean la dimensión de la distancia. La fuerza de relación entre dos puntos depende de lo dominantes que sean y de la importancia del fondo. Poseer dos puntos en una fotografía conduce al ojo a trasladarse del uno al otro, por esta razón se dice que siempre hay una línea implícita que conecta a estos dos puntos, ésta es el elemento dinámico más importante en este tipo de imágenes, ya que posee una relación con las horizontales y verticales del encuadre y presenta una dirección.

Cuando se utilizan varios puntos estos transmiten la sensación de llenar el espacio, mediante la utilización de varios puntos también se puede unificar un área o excluir un área o crear una ruptura en el encuadre; esto dependerá de la ubicación y el espacio existente entre ellos.

Cuando observamos un grupo de puntos el ojo humano tiende a crear formas a partir de su orden. Para organizar varios objetos en una imagen la ubicación y el orden pueden ser muy exigentes, se debe considerar que lo casual muchas veces resulta más atractivo que lo planificado, ya que conseguir un desorden creativo que a la vez sea cohesivo, resulta más complicado que establecer un orden geométrico.

3.2.3.2 La Línea

La sucesión de varios puntos da una sensación de unión, generando visualmente una línea. La línea define una característica estática como la posición, tiene una capacidad

de expresión, debido a que a cada tipo de línea posee diferentes asociaciones; además tiene propiedades de dirección y movimiento a lo largo de su longitud.

1. Líneas Horizontales

La línea horizontal es el principal componente del encuadre. Se debe considerar que existe un componente horizontal en el que el sujeto puede observar el mundo, es decir su marco visual es horizontal, los ojos exploran con mayor facilidad de lado a lado.

Las líneas horizontales expresan peso, calma, estabilidad y descanso, además por su relación con el horizonte puede sugerir distancia y amplitud.

4. Líneas Verticales

La línea vertical es el segundo componente principal del encuadre y el principal componente en una imagen de la figura humana y de un árbol; su dirección es igual a la dirección de la fuerza de gravedad.

La línea vertical transmite una mayor sensación de movimiento y velocidad y hasta cierto punto puede expresar fuerza y poder. Las líneas horizontales y verticales juntas son complementarias y crean un equilibrio debido a sus energías perpendiculares y a una sensación subyacente de estabilidad.

5. Líneas Diagonales

Una característica única de las líneas diagonales es que permiten una variedad de direcciones, ya que no se alinean con exactitud en el encuadre. Este tipo de línea son las

que producen mayor dinamismo en una fotografía, expresando de una forma más intensa dirección y velocidad; a la vez transmiten vida y actividad debido a su tensión no resuelta e inestable y su posición

La línea diagonal produce una sensación de distancia y profundidad. Una diagonal tiene la capacidad de conducir la vista del sujeto a lo largo de una imagen, más que las otras líneas, esto la convierte en un elemento valioso para desviar la atención del sujeto dentro de una imagen.

Los efectos de perspectiva son causados por las líneas diagonales que aparecen en una fotografía y la pendiente del ángulo varía en función al punto de vista.

6. Líneas Curvas

La línea curva presenta un cambio progresivo de dirección evitando cualquier comparación directa con las líneas horizontales y verticales del encuadre. La progresión de la línea curva proporciona ritmo, algo que carecen las líneas rectas, y poseen un carácter activo y dinámico y una propiedad de movimiento.

Por naturaleza las líneas curvas son atractivas, especialmente las onduladas, se las asocia con la delicadeza, continuidad, gracia y elegancia. Son otro recurso importante para controlar la visión del espectador.

Las líneas curvas provocan un contraste más sólido con las líneas rectas, que el que se produce con las rectas entre sí.

7. Líneas Visuales

Una línea de visión crea una intensa dirección en una imagen, esta línea que se forma con la dirección se conoce como líneas visuales, constituyen un ejemplo de la ley gestáltica de la continuación óptica, pero deben su persistencia a la importancia de un rostro en una imagen, especialmente la de los ojos, ya que los ojos del espectador tienden a seguir la mirada del rostro expuesto en la imagen.

3.2.3.3 Las Formas

Las formas se construyen a través de la unión de líneas, son las encargadas de organizar los elementos dentro de una imagen, creando una estructura.

1. El Triángulo

Los triángulos son las formas más útiles en composición fotográfica, por la razón de ser habituales por su facilidad de construir o insinuar y debido a la convergencia de sus diagonales. Este tipo de organización es útil cuando se precisa claridad y sencillez.

El triángulo es una forma con fuerza inherente, que resulta natural a la vista. A menudo dos líneas del triángulo son suficientes, la tercera se puede asumir o se puede remplazar con el borde del marco. En cuanto a los puntos, posee tres puntos relevantes, especialmente si son similares en tono, tamaño, contenido u otra propiedad.

Le triángulo posee una sensación de estabilidad inherente, esto se debe a su asociación estructural como es la forma de una pirámide. Se considera una clásica imagen de tres

figuras, y en fotografía se puede manipular los objetos, por lo que se considera una técnica estándar y exitosa para distribuir los objetos o sujetos dentro de una imagen.

Un triángulo invertido es también una forma útil en diseño, posee una asociación diferente, se considera menos estable, agresiva y con más movimiento

2. El Círculo

Los círculos tienden a ser raros en las fotografías y por tanto en composición. A diferencia del rectángulo y el triángulo no son fáciles de insinuar, porque precisan estar casi completos y tener una forma precisa y reconocible. Del círculo se derivan las elipses, otra forma flexible y cíclica.

Los círculos son válidos en composición, porque tienen un efecto de cierre. Pueden contener algo en su interior, lo que hace que la vista se conduzca hacia dentro, este efecto puede ser tan intenso, que puede reducir la importancia visual del entorno, por esa razón es recomendable emplearlos con precaución.

3. El Rectángulo

Los rectángulos no son comunes en la naturaleza, pero abundan en las estructuras construidas por el hombre; son útiles en fotografías porque son la forma que permiten una correspondencia más próxima con el encuadre. Este tipo de organización requiere un alto grado de precisión.

Los rectángulos tienden a ser estáticos, inflexibles y formales. Tienen asociaciones de gravedad, solidez, precisión y limitación, esto es resultado de la relación con los dos tipos de líneas que los componen.

3.2.3.4 Vectores

La vista del ser humano es capaz de seguir o sugerir una línea y esto es un recurso que se debe tomar muy en cuenta en el diseño de una imagen.

Los vectores son elementos gráficos que tienen movimiento, transmitiendo una propiedad dinámica a la imagen. Las líneas más útiles para una composición con vectores son aquellas que transmiten dirección y movimiento, por esta razón las líneas diagonales y curvas son ideales. Las líneas visuales también pueden servir.

3.2.3.5 El Enfoque

En pocas ocasiones el fotógrafo decide modificar el enfoque, debido a que la gente considera correcta a una fotografía si esta tiene una notoria nitidez, pero jugar con el enfoque, en circunstancias adecuadas, puede resultar un recurso efectivo.

La pregunta sobre dónde enfocar rara vez se presenta, debido a que en el proceso fotográfico primero se selecciona al sujeto u objeto de interés y luego se apunta con la cámara. La gama de enfoque contiene un sentido de dirección desde borroso a nítido; a pesar de no ser un estímulo visual como las líneas de visión, resulta útil en ciertas ocasiones.

3.2.3.6 El Movimiento

El efecto de borrosidad no solo es cuestión del enfoque sino también del movimiento. A pesar que los convencionalismos sugieren que el desenfocado o borrosidad de movimiento es una falla del fotógrafo, esto dependerá del efecto que se desea destacar; este elemento expresivo puede funcionar muy bien, el desenfocado de movimiento puede añadir

dinamismo y actualidad a la fotografía, si se lo utiliza correctamente; y a la vez se rompe el típico concepto de nitidez.

3.2.3.7 El Momento

Una cualidad esencial de la fotografía es elegir el momento exacto para disparar, esto tendrá un efecto directo sobre el diseño de la imagen.

Existen algunas cuestiones sobre el momento dentro de una fotografía. Henri Cartier-Bresson, famoso fotoperiodista, afirmaba que: “ Dentro del movimiento hay un instante en que los elementos están en equilibrio. La fotografía debe detener ese momento y retener inmóvil su equilibrio.” Esta idea es tan convincente que muchos fotógrafos la han adoptado, pero también ha causado diferentes argumentos en contra como las del fotógrafo estadounidense Arnold Newman, quien alega que: “ Todo momento es un momento decisivo, incluso si hay que esperar una semana.” Esta frase está llena de sentido común y de compromiso y justifica esos momentos no tan buenos.

Por lo tanto se puede afirmar que la acción realizada por un sujeto u objeto, afecta inevitablemente al diseño de una imagen, porque altera su equilibrio.

3.2.3.8 Óptica

La elección del objetivo es una parte esencial en fotografía, debido a que la imagen está formada por un sistema óptico. La longitud focal modifica la cobertura de una escena, determina la geometría de una imagen y afecta profundamente su carácter.

Con el cambio de longitud focal se varia el ángulo de visión, lo que genera cambios evidentes en la estructura lineal de una imagen, en la percepción de profundidad, en las relaciones de tamaño y en las cualidades de visión más expresivas y menos literales. A continuación se detalla los diferentes tipos de objetivos que se pueden utilizar.

1. Cámara de 35mm

Posee una longitud focal de entre 40 mm y 50 mm, proporcionando una impresión muy similar.

2. Objetivo Gran Angular

Proporciona una longitud focal más corta que la de la cámara de 35mm, por lo general de 20mm y su ángulo de visión es proporcional a la longitud focal. Afecta a la estructura de la imagen especialmente de tres maneras: cambia la perspectiva aparente y por tanto la percepción de profundidad, es decir tiende a producir diagonales reales e implícitas, y consecuentemente tensión dinámica; e induce un punto de vista subjetivo, capaz de conducir al espectador hacia la escena.

3. Teleobjetivo

Este tipo de objetivo produce varios efectos sobre la estructura de la imagen como: reduce la sensación de profundidad comprimiendo los planos de la imagen; proporciona una vista selectiva y por esta razón se puede utilizar para resaltar estructuras gráficas precisas; simplifica la estructura lineal de la imagen, es decir con tendencia hacia las horizontales y verticales; facilita la yuxtaposición entre dos o más objetos; y crea un modo más objetivo de ver las cosas, distanciando al espectador de la imagen.

4. Objetivo Ojo de Pez

Existen dos versiones de este tipo de objetivo una circular y otra de formato completo. Este objetivo se caracteriza por tener un ángulo de visión de 180° o más. La pronunciada curvatura de su lente es anormal, por lo que se justifica su utilización en ocasiones determinadas. Con este tipo de objetivo es difícil evitar fotografías extremas, por la presencia de líneas rectas.

3.2.3.9 Exposición

Decidir la exposición correcta en una imagen implica consideraciones técnicas y criterio. Desde un punto de vista técnico los límites superior e inferior se establecen en primer lugar por lo que es visible y posteriormente por la apariencia esperada, es decir parte de la tarea del ajuste de la exposición es normalizar la vista para aproximarse al modo en que vemos la escena real.

El ojo tiene tendencia a desplazarse sobre las áreas de exposición normal, por lo tanto una escena de alto contraste dirigirá la atención desde las sombras hasta la luz, en cambio un contraste más bajo permitirá al ojo recorrer el encuadre.

Dos características importantes de la exposición son la silueta y el velo:

- *Silueta*: Exponer para las luces es esencial para conseguir siluetas, en las siluetas existe una completa ausencia de detalles y se comunica solo por medio del perfil.
- *Velo*: Es lo opuesto a la silueta, es un elemento gráfico por méritos propios, puede tomar varias formas, pero la principal en composición fotográfica es

lograr un intenso brillo con bordes difusos. Su interpretación como un fallo o un acierto para la imagen depende del gusto del fotógrafo.

3.2.4 Composición con Luz y Color

La distribución del tono y el color es otra forma de composición, está íntimamente relacionada con la exposición y los modos con que posteriormente se interpreta.

La composición con luz y color se complementa con los elementos gráficos y fotográficos, por ejemplo un punto funciona en una fotografía porque contrasta en tono o color con el fondo, las líneas y las formas también producen un efecto en relación a lo distintas que son, lo que se reduce a las relaciones de tono y color. El tono y el color se relacionan pero no son los mismo, son conocidos como los elementos espectrales del diseño.

3.2.4.1 Claroscuro y Clave

En composición uno de los contrastes más elementales es el tonal, este tipo de contraste esencial que establece relaciones tonales es conocido como claroscuro. El claro oscuro no solo controla la fuerza de la forma en una imagen, sino también la estructura y las partes que centran la atención del espectador.

La mayoría de información que contiene una fotografía se encuentran en tonos medios, y una gran parte de la fotografía convencional funciona sobre todo en estas áreas tonales que son consideradas seguras, pero se debe tener en cuenta que las sombras y las luces pueden contribuir con la atmosfera de una fotografía.

El claroscuro ocupa el extremo más alto de contraste en la escala. El brillo conocido también como clave, define gran parte de la atmosfera de una fotografía. Cuando la expresión general de una fotografía, es oscura favoreciendo los tonos en sombra, la imagen es de clave baja, en cambio cuando la expresión general favorece los tonos claros, la imagen es de clave alta.

Cuando se emplea estos dos ejes: el contraste y el brillo o clave como guía, la elección del estilo dependerá de tres cosas: las características de la escena, el modo en que la escena esta iluminada y la interpretación del fotógrafo, este último aspecto se debe a la posproducción digital, más influyente que antes.

Una característica útil de la clave es la diferencia de aspecto entre blanco y negro y color, específicamente hay mayor dificultad cuando se trabaja el color en clave alta, ya que a menudo se interpretan en términos negativos como lavada y mal expuesta, en cambio cuando se trabaja en blanco y negro en clave alta se consiguen imágenes luminosas y gráficas.

3.2.4.2 Color y Composición

El color es capaz de añadir una dimensión completamente distinta a la organización dentro de una fotografía. Los modos en que se juzga o se ve el color, son en cualquier caso complejos tanto óptica como emocionalmente.

Los tres parámetros de color más empleados son: el tono, la saturación y el brillo. El tono es la cualidad que proporciona a cada color su nombre, es la esencia del color, por ejemplo verde, amarillo, azul son tonos, y en su representación más simple los tonos están ordenados en un círculo. La saturación es la intensidad o pureza del color. El brillo es el que determina si el color es claro u oscuro.

Los tonos intensos se pueden percibir de diferentes modos, con diversas asociaciones que tienen mucho que ver con la cultura y la experiencia como con la realidad óptica. A continuación se hace referencia a los colores primarios de pigmentos y a los colores secundarios, complementarios de los primarios.

- *Rojo:* Es un color enérgico, vital, terrenal, fuerte y cálido, e incluso caliente. El rojo tiende a avanzar, cuando se encuentra ubicado en primer plano enfatiza una sensación de profundidad. Puede denotar pasión y también puede sugerir agresión y riesgo, es un símbolo de peligro y de prohibición.
- *Amarillo:* Es considerado el color más brillante de todos, hasta el punto que no existe una versión oscura de este color. Es un color vigoroso, nítido e insistente, en algunas ocasiones agresivo y en otras alegre. Tiene asociaciones evidentes con el sol y otras fuentes de luz, y contra un fondo oscuro parece emitir luz.
- *Azul:* Tiende a ser un color tranquilo, algo oscuro y frío, este color retrocede más que el amarillo. Posee una transparencia que contrasta con la opacidad del rojo. El principal simbolismo del azul se deriva de sus manifestaciones más comunes en la naturaleza como: el cielo y el agua. Por lo tanto se puede asociar con la ligereza, el frescor y la humedad.

- *Verde*: Es el color más abundante en la naturaleza, sus asociaciones y simbolismos son positivos y provienen principalmente de la misma. Se considera el color del crecimiento, y por extensión el color de la esperanza y del progreso. El color amarillo-verde presenta asociaciones con la primavera y la juventud. También es un color que se asocia negativamente con la enfermedad y la descomposición. Es más común percibir más variedades de verde que de cualquier otro color.
- *Violeta*: Es un color elusivo y raro, tanto de encontrar como de registrar, y difícil de reproducir con precisión. Está asociado a la riqueza y a suntuosidad, y también al misterio y a la inmensidad. Se lo confunde comúnmente con el color púrpura, el mismo que tienen connotaciones religiosas, regias y supersticiosas.
- *Naranja*: Este color toma prestado sensaciones tanto del rojo como del amarillo. Es un color cálido, intenso, brillante y poderoso, sobre todo cuando se encuentra en su estado puro. Es considerado el color del fuego y del sol a la última hora de la tarde. Se lo asocia a la festividad y celebración, pero también al calor y la sequedad.

3.2.4.3 Relaciones de Color

Los colores provocan reacciones en el espectador que van desde las fisiológicas hasta las emocionales, pero la realidad es que poca gente puede explicar el por qué le gusta o le disgusta ciertos colores o combinaciones.

Hay formas de combinar colores que tienden a ser aceptables para la mayoría de espectadores, sería ingenuo el no aprovecharlos, pero por otro lado el uso creativo del color exige una expresión personal, lo que nos conduce a no seguir las reglas.

Si se trata a la armonía en el sentido de una relación agradable y aceptable, existen dos tipos de armonías establecidas:

- *Armonía Complementaria:* Este tipo de armonía se forma con la combinación de dos tonos opuestos, organizados en el círculo cromático. La base experimental para la armonía complementaria descansa en un contraste sucesivo y simultáneo, en donde los tonos están dispuestos en una secuencia en función de su longitud de onda.
- *Armonía de Similitud:* Este tipo de armonía se forma por tonos del mismo sector en el círculo cromático. Los colores aproximados en cualquier modelo de color, desde el círculo cromático a cualquier forma bidimensional o tridimensional, funcionan bien juntos ya que al ser similares no presentan mayores conflictos.

3.2.4.4 Colores Apagados

Los colores intensos son relativamente escasos en el mundo, excepto en los entornos creados por el hombre. Podemos encontrar colores intensos en el color de las flores, la puesta de sol, pero estos ocupan menos espacio que los colores verdes, ocre, marrones, tonos de piel, azules, grises y pasteles, que componen la mayoría de nuestro entorno.

Técnicamente los colores apagados son colores puros poco saturados, aclarados u oscurecidos, o una combinación de esta característica. Los colores apagados ofrecen más sutileza y un efecto más calmado e incluso más refinado.

Hoy en día con la fotografía digital, la conversión de colores está directamente en manos del usuario, no como en décadas pasadas que este proceso resultaba un poco más complicado, ya que se debían utilizar películas especiales capaces de obtener la intensidad de color deseada; los colores apagados en la actualidad, con la ayuda de un software, se pueden avivar tan fácilmente como los colores intensos se pueden apagar, por esta razón se dice que hoy en día los fotógrafos tienen una paleta tan controlada como la de un pintor.

3.2.4.5 Blanco y Negro

Por razones exclusivamente técnicas la fotografía en blanco y negro era la norma al principio de la fotografía. Este tipo de fotografía ocupa un lugar único en el arte, y a pesar que las limitaciones técnicas se han superado con la invención de la película a color y la fotografía digital, aún sigue siendo el medio preferido muchos fotógrafos hasta en la actualidad.

Un argumento a favor de la fotografía en blanco y negro es que no trata tanto como el color de ser literal, ya que la fotografía a color debe ser más realista porque reproduce mayor información del mundo real.

En términos visuales el blanco y negro permite más expresión en la modulación del tono, en la transmisión de la textura, el modelado del volumen y la definición de la forma.

3.3 Géneros fotográficos

³⁰ La definición de la palabra género en el campo de la fotografía según la Enciclopedia Focal de Fotografía es: “Término para designar el tipo de fotografía en el que aparecen en su ambiente normal de trabajo o diversión.” Podemos decir que con el término género se designa a los diferentes temas tratados en fotografía y el principal uso de su concepto sirve para disponer la ubicación de sus imágenes y facilitar posteriormente su localización. Otro ámbito en el que se puede emplear este término es en la convocatoria de concursos fotográficos, para referirse al contenido que deben tratar las fotografías presentadas.

Los primeros fotógrafos provinieron del campo de la pintura, lo que lógicamente conllevó a que los géneros tradicionales utilizados en la pintura, se cultivasen en este nuevo medio.

Hasta la actualidad no existe una clasificación establecida sobre los géneros fotográficos, cada persona puede establecer sus propias categorías de acuerdo a su conveniencia; pero existe una clasificación general, con la que muchos autores están de acuerdo. En general hay cuatro tipos de géneros fotográficos, tres se derivan de la

³⁰ Perea, J. (2000). Los Géneros Fotográficos (Versión Electrónica). Revista Universidad Complutense de Madrid – Facultad de Bellas Artes: Uniuerso Fotográfico, 1 (2), 61–81.

pintura: retrato, paisaje y naturaleza muerta o bodegón, y otro que empezó a existir junto con la fotografía: reportaje.

a. Retrato

El retrato es un género que se deriva de la pintura. El hombre es el actor principal, el mismo que se encuentra en una escena preparada. Es la representación del cuerpo humano, ya sea todo el cuerpo o simplemente la cara, y gira en torno a la idea de mostrar las cualidades físicas o morales de las personas que aparecen.

b. Paisaje

El paisaje como género fotográfico se basa en representar escenas de la naturaleza, aunque en los últimos tiempos, también se consideren escenas urbanas.

Se debe tomar en cuenta que además de la fisonomía de colinas, arboles, campos, etc., un paisaje también puede incluir agua como: lagos, ríos, entre otros y objetos del sector o país formando parte de la escena como: iglesias, cabañas, granjas, etc., y las diversas actividades agrícola.

c. Bodegón

Este género consiste en la fotografía de objetos inanimados, este género a diferencia del paisaje se caracteriza porque el fotógrafo es quien ha preparado dicha escena para fotografiarla.

d. Reportaje

La fotografía de reportaje es un género propio de la fotografía, en este género se trata de capturar una acción en un momento muy breve y no previamente organizado por el fotógrafo. El reportaje fotográfico intenta reflejar y concentrar la visión de un acontecimiento histórico, social, deportivo, etc., desarrollado en un lugar y durante un tiempo específicos, y trata de transmitir la historia de la escena que se desarrolla.

Empezó a realizarse usualmente cuando las cámaras fueron evolucionando y eran más compactas.

3.3.1 Subgéneros fotográficos

Los subgéneros son imágenes que pueden englobarse por su temática dentro de un género, pero se relacionan por su forma de representación con otro de los géneros generales. Existen un sinnúmero de subgéneros dentro de la fotografía, como se ha mencionado anteriormente estos dependen de la conveniencia del fotógrafo, pero entre los más conocidos están:

- 1. *El Desnudo:*** Busca representar lo más íntimo, a través de las formas más naturales del ser humano. Puede considerarse ocasionalmente retrato tratado en forma de bodegón o bodegón tratado en forma de retrato.
- 2. *Fotografía de moda:*** Posee este nombre por las funciones que cumple, no solo informativa sino también imperativa, no solo muestran las tendencias del futuro, sino que señalan el camino a seguir. El género al que pertenecen es el reportaje por mostrar usos, costumbres y rituales; en algunos casos les corresponde un

tratamiento de retrato y en otros de bodegón; pero en otros casos pueden tener un tratamiento de paisaje, de viajes, etc.

3. *Fotografía de Arquitectura:* Este tipo de fotografía capta imágenes de elementos contruidos por el hombre como: casas, palacios, iglesias, monumentos y multitud de detalles arquitectónicos que son capaces de impresionar al espectador por la belleza de sus magnitudes y proporciones.
4. *Fotografía Publicitaria:* Este tipo de fotografía está planificada y construida para ser difundida públicamente, para transmitir un mensaje o emoción. En este tipo de fotografía se utiliza un sin número de técnica, con el fin que la imagen sea atractiva para el consumidor
5. *Ceremonias:* Son fotos de recuerdo, que sirven de memoria de los seres queridos o de situaciones específicas. Según su tratamiento ciertas fotos serán de reportaje aunque otras tendrán tratamiento de retrato o viceversa.
6. *Deportes:* Las fotografía de deporte se mueven a gran velocidad. Las fases más importantes del deporte que se pretende fotografiar, ayuda a prever el desarrollo de la acción y a efectuar el disparo en el momento ideal y justo. Para este tipo de fotografía es ideal utilizar un teleobjetivo. Este tipo de fotografías estarían en el grupo de reportaje, pero con un tratamiento especial en cuanto a la forma de describir el movimiento.
7. *Viaje:* De igual manera la fotografía de viajes son fotografías de recuerdos de personas queridas y lugares específicos. Pueden tener doble carácter según los intereses del fotógrafo. Puede ser fotografía de paisaje, con un tratamiento de reportaje, en el caso de que una persona no forme parte de la composición de la fotografía. En el caso de que la persona sea el foco de interés de la fotografía, se

considera una fotografía de reportaje, pero con tratamiento de paisaje, incluyendo el entorno de la persona.

8. *Fotografía de Guerra:* Captura imágenes de conflictos armados y de la vida en áreas de guerra. Puede ser fotografía de reportaje, con un tratamiento de retrato, o se puede emplear otras combinaciones de géneros.
9. *Fotografía Documental:* Se considera fotografía documental a la que muestra o se considera una evidencia de la vida real. Puede ser una fotografía de reportaje, con un tratamiento de paisaje, entre otras combinaciones de géneros.

3.3.2 El Paisaje

El paisaje es el género más antiguo de la historia de la fotografía. En 1826 Nicephore Niepce, registro en una fotografía el primer paisaje, tomado desde la ventana de su casa.

El paisaje se basa en la representación de escenas de la naturaleza, aunque en los últimos tiempos, también se consideran paisaje escenas urbanas y rurales.

- a. *Paisaje Rural:* Se considera paisaje rural al resultado de la combinación entre el medio natural y la actividad agraria del hombre.
- b. *Paisaje Urbano:* El paisaje urbano, también conocido como paisaje duro, se desarrolla dentro de la ciudad, representa fotográficamente zonas como calles pavimentadas y grandes complejos de negocios o industrias.
- c. *Paisaje Natural:* En el paisaje natural predomina la naturaleza, muchos fotógrafos limitan la presencia del hombre dentro de este tipo de paisajes. El paisaje natural, exento de rastros del ser humano, puede contribuir a transmitir la

sensación de naturaleza virgen. Dentro de esta categoría de paisaje se encuentra: el paisaje nevado, el paisaje desértico, el paisaje de animales, el paisaje submarino y la fotografía nocturna.

3.3.2.1 Consejos para la fotografía de Paisajes

³¹Para conseguir una buena fotografía de paisaje, a más de encontrar un bonito paisaje, se debe saber interpretar adecuadamente la situación en la que se encuentra el mismo, para poder considerar los elementos necesarios para capturar una fotografía.

Para conseguir una buena fotografía de paisaje se debe considerar las siguientes recomendaciones:

- *Cerrar el diafragma:* Es recomendable capturar una fotografía con el diafragma cerrado, para lograr mayor profundidad de campo y conseguir que la mayoría de elementos que lo conforman no salgan desenfocados. A la vez esto requiere tiempos de toma más largos o valores ISO más altos.
- *Utilizar el trípode:* El trípode es un elemento necesario el momento de capturar con nuestra cámara durante una exposición larga. Esto nos asegura que la cámara no se moverá durante la toma.
- *Puntos de interés:* En la fotografía de paisaje, igual que en cualquier género fotográfico, es útil añadir elementos de interés en la escena, para guiar la atención de quienes observan la imagen.

³¹ Grupo Planeta de Agostini (2011). Curso de Fotografía Digital en DVD. Novata, Italia: Editorial Planeta DeAgostini, S.A.

- *El horizonte:* En una fotografía de paisaje la línea de horizonte siempre debe estar recta, esto se puede conseguir con el empleo adecuado del trípode y la cámara, para evitar corregir este error durante la edición fotográfica.
- *La regla de los tercios:* Esta regla ayuda a componer una imagen más equilibrada; es útil para decidir la ubicación del horizonte y de los puntos de interés.
- *Prestar atención al cielo:* Si el cielo es parte importante dentro de la imagen, se debe conseguir que este sea especial, mediante la utilización de filtros o en la edición fotográfica.
- *Pensar en las líneas:* las líneas curvas, horizontales, verticales o las geometrías que forman los diferentes elementos de un paisaje, son perfectas para enriquecer un paisaje y guiar la atención de los espectadores.
- *Cunado disparas:* Es un gran error pensar que la luz fuerte del medio día es la ideal para capturar una fotografía, no todos los momentos del día son buenos para hacer una fotografía de paisaje. Los mejores momentos en el día para capturar este tipo de fotografías son el amanecer y el anochecer, cuando la luz es dorada y proporciona colores especiales al paisaje.
- *Cambiar el punto de vista:* Es recomendable buscar un punto de vista insólito, que de un toque de originalidad a la fotografía.

3.4 Producción Fotográfica

³²Según Florencia Visca, docente de la Universidad de Palermo en Argentina,:
“Producir es la acción de generar algo. Este algo se convierte en un objetivo. Este objetivo es lo que se llama Producción, como una campaña gráfica o una nota editorial son Producciones Fotográficas. Producir una imagen es construir un mensaje, consciente o inconscientemente, el cual será interpretado por un receptor.”

3.4.1 Etapas de una Producción Fotográfica

Se puede dividir a un proyecto fotográfico en tres etapas: Pre-producción, Producción y Post-producción.

1. Primera etapa: Pre-producción

la etapa previa a la producción es la pre-producción, ya que en esta se lleva a cabo la logística y planificación para abordar el proyecto, se considera la etapa más importante. En esta etapa se debe determinar el tiempo necesario para la producción total y para cada una de sus etapas.

En esta etapa se desarrollan las tareas previas a la producción es decir:

- Reunión con el cliente
- Diseño del presupuesto
- Creación del plan de producción, planificación y logística
- Contratación del personal de producción y otros profesionales
- Casting

³² Producción Fotográfica “Idear, planificar y ejecutar una producción fotográfica. 11 de mayo del 2010. En http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2010_1/apuntes/065.pdf. Florencia Visca.

- Contratación de modelos
- Búsqueda de locaciones
- Solicitud de permisos
- Contratación de proveedores
- Realización de la escenografía
- Alquiler o compra de utilería y accesorios
- Prueba de vestuario
- Reuniones de pre-producción
- Citaciones

2. Segunda etapa: Producción

La producción es el resultado de todo lo proyectado en la pre-producción, es el momento en que se realiza la sesión fotográfica. dentro de la producción se debe :

- Seguir el plan de trabajo, haciendo que se cumplan los tiempos pautados.
- Revisar el vestuario y los accesorios.
- Realizar un seguimiento y chequeo de cada área.
- Solucionar imprevistos.
- Organizar el desarme de locaciones.

3. Tercera etapa: Post-producción

Dentro de esta etapa se desarrolla el cierre del proyecto es decir: el balance y el resultado final del trabajo. Esta etapa solo involucra a las personas necesarias para realizar actividades específicas como:

- Edición fotográfica

- Post-producción
- Devoluciones
- Rendición de gastos
- Pago

CAPÍTULO IV

4. GENERALIDADES DEL DISEÑO GRÁFICO Y DEL DISEÑO MULTIMEDIA.

4.1 Fundamentos del Diseño Gráfico

³³El diseño gráfico no significa hacer un dibujo, o una imagen, o crear una fotografía. Significa mucho más que todos esos elementos. El diseño es un proceso de creación visual, con el propósito de cubrir exigencia prácticas o necesidades del consumidor, el diseño a más de ser estético debe ser funcional.

Para comunicar y transmitir visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer los diferentes recursos gráficos de los que dispone, junto con la imaginación, experiencia, buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma correcta y adecuada.

³³ Wong, W. (1995). Fundamentos del Diseño. México: Gustavo Gili, S.A. de C.V.

4.1.1 Definición de Diseño

³⁴Se puede definir a la palabra Diseño como un proceso destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos, con el fin de producir y crear objetos destinados a producir mensajes visuales.

4.1.2 Definición de Diseño Gráfico

El diseño gráfico es el arte de expresar una idea a través del uso de los gráficos y el texto, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicación visual, con el fin de transmitir un mensaje específico a grupos determinados.

Consiste en la creación de mensajes visuales contemplando diversas necesidades, las mismas que pueden ser informativas, identificadoras, vocativas, de persuasión, de códigos tecnológicos, de producción, de innovación, etc. Los mensajes visuales diseñados pueden canalizarse a través de muchos medios de comunicación, tanto impresos como digitales.

Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto, su creación no debe ser solo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

³⁴ Sandoval, M. (2007). Diseño Gráfico Texto Básico. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

4.1.3 El Diseño Gráfico y el Proceso Comunicativo

- El emisor o "usuario del diseño" es, de un modo preponderante, la empresa, o todo tipo de organización cualquiera que sea su tamaño, su ubicación sectorial, su antigüedad, su mercado, etc. En definitiva, la empresa se considerada como un grupo humano que toma decisiones, y como emisor activo, porque emprende acciones.
- Diseñador es, en términos de comunicación, el "codificador" de los productos y de los mensajes. Es quien ejerce la interpretación creativa de los datos base, relativos a un propósito definido, y su "puesta en código inteligible", es decir es quien busca los CÓDIGOS mediante los cuales se difundirá el mensaje.
- El mensaje es el resultado material del diseño gráfico. Un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un codicio visual determinado (CÓDIGO LINGÜÍSTICO, CÓDIGO ICÓNICO Y CÓDIGO CROMÁTICO) que son ensamblados según un cierto orden. Por medio de estos signos y sus reglas combinatorias, se construye el "sentido", emerge el significado, la información, esto es, el "mensaje" propiamente dicho.
- Medio difusor es el "canal" por el cual circulan los mensajes gráficos: prensa escrita, cartel, libro, etc. Los medios técnicos de difusión- medio impreso, fílmico, digital o televisual, forman parte del conjunto de los más media y, por lo tanto, se insertan en un contexto comunicacional.
- Destinatario de las comunicaciones virtuales - y de los productos- de la empresa, es generalmente un segmento social, un grupo más o menos notable

cuantitativamente, que ha sido definido previamente por sus características tipológicas, económicas, culturales, etc.

4.1.4 Elementos compositivos

³⁵Los elementos compositivos se encuentran estrechamente relacionados entre sí, juntos determinan la apariencia y el contenido definitivo de un diseño.

En general se distinguen 4 grupos de elementos

- a. Elementos Conceptuales
- b. Elementos Visuales
- c. Elementos de Relación
- d. Elementos Prácticos

a. Elementos Conceptuales

Los elementos conceptuales son aquellos que parecen estar presentes en el diseño, pero que no son visibles a la vista, de hecho si son visibles ya no serían conceptuales. Se dividen en 4 elementos

- *Punto*: Indica posición, no tiene largo ni ancho, no ocupa una zona en el espacio, es el principio y el fin de una línea, y en donde dos líneas se encuentran o se cruzan.
- *Línea*: Cuando un punto se mueve forma una línea, tiene largo, pero no ancho, tiene una posición y una dirección; está limitada por puntos.

³⁵ Wong, W. (1995). Fundamentos del Diseño. México: Gustavo Gili, S.A. de C.V.

- *Plano*: El recorrido de una línea en movimiento se convierte en un plano, el plano tiene largo y ancho, tiene posición y dirección y además está limitado por líneas.
- *Volumen*: El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen, tiene posición en el espacio, está limitado por planos y obviamente en un diseño bidimensional el volumen es ilusorio.

b. Elementos Visuales

Los elementos visuales son las características que el ojo humano puede percibir en un objeto o figura. Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles tienen: forma, medida, color y textura. Los elementos visuales son la parte más relevante de un diseño, ya que son lo que realmente podemos ver. Los elementos visuales son:

- *Forma*: Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta la identificación principal en nuestra percepción visual.
- *Medida*: Todas las formas tienen un tamaño, el mismo que es físicamente medible.
- *Color*: El color permite diferenciar una forma de sus cercanías, se utiliza comprendiendo no solo los del espectro solar, sino asimismo los neutros (blanco, negros, grises) y las variaciones tonales y cromáticas.
- *Textura*: Tiene que ver con el tipo de superficie resultante de la utilización del material. Puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.

c. Elementos de Relación

Se refiere a la ubicación y a la interrelación de las formas en un diseño. Algunos de estos elementos pueden ser percibidos como la dirección y la posición; y otros pueden ser sentidos como el espacio y la gravedad. Los elementos de relación son:

- *Dirección:* La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.
- *Posición:* La posición de una forma depende del elemento o estructura que la contenga.
- *Espacio:* Todas las formas por más pequeñas que sean ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad).
- *Gravedad:* El efecto de gravedad no es visual, sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la Tierra, tendemos a atribuir sensaciones en una forma, o en un grupo de ellas, como pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad.

d. Elementos Prácticos

Los elementos prácticos van más allá del diseño en sí, son conceptos abstractos. Los elementos prácticos son:

- *Representación:* Una forma es representativa cuando ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el hombre; esta puede ser una representación realista, estilizada o semiabstracta.

- *Significado:* Todo diseño conlleva un significado es decir transporta un mensaje.
- *Función:* La función está presente en el propósito que debe cumplir un diseño determinado.

4.1.5 Leyes Compositivas

³⁶Las leyes compositivas nos ayudan a encontrar mayor variedad en la composición. Las leyes compositivas son las siguientes:

- *Ley de figura - fondo:* Sobre un contexto amplio y no homogéneo, percibimos una figura que se destaca sobre un fondo que queda en segundo plano.
- *Ley de la adyacencia:* Conocida también como el principio de la menor distancia, se genera por la tensión espacial, cuando el intervalo entre los objetos tridimensionales es mayor éstos se perciben aisladamente, si este intervalo disminuye la percepción que se tiene es de grupo.

Esta ley nos da la posibilidad de encontrar diversidad y variedad en el vínculo de los diferentes elementos entre sí. En esta ley existen las siguientes posibilidades: Figuras que se tocan, figuras que se superponen, figuras que se interconectan, sensación de profundidad por superposición.

- *Ley de la semejanza:* Se suele integrar, dentro de lo posible, en figuras u objetos similares o parecidos.

³⁶ Idrobo, X. (2007). Texto Básico Diseño Tridimensional. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

El ser humano dentro de la percepción tiende a agrupar elementos similares, y esta semejanza se puede establecer a través de distintos factores: formales, tonales y de textura.

- *Ley de la experiencia:* El conocimiento previo que tenemos ante una percepción, incide para que demos lectura de la imagen visual, por ejemplo estableciendo asociaciones con experiencias ya conocidas, o que podamos representar objetos en ausencia de su modelo o hacer uso de símbolos ya conocidos.
- *Ley de la buena forma o destino común:* El individuo organiza sus campos perceptuales con rasgos simples y regulares, tiende a formas buenas. Esta ley permite la fácil lectura de figuras que se interfieren formando aparentes confusiones, pero prevaleciendo sus propiedades de buena forma o destino común, se ven como desglosadas del conjunto. Se da en todo conocimiento humano una tendencia retentiva a la síntesis, al esquema y al resumen. El hombre se vale de estas simplificaciones por verdadera necesidad operativa, perdiendo los matices del análisis y quedándose con el argumento global de las cosas. Los elementos que parecen construir un patrón o flujo en la misma dirección se los percibe como una figura.
- *Ley del cierre:* Esta ley se fundamenta en el condicionamiento que tiene nuestra mente para completar lo incompleto. Es un recurso muy utilizado en publicidad para aumentar la retentiva del observador frente a la imagen visual de un producto.
- *Ley de la continuidad:* Esta ley alude a la continuación de una secuencia. Tendemos a integrar en una misma figura objetos que aparecen en una sucesión continua.

- *Ley de la buena curva:* Las curvas frente a las rectas tiene un mayor nivel de pregnancia, ya que estas nos dan la sensación de seguridad frente a los planos angulares, las miramos permanentemente en nuestro entorno natural.

4.1.6 Categorías Compositivas

Se denomina composición a la acción de agrupar o distribuir diversos elementos de distinta procedencia, con la intención de relacionarlas entre sí, tratando de conseguir una composición equilibrada y perfecta, con el fin de formar un todo.

Las Categorías Compositivas son:

a. Las proporciones, la forma, el tamaño

³⁷Uno de los formatos más conocidos e utilizados es el DIN, el mismo que tiene como idea el tratar de aprovechar el papel al máximo de modo que se desperdicie lo mínimo posible, este formato ha sido adoptado por la mayoría de países mundo.

Una de las formas de limitar las proporciones de nuestra composición es a través del color; la forma también puede ayudar en el momento de la composición, por ejemplo: las formas angulares y alargadas amplían el campo de visión, mientras que formas angulares cortas, nos transmiten la sensación de timidez y humildad. Las formas redondas, la proporción y la simetría, suelen combinarse, estas formas crean armonía, suavidad y perfección. Las formas simples y regulares son las que se perciben y recuerdan con mayor facilidad.

³⁷ Idrobo, X. (2007). Texto Básico Diseño Tridimensional. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

El tamaño de un elemento en relación con otros, también presenta diferentes definiciones. Las formas grandes, anchas o altas, se perciben más fuertes, pero las más pequeñas, finas o cortas, simbolizan la debilidad y delicadeza.

1. La Proporción Áurea

La sección aurea tiene un número que la representa y es 1,618 el mismo que es llamado número de oro. Este número surge bisecando un cuadro y usando la diagonal de una de sus mitades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado hasta convertirlo en “rectángulo áureo”.

Vitruvio decía (importante arquitecto romano del s.I. a.C.): “para que todo individuo en partes desiguales parezca hermoso, es necesario que exista entre la parte menor y la parte mayor la misma relación que existe entre la mayor y el todo. Fue el inventor de la fórmula matemática, para la división del espacio dentro del dibujo, conocida como la sección áurea, y se basaba en una proporción dada entre los lados más largos y los más cortos de un rectángulo. Según Vitruvio, al colocar los elementos principales del diseño en una de las líneas que dividen la sección áurea, se consigue el equilibrio entre estos elementos y el resto del diseño.

Platón decía: es imposible combinar bien dos cosa sin una tercera, hace falta una relación entre ellas que los ensamble, la mejor ligazón para esta relación es el todo. La suma de las partes, como todo, es la más perfecta relación de proporción.

2. La Proporción Andina

La proporción andina fue obtenida a partir de la observación de la constelación de la Cruz del Sur, en donde la relación del brazo mayor de la cruz con el menor es de 1:4142. Esta constelación marca en el firmamento el sur magnético de la tierra, para la mujer y el hombre andino esta señalaba su norte. al parecer culturalmente esta proporción ha tenido implicaciones mucho más trascendentes, de las conocidas en occidente en relación con la proporción áurea. La aplicación contemporánea de esta proporción es la estandarización de los formatos INEN A, los principios de racionalidad del uso del espacio tomados por Frank Lloyd Wright, e introducidos en el estilo internacional, la fragmentación de la unidad principio presente en la geometría fractal, etc.

b. La Escala

La escala es la relación entre longitud de un objeto y su homónimo en una representación del mismo. Se define al concepto de escala, cuando todos los elementos tienen la capacidad de modificarse y definirse unos a otros.

La escala normalmente es utilizada en la cartografía, planos, mapas, etc., para poder representar una medida proporcional al del tamaño real.

- **El contraste de escala**

El contraste de escala se consigue a través de la contraposición de diferentes elementos a diferentes escalas de las normales, o el uso de medidas irreales. Utilizando este recurso la percepción del elemento se encuentra alterada. Esta clase de contraste es muy

utilizado en la fotografía y pintura, para atraer la atención del espectador de forma muy efectiva y eficaz.

c. El Equilibrio

El equilibrio depende de la compensación de las fuerzas que actúan en el espacio y del estado de distribución de las partes, por la cual el todo ha llegado a un estado de reposo.

Los elementos de la composición pueden ser imaginados como los pesos de una balanza. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los elementos se compensan entre sí. En lugar de referirse a un eje visual, el equilibrio puede referirse a un punto de equilibrio. Los elementos deben ser distribuidos alrededor del centro visual según sus pesos mutuos.

d. Simetría

Existe simetría cuando al dividir una composición en dos partes iguales, existe igualdad de peso en ambos lados. No se encuentran elementos que sobresalgan más que el resto en importancia y peso.

La simetría es muy arraigada en el ser humano, cuya propia estructura fisiológica, también es simétrica, con una simetría natural sobre un plano vertical que lo divide en izquierda y derecha, pero no de arriba a abajo. Del mismo modo en animales y plantas existe simetría, que ordena las partes respecto a uno o más ejes. Y no es solo el entorno natural visible simétrico, sino que el macro y microcosmos parecen regirse por la simetría.

e. Asimetría

Existe asimetría cuando al dividir una composición en dos partes iguales no existen las mismas dimensiones en tamaño, color y peso, pero existe un equilibrio entre los elementos. Al ser desiguales los pesos a un lado y otro del eje, el efecto es variado.

La asimetría es el logro de los diseñadores de la Bauhaus en el siglo XX, fue la ruptura de la simetría mas no del equilibrio, encontraron la lógica de la asimetría en la segmentación del espacio compositivo a través de la diagonal y su perpendicular. La asimetría nos transmite agitación, tensión, dinamismo, alegría y vitalidad.

f. Textura

La textura es una de las categorías que pueden otorgar profundidad al espacio. Se fundamenta en unas realidades fisiológicas, como es la capacidad de nuestro órgano visual para captar los pequeños detalles según las distancias y, en consecuencia, su reducción.

Existe textura táctil y textura visual. La textura táctil son todas aquellas perceptibles al tacto y la visual aquellas texturas impresas que se asemejan a la realidad, como la arena, las piedras, etc. Entre estas clases de texturas pueden surgir texturas naturales y artificiales.

Dentro del Diseño Gráfico la presencia de la textura, en el diseño de ciertos objetos gráficos, produce pregnancia, apetencia o rechazo de un determinado producto. Esto responde al reconocimiento de la textura por asociación. Esta categoría resulta también

importante para descifrar la ubicación de los diferentes elementos, ya sea que estén sobre una superficie o dentro de un espacio. Estableciendo una jerarquización de los elementos de acuerdo al mayor o menor detalle que estos presentan.

g. Movimiento

El movimiento es la esencia de la vida, tiene como características fundamentales el tiempo y el cambio. Existe un movimiento real o aparente. La mayor parte de los fenómenos de movimiento aparente se deben a “la presencia visual”. Cuando miramos una nueva imagen todavía no se ha borrado plenamente la anterior, aunque el estímulo haya desaparecido. Esta cualidad o defecto de nuestra visión es la que hace posible la reconstrucción del movimiento a base de imágenes fijas, circunstancias que se aprovechan en el cine y la TV para dar la sensación de movimiento aparente.

h. Ritmo

El ritmo es la periodicidad con que se repite una secuencia primera, a la que se la denomina módulo rítmico, se desarrolla dentro de los límites de un canon. La repetición ordenada o la alteración regular de igualdades o semejanzas ópticas dictan el ritmo de la organización plástica. Se pueden establecer ritmos lineales, formales o cromáticos.

i. Dirección

Las direcciones simples iniciales son la vertical, horizontal, inclinada u oblicua en dos sentidos, la vertical y horizontal cruzadas, las oblicuas cruzadas, la dirección circular alrededor de un punto fijo, la dirección radiales, y el cruzamiento de la dirección circular

y de la dirección radial. Las direcciones lineales, oblicuas, radiales o circulares son indefinidas o bien limitadas por espacios de configuraciones determinadas.

j. El Color

El color es una categoría compositiva importante. El mundo real está lleno de color y este tiene una relación con las emociones. El color está cargado de información y es una experiencia visual muy percibida. El color es una de las principales características de todo lo que vemos y se presenta como una forma de identificación y diferenciación. Toda estructura toda forma que vemos conlleva un colorido, convirtiéndose en una forma de identificarla. De los colores primarios surgen más de 100 combinaciones perceptibles. La presencia o ausencia de color no afecta al tono, que es constante.

1. Psicología del Color

La expresión de los colores desde el punto de vista psicológico. Parece haber general acuerdo sobre el hecho de que cada uno de los colores posee una expresión específica. La investigación experimental sobre el tema no abunda. Las descripciones de Goethe de los colores constituyen todavía la mejor fuente.

No solo la apariencia de un color depende grandemente de su contexto en el espacio y en el tiempo, sería también necesario saber a qué tinte preciso se hace referencia, a qué valor de claridad, y a qué grado de saturación.

A todos nos impresiona el color y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado sobre aquel o este color, pero de manera general, todos

percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación pintada de azul o la de calor en otra pintada de rojo.

En la psicología de los colores están basadas ciertas relaciones de estos con formas geométricas y símbolos, y también la representación Heráldica.

Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.

Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos, y están determinadas por reacciones inconscientes de estos, y también por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza.

2. El contraste de tono

El contraste actúa a través de la atracción o excitación del público observador, mediante la combinación de diferentes intensidades o niveles de contraste en cuanto al color, tamaño, textura, etc. Pueden proporcionar mayor significado a una composición.

El contraste de tono, se basa en la utilización de tonos muy contrastados. En la combinación de claro-oscuro, el mayor peso visual lo tendrá el elemento con mayor oscuridad. Para que este perdiera protagonismo en el diseño, tendríamos que disminuir la intensidad del tono y redimensionarlo después, para que no perdiese equilibrio en la composición. Este tipo de contraste es uno de los más utilizados en composiciones gráficas.

3. El contraste de colores

El tono es una de las dimensiones del color más importantes. El contraste más efectivo se obtiene combinando los diferentes tonos. El contraste creado entre dos colores será mayor cuanto más alejados se encuentren del círculo cromático. Los colores opuestos contrastan mucho más, mientras que los análogos apenas lo hacen, perdiendo importancia visual ambos.

4. El contraste de contornos

El contraste de contornos, irregulares destacan de forma importante sobre los regulares o más conocidos. Este tipo de contraste es ideal para captar la atención del usuario observador a determinados elementos de una composición.

No obstante, no hay que abusar del uso de este tipo de contraste, sobre todo si se combinan con otros tipos de contraste como el contraste de color, ya que pueden ser un centro de atracción visual demasiado fuerte y potente. Además, acaban creando mucha tensión en el espacio que les rodea.

5. La expresividad del color

Se debe tomar en cuenta la siguiente clasificación del color:

- a.** *El color denotativo:* Hace referencia al que los ojos perciben de manera natural, directa del mundo de lo real. Se puede establecer tres niveles.
 - *El icónico:* Expresa una clara función identificadora de los objetos, de los escenarios, de la piel, el color de una naranja, etc. Expresa con realismo el

mundo exterior, al que añadido la textura del objeto representado genera un nuevo grado de esa iconicidad cromática.

- *El saturado*: Es el cromatismo exaltado de la realidad. La utilización del color puro, brillante exagerado para provocar el espectáculo visual, que permita la pregnancia del mensaje.
- *El fantasioso*: Corresponde a una modificación del color natural sobre la forma realista para generar fantasías visuales que trasciendan hacia las manifestaciones surrealistas.

b. *El color connotativo*: Corresponde a valores que no son perceptibles fisiológicamente. Está en relación con el aspecto subjetivo de la percepción, emana sensaciones de calma, sosiego, calidez, tristeza, alegría, dinamismo, etc.

Las sensaciones tienen que ver con elementos culturales del entorno. Existe una relación entre los colores y determinados hechos propios de la cultura de un grupo social, de manera que para los fines prácticos es indispensable tener una amplia información en este terreno, para poder representar correctamente los mensajes visuales que se desea transmitir.

c. *El color esquemático*: Se refiere a la capacidad de simplificación que se puede hacer de una cantidad inmensa de colores, a un reducido conjunto al que se le puede asignar valores reconocibles en un contexto más o menos amplio. Sus variaciones son:

- *El Emblemático:* Se refiere a la identificación tradicional del color, como es el caso de los escudos, banderas, emblemas, etc.
- *El color señalético:* Aquel color que asociado a símbolos gráficos y tipografías, puede ser capaz de dar identidad a una corporación o un conjunto de actividades homogéneas.
- *El color convencional:* Es el color que busca una expresividad propia de carácter decorativo o funcional, o persigue resultados formales estéticamente agradables de acuerdo con sus objetivos particulares.

6. El significado del color

Cuando se habla de significado de color se hace referencia a la forma cómo afectan los colores a las personas. La idea de amplitud o estrechez, frío o calor que puede sugerir algunos colores corresponde a una asociación de las sensaciones táctiles con el color de las cosas (cielo, mar, sol, hielo) que efectivamente las producen.

Corresponde a la pregnancia cultural del individuo o del grupo, puesto que la relación con el entorno lo lleva a codificar una realidad sensorial a todo nivel: táctil, auditivo, visual, olfativo, gustativo, que luego es comparado con el color asignado a un escenario, a un objeto, a una ilustración y reacciona emitiendo un juicio o decodificando los elementos cromáticos para darle sentido al mensaje. Esto quiere decir que es necesario conocer con amplitud la realidad del grupo para el cual se va a crear un mensaje; conocer sus patrones culturales tanto del pasado como del presente.

A continuación se muestra una investigación cultural de percepción cromática dentro de los países latinoamericanos y además un estudio realizado por el psicólogo Barmz, en el

cual asocia las edades y la preferencia de una persona por un determinado color, este estudio también puede ser aplicado en el campo de la mercadotecnia.

TABLA IV.VVI SENSACIONES ACROMÁTICAS

TABLA IV.VI		
Sensaciones Acromáticas		
Color	Asociación material	Asociación afectiva
Blanco	Bautismo, casamiento, primera comunión, cisne lirio, nieve, nube.	Orden, simplicidad, limpieza, pensamiento, juventud, optimismo, piedad, paz, pureza, inocencia, dignidad, afirmación, modestia, deleite, despertar.
Negro	Sombra, entierro, noche, condolencia, muerte.	Mal, miseria, pesimismo, sordidez, tristeza, frigidéz, desgracia, dolor, temor, negación, melancolía, opresión, angustia.
Gris	Polvo, neblina, maquinas, metal.	Tedio, tristeza, decadencia, desánimo, seriedad, sabiduría, pasado, finura, pena.

Fuente: • Rivera A. (2007). Texto Básico Diseño Editorial. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Elaboración: Lic. Ana Rivera

TABLA IV.VII SENSACIONES CROMÁTICAS

TABLA IV.VII		
Sensaciones Cromáticas		
Color	Asociación material	Asociación afectiva
Rojo	Cereza, guerra, lucha, vida, sol, fuego, llama, sangre, combate, labios, mujer.	Dinamismo, fuerza, bajeza, energía revuelta, movimiento, coraje, furor, esplendor, intensidad, pasión, vulgaridad, poder, vigor, gloria, calor, violencia, excitación, ira.
Naranja	Fuego, luz, llama, calor, fiesta.	Fuerza, luminosidad, dureza, euforia, energía, alegría, advertencia, atención.
Amarillo	Flores, luz, topacio, verano, chino.	Iluminación, confort, alerta, gozo, orgullo, esperanza.
Verde	Fresco, diáfano, primavera, bosque, aguas claras, mar, verano, planicie.	Adolescencia, bienestar, paz, ideal, abundancia, tranquilidad, equilibrio, serenidad, juventud, suavidad, naturaleza, salud.
Azul	Frío, mar cielo, hielo.	Espacio, viaje, verdad, sentido, intelectualidad, paz, advertencia, precaución, serenidad, infinito, meditación.

TABLA IV.VII (Continuación)		
Sensaciones Cromáticas		
Rosa	Noche, aurora, sueño, mar profundo.	Fantasía, misterio, profundidad, electricidad, dignidad, justicia, egoísmo, grandeza, misticismo, espiritualidad, delicadeza, calma.
Marrón	Tierra, aguas estancadas, lodo.	Pesar, melancolía, dolencia.

Fuente: • Rivera A. (2007). Texto Básico Diseño Editorial. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Elaboración: Lic. Ana Rivera.

TABLA IV.VIII SENSACIONES CROMÁTICAS SEGÚN LA EDAD

TABLA IV.VIII		
Sensaciones Cromáticas según la edad		
Color	Años	Edad de
Rojo	1 a 10 años	Efervescencia y la espontaneidad.
Naranja	10 a 20 años	La imaginación, excitación y la aventura.
Amarillo	20 a 30 años	La fuerza, potencia, arrogancia.
Verde	30 a 40 años	Disminución del fuego juvenil.
Azul	40 a 50 años	Pensamiento y la inteligencia.
Lila	50 a 60 años	Juicio, misticismo y ley.
Rosa	60 a más años	Saber, experiencia, bondad.

Fuente: • Rivera A. (2007). Texto Básico Diseño Editorial. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Elaboración: Lic. Ana Rivera.

7. Armonía del color:

Puede ser monocromática, de complementarios y de análogos.

- *Monocromática:* Está referido a la forma como un matiz puede ser suficiente para aplicar color a un diseño. Según la cantidad de luz que tienen los colores, éstos pueden definirse en un conjunto de tonos que van desde el más oscuro (negro), hasta el más claro (blanco). El rango definido entre la zona más oscura y el color normal es el denominado colores grises; el rango entre el color normal y la zona más clara es el denominado colores pastel, todo esto corresponde al brillo de los colores. La simple combinación de estos colores puede generar diseños cromáticos armónicos.

- *De complementarios:* Así se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran en un rango aproximado de 45°.
- *De Análogos:* En esta clasificación se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran a sus lados en un rango aproximado de 45°.

4.1.7 La Composición

a. Normas de la composición

- *La tensión:* Es la fuerza concentrada en el elemento. El punto tiene tensión, pero no dirección, la línea combina tensión y dirección.
- *Tensión y Equilibrio:* La necesidad de equilibrar los elementos no siempre es lo que se busca en el diseño, por lo tanto algunas veces se provoca una carga de tensión en algunos lugares de la composición. Los profesionales del diseño deben ser capaces de identificar zonas de mayor tensión debido a que esto desequilibra los componentes del mensaje visual.
- *La jerarquización:* Es un elemento fundamental para la organización de los elementos visuales. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y organizarlos en varios niveles, de acuerdo enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje visual.

Esto quiere decir que la jerarquización consiste en expresar en diversos grados de importancia los elementos y preponderante mente aquel que interesa destacar y se convierte en el eje de la composición.

- *El Ritmo*: Se trata de delinear un ritmo a los objetos. Los conceptos de repetición, alternancia, simetría, compresión, expansión, reflejo, rotación, son fundamentales para trabajar el ritmo dentro de una composición.

4.2 Diseño Multimedia

4.2.1 Definición

³⁸Diseño multimedia es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y video, que llega al usuario por una computadora o cualquier otro medio electrónico. Multimedia es capaz de estimular los ojos, oídos, yemas de los dedos y sobre todo la cabeza del usuario. (Vaughan, 1994)

Un proyecto de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia, los usuarios pueden ponerse en una posición cómoda y visualizarlo como lo hacen en el cine o frente a un televisor.

El diseño Gráfico es esencial en la utilización de esta herramienta, ya que este se encarga de organizar la información y mostrar el mensaje de una forma ordenada, estética y funcional, capaz de captar la atención de los espectadores.

4.2.2 Componentes del multimedia

4.2.2.1 Texto o Tipografía

Se denomina tipografía a la disciplina que dentro del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes visuales.

³⁸ Vaughan, T. (1994). Multimedia, Todo el poder del multimedia. México: McGRAW-HILL.

La tipografía tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene además una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina la tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico.

- *Tipo*: Modelo o diseño de una letra determinada.
- *Tipografía*: Arte y técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.
- *Fuente Tipográfica*: Se define como el estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes.
- *Familia Tipográfica*: En Tipografía significa un conjunto de tipos basados en una misma fuente, con algunas variaciones tales como por ejemplo el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero poseen rasgos propios.

Se puede hacer una clasificación general en base a criterios de tipos claramente diferenciados: la Tipografía Serif y la Tipografía Sans Serif.

1. Fuentes Serif o Serifas

Tienen origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.

Otra particularidad común de las fuentes serif, derivada del hecho de que las tipografías romanas se basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas, es que las letras redondas como la o, c, p, b, etc., tienen que ser un poco más grandes porque ópticamente parecen más pequeñas cuando se agrupan en una palabra junto a otras formas de letras.

El grosor de las líneas de las fuentes serif modernas también tiene su origen en la historia. Las primeras se realizaron a mano implementando un cálamo, permitiendo la punta plana de las plumas distintas grosores de trazado. Esta característica se ha conservado por la belleza y estilo natural que aporta a las letras.

Las fuentes serif incluyen todas las romanas. Son muy apropiadas para la lectura seguida de largos textos, ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía.

Como ejemplos de fuentes serif se puede citar: Book Antiqua, Bookman Old Style, Courier, Courier New, Century Schoolbook, Garamond, Georgia, MS Serif, New York, Times, Times New Roman y Palatino.

2. Fuentes Sans Serif

Hacen su aparición en Inglaterra durante los años 1820 a 1830. No tienen remates en sus extremos (sin serif), entre sus trazos gruesos y delgados no existe apenas contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ópticamente ajustados en sus empalmes. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel.

Asociados desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacían perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos comerciales. Aunque este uso motivó que fueran despreciados por aquellos que se preocupaban por los tipos bellos y la impresión de calidad.

Poco a poco las fuentes sans serif fueron ganando terreno a las serif. Una de las razones de su triunfo fue que los modernos métodos mecánicos de fabricación de los tipos estaban especialmente bien adaptados para este particular estilo de letra. Otro, que la ausencia de remates y sus trazos finos las hacían muy apropiadas para letras grandes usadas en unas pocas palabras para ser vistas a una cierta distancia, como es el caso de rótulos, carteles, etc., elementos de comunicación cada vez más en auge.

Las fuentes sans serif incluyen todas las Palo Seco, resultando especialmente indicadas para su visualización en la pantalla de un ordenador, resultando muy legibles a pequeños tamaños y bellas y limpias a tamaños grandes. Sin embargo, no están aconsejadas para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir.

Entre las fuentes sans serif se encuentran Arial, Arial Narrow, Arial Rounded MT Bold, Century Gothic, Chicago, Helvetica, Geneva, Impact, Monaco, MS Sans Serif, Tahoma, Trebuchet MS y Verdana.

4.2.2.2 Sonido

Se puede considerar al sonido como el elemento de multimedia que más estimula los sentidos. Mediante el sonido se puede brindar placer al usuario con música, sorprenderlo con efectos especiales o mediante el sonido crear un ambiente que genere una atmosfera adecuada para el usuario.

En la actualidad existe un sin número de programas o herramientas para la edición de sonido tanto en Windows como en Macintosh, por esta razón emplear este elemento en un multimedia resulta menos complicado y más accesible tanto en lo técnico como en lo económico.

4.2.2.3 Gráficos

Los elementos gráficos se utilizan para representar esquemas, planos, dibujos lineales. Normalmente pueden dimensionarse, colorearse, adquirir diferentes efectos como el de

transparencia, colocar delante o detrás de otro objeto, en fin los gráficos nos brindan una amplia gama de opciones para integrarlos en el diseño, el éxito de este dependerá de la habilidad y creatividad del diseñador. Los gráficos en la computadora se generan de dos formas: como mapa de bits o como dibujos de vectores.

- *Mapa de Bits:* Las imágenes de mapa de bits o imágenes raster están formadas por una rejilla de celdas denominada píxel, se le asigna un valor de color y luminancia propios, de tal forma que su agrupación crea la ilusión de una imagen de tono continuo.

Una imagen de mapa de bits es creada mediante una rejilla de píxeles única. Cuando se modifica su tamaño, se modifican grupos de píxeles, no los objetos o figuras que contiene, por lo que estos suelen deformarse o perder alguno de los píxeles que los definen. Por lo tanto, una imagen de mapa de bits está diseñada para un tamaño determinado, perdiendo calidad si se modifican sus dimensiones, dependiendo esta pérdida de la resolución a la que se ha definido la imagen.

- *Dibujo de Vectores:* Un dibujo de vectores es una imagen formada por una serie de elementos geométricos como: formas geométricas regulares e irregulares. Su principal característica es la de poder ampliar y redimensionar éste tipo de imágenes sin pérdida de calidad, incluyendo la redimensión de anchura o altura no proporcionales.

4.2.2.4 Animación

La animación es la presentación de un número de gráficos por segundo, que genera en el observador la sensación de movimiento. La animación agrega un gran impacto visual al multimedia.

La animación es posible debido a un fenómeno biológico conocido como persistencia de la visión, esto quiere decir que un objeto que ve el ojo humano permanece mapeado en la retina por un breve tiempo, por esta razón esto hace posible que una serie de imágenes que cambian rápidamente, una tras otra, parezcan mezclarse juntas creando la ilusión de movimiento. Se conocen dos tipos de animación: la animación por cuadros y la animación computarizada.

- *Animación por cuadros:* Esta técnica de animación se hizo famosa por Disney. Se utiliza para hacer que objetos inanimados parezcan moverse. Este tipo de animación comienza con los cuadros clave, el del principio y el del final, posteriormente mediante un proceso llamado tweening, se calcula el número de cuadros necesarios entre los cuadros claves para producir la acción deseada, A los objetos se los mueve sutilmente mientras son bosquejados, fotografiados o filmados un cuadro a la vez, creando una ilusión de movimiento cuando el grupo de cuadros se muestra en una secuencia continua.
- *Animación Computarizada:* También conocida como animación digital, consiste en crear imágenes en movimiento, mediante el uso de un ordenador. Los programas de animación computarizada emplean en general las misma lógica y procesos de la animación por cuadros, empleando técnicas de capas, cuadros

clave y tweening. Gracias a que la tecnología ha ido evolucionando progresivamente cada vez son más comunes las animaciones en 3D.

4.2.2.5 Video

Presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento. Pueden ser sintetizadas o captadas.

El video digital es una de las facetas más prometedoras del multimedia, y constituye una herramienta poderosa para acercar al usuario a la realidad, también es muy eficaz para transmitir un mensaje de forma efectiva a un público acostumbrado a la televisión, debido a que los espectadores tienden a retener una mayor parte de lo que ven.

4.2.3 Diseño de Páginas

4.2.3.1 La retícula

³⁹La retícula sitúa los elementos en un área especial dotada de regularidad, logrando que las uniones entre las divisiones verticales y horizontales actúen como señales indicativas para su localización. La retícula es como una especie de archivador visual. Este sistema ayuda al lector a encontrar la información que busca.

El concepto de retícula viene de la idea de formar una red, en el diseño de páginas este método es indispensable, ya que la colocación de elementos como fotografías, títulos, etc., no se los debe dejar a una colocación al azar, sino lógicamente, sin convertirse en una herramienta rígida o camisa de fuerzas, es simplemente una guía de futura

³⁹ Rivera A. (2007). Texto Básico Diseño Editorial. Manuscrito no publicado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

ubicación de los elementos compositivos, es tan flexible que una misma retícula puede generar un número infinito de páginas cuyo resultado gráfico final sea totalmente distinto. Es muy común encontrar en publicaciones de periódicos, revistas, folletos, entre otros, todas sus páginas distintas pero diseñadas sobre la misma retícula.

La retícula constituye una forma de presentar juntos, dentro de una misma área , elementos tales como: imágenes, símbolos, párrafos de texto, titulares, tablas de datos, que se reúnen con el único fin de comunicar. Los beneficios que da una retícula son:

- Claridad, eficacia, economía y continuidad.
- Establecer un orden o jerarquía entre los elementos de la página.
- Se puede distinguir diferentes tipos de información.
- Facilita la navegación del usuario a través del contenido.
- Ayuda a maquetar grandes cantidades de información en un tiempo corto.

⁴⁰Los medios digitales superan los límites de los medios impresos incluyendo dentro de su composición sonido y video, aunque el texto y las imágenes sigan siendo los elementos más utilizados. La cantidad de elementos que el diseñador tiene a sus disposición en el mundo digital lo obligan a organizarlos y con mayor razón a hacer uso de una retícula, las mismas que presentan algunas consideraciones especiales, pero dan la oportunidad de crear un trabajo más relevante y fresco, pero sin embargo algunas soluciones a los diferentes problemas que se puede presentar en el soporte digital están estrechamente relacionadas con la organización de los elementos de una página.

⁴⁰ Harris A. (2008). Base del diseño - Retículas. Barcelona, España: Parramón.

La mayor diferencia entre una retícula para una publicación digital y una publicación impresa es el manejo del espacio, en una impresión el espacio puede dejarse vacío, en cambio en un publicación digital es espacio suele definirse mediante el uso del padding, donde el espacio en blanco resultante crea un sentido de ritmo, añade un grado de calma o establece asociaciones entre elementos del diseño. El padding se añade al ancho de la retícula, el espacio entre columnas y los espacios del perímetro del diseño se determina de un modo muy parecido a la creación de una página impresa.

a. Componentes de una Retícula

La simplicidad se vuelve cada vez más difícil de lograr a medida que aumenta el número de elementos que pueden colocarse en una página. Este problema se resuelve mediante el agolpamiento de elementos que guardan relación entre sí.

Una forma de poner orden en las páginas a pesar del gran número de elementos exhibidos es el método reticular, en el cual la página se divide primero en segmentos básicos iguales como podrían mitades, tercios o cuartos. Cada segmento se divide posteriormente en cuadrados iguales.

El sistema reticular requiere de una cuidadosa planeación preliminar y de una exactitud extrema en el cálculo del origen y en el recorte de las fotografías, puesto que si los elementos sobrepasan cualquiera de las divisiones reticulares se perderá el orden

Para establecer la estructura de una página se realiza la retícula y esta consta de los siguientes elementos:

1. Caja
2. Márgenes
3. Columnas
4. Filas
5. Módulos
6. Espacio entre columnas
7. Espacio entre filas

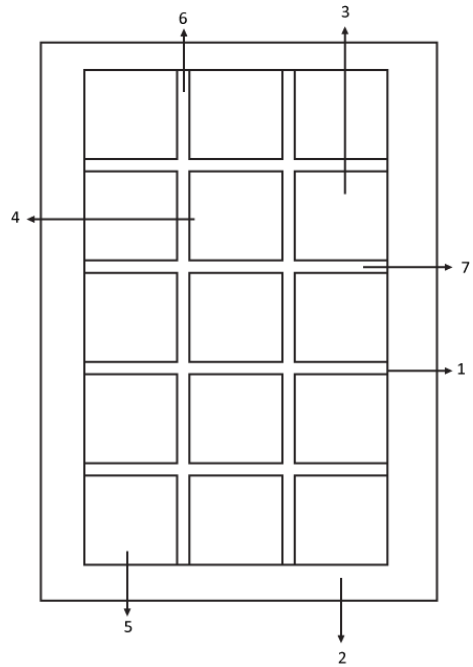


Figura IV.9 Elementos de la Retícula

Estos elementos se adaptan a los diferentes formatos, y a las diferentes aplicaciones que se les puede dar.

4.2.3.2 Orientación

Una diferencia clave entre el entorno digital y el impreso es el tamaño de página que puede utilizarse; mientras que un trabajo impreso está limitado por el tamaño del papel o por las máquinas de impresión disponibles, una página digital puede tener cualquier medida y ser creada para ajustarse perfectamente a su contenido. (Harris, 2008)

- *Horizontal:* Este tipo de orientación es adecuada para una presentación panorámica que se desplace a izquierda y derecha. Esta orientación da la oportunidad de tener más columnas a cada lado, también presenta una retícula potencial ancha, por la que es posible desplazarse horizontalmente.

- *Vertical*: Este tipo de orientación es adecuada para una presentación que se desplace de arriba abajo, permite al usuario bajar por el cuerpo de la información. Da la posibilidad de disponer de una cantidad limitada de columnas muy lagar, muy similar a una retícula editorial tradicional.
- *Descendente*: Este tipo de orientación presenta capas de elementos de diseño y contenido creadas unas sobre otras, hasta llegar al aspecto final del diseño.

4.2.3.3 Elementos Compositivos de una página

Para poder diagramar una página debemos conocer cuáles son los elementos que podemos aplicar en ella, los más empleados son:

1. *Gráficos*: Estos se dividen en dos clases: las ilustraciones y las fotografías. Cada uno de ellos se puede presentar en forma de ventana o gráfico regular, que es aquel que tiene límites regulares, y también se presenta como gráfico tipo silueta o irregular, que no tiene límites regulares sino sus límites son los bordes del objeto.
2. *Texto*: Dentro de una composición se lo considera como un elemento muy importante, por lo cual se analizará las características más importantes que influyen en el mismo.
 - *Kerning*: Consiste en eliminar espacios entre las letras para mejorar el aspecto visual de un tipo.
 - *Interletrado*: Añade espacio entre las letras.
 - *Tracking*: Corresponde al ancho del cuerpo del texto que permite abrirlo y operarlo.

- *Interlineado*: Es el distancia que existe entre las líneas del bloque de texto.
- *La Alineación*: Hace referencia a la posición de los tipos dentro de un texto, tanto en el plano vertical como en el horizontal.
- *La Sangría*: Los bloques de texto pueden sangrarse para que algunas o todas las líneas comiencen más adelante del margen establecido. Existen algunos tipos de sangrías:
 - ✓ *Sangría de primera línea*: Consiste en sangrar la primera línea del párrafo y de los subsiguientes con respecto al margen izquierdo.
 - ✓ *Sangría Negativa*: Es una sangría derecha o izquierda que afecta no solo a una, sino a varias líneas del texto, se la utiliza para sangrar una cita larga.
 - ✓ *Sangría Francesa*: Es similar a la negativa, pero la primera línea del texto no está sangrada.
 - ✓ *Sangría de un punto*: La sangría francesa de un punto se establece a partir de un punto determinado de acuerdo con los requisitos del diseño.
- *Contorneo y Recorrido*: Se utiliza principalmente en revistas, páginas publicitarias o promocionales, consiste en adaptar el texto al formato de las imágenes o los electos gráficos que aparecen en un diseño, se utilizan para crear efectos decorativos a partir de un bloque de texto.
- *Clase de Texto*: Se puede clasificar los tipos de textos que se colocan en una página, en los siguientes:
 - ✓ *Texto Principal*: Son los Títulos y subtítulos, es el que tiene mayor jerarquía como texto dentro de una página.

- ✓ *Texto Secundario:* Son los subtítulos, posee la segunda jerarquía, generalmente en una página se encuentra más de uno.
- ✓ *Texto Terciario:* Se lo conoce también como texto general, lo conforma el párrafo de texto, es el grupo que más cantidad de texto aporta a la página.
- ✓ *Texto Complementario:* Lo conforma el pie de página, los encabezados, pies de fotos o de manera general los textos que informan sobre detalles que no son de primera importancia dentro de la página.

3. *Mancha de Color:* Son áreas de color diferente a la del fondo de la página, sus límites están definidos por las filas, columnas, o ejes de simetría, para de esa manera crear áreas proporcionales a la composición.

En una propuesta pueden estar presentes más de una mancha de color, su función es la de enmarcar o destacar cierta información que se considera importante.

4. *Áreas de Descanso Visual:* Estas están determinadas por la retícula, y son aquellas que no tienen ningún tipo de información, ni gráficos, ni texto, son áreas vacías, que ayuda a crear un equilibrio dentro de la página para no saturarla y crear efectos de jerarquización de la información.

5. *Filetes:* Son líneas que forman parte de la composición de una página, y pueden ser los siguientes:

- *Filetes de conexión:* Conectan la información como por ejemplo la lectura de una imagen con su texto o bloques de texto que se encuentran separados pero poseen contenidos necesariamente ligados.
 - *Filetes de jerarquización:* Son aquellos que sirven para destacar un elemento gráfico de un grupo, pueden ser: palabra, bloque de texto o imagen.
 - *Filete de separación:* Sirven para separar información, ya sea imágenes de texto o diferentes temas, que necesitan estar leídos individualmente.
6. *Fondo:* El fondo es la textura, color o imagen que se le aplica al soporte de la página, el fondo puede o no estar dentro de los límites de la retícula, pudiendo estos ser determinados por el borde de la hoja.
7. El Color: En el Diseño Gráfico, el color tiene cuatro funciones principales:
- Atraer la atención
 - Mantener la atención.
 - Transmitir información.
 - Hacer que la información se recuerde.

4.2.4 Herramientas y Medios

⁴¹Estas herramientas de programación están diseñadas para administrar los elementos de multimedia individualmente y permiten interactuar con los usuarios. Además de proporcionar un método para que los usuarios interactúen con el proyecto, la mayoría de las herramientas de desarrollo de multimedia ofrecen además facilidades para crear y

⁴¹ Vaughan, T. (1994). Multimedia, Todo el poder del multimedia. México: McGRAW-HILL.

editar texto e imágenes, y tienen extensiones para controlar los reproductores de vídeo disco, vídeo y otros periféricos relacionados.

El conjunto de lo que se produce y la forma de presentarlo al observador es la interfaces junto de lo que se reproduce y la forma de presentarlo al observador es la interface humana. Esta interfaces puede definirse tanto por las reglas de lo que debe suceder con los datos introducidos por el usuario como por los gráficos que aparecen en la pantalla. El equipo y los programas que rigen los límites de lo que puede ocurrir es la plataforma o ambiente multimedia.

4.2.5 Usuarios de Multimedia

Actualmente el multimedia tiene un gran impacto en nuestras vidas. En la mayoría de hogares existe por lo menos un computador, los mismo que ponen a disposición de los diferentes usuarios abundante información. Tal información incluye mucho más que novelas, enciclopedias y revistas. En la actualidad incluye tutoriales animados e incluso auxiliares de enseñanza en casa.

Los usuarios de multimedia son:

- *Multimedia en los negocios:* Las aplicaciones de multimedia en los negocios incluyen presentaciones, capacitación, mercadotecnia, publicidad, demostración de productos, base de datos, catálogos y comunicaciones en red. La mayoría de los programas de presentación permiten agregar clips de audio y vídeo a las presentaciones de diapositivas pantalla por pantalla (slide shows) de gráficos y textos.

- *Multimedia en la Educación:* Las escuelas son quizá los lugares donde más se necesita multimedia. Los Multimedia son capaces de generar cambios radicales en el proceso de enseñanza. En este caso los maestros se convierten en guías y orientadores en el proceso de aprendizaje.
- *Multimedia en el hogar:* La mayoría de los proyectores de Multimedia llegan a los hogares a través de los televisores o monitores con facilidades interactivas, ya sea color tradicionales o en los nuevos televisores de alta definición.
- *Multimedia en lugares públicos:* En hoteles, estaciones de trenes, centros comerciales, museos y tiendas en la actualidad existen multimedia disponibles, los mismos que proporcionan información o ayuda a los usuarios. Estas instalaciones reducen la demanda tradicional del personal y puestos de información, agregan valor y pueden trabajar las 24 horas, aún a medianoche, cuando la ayuda humana está fuera de servicio.

4.2.6 Diseño Centrado en el Usuario

⁴²El diseño centrado en el usuario, tienen como foco de atención al usuario de una aplicación o sistema web, la funcionalidad e implementación del sistema se basa en las características y rasgos diferenciales de los mismo. La consecución de los objetivos perseguidos a través de la puesta a disposición del público cualquier aplicación web, está condicionada por la satisfacción del usuario final.

El Diseño Centrado en el Usuario se caracteriza por asumir que todo el proceso de

⁴² Yusef Hassan & Francisco J. Martín Fernández & Ghzala Iazza. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. Recuperado el 04 de agosto del 2004, de <http://abelsing.wordpress.com/2008/08/04/apuntes-de-usabilidad-e-interactividad/>.

diseño y desarrollo de la aplicación o sistema web debe estar conducido por el usuario, sus necesidades, características y objetivos.

Centrar el diseño en el usuario implica involucrarlos desde el comienzo en el proceso de desarrollo de la aplicación; conocer cómo son, qué necesitan; testar la aplicación con los propios usuarios; investigar cómo reaccionan ante el diseño, cómo es su experiencia de uso; e innovar siempre con el objetivo claro de mejorar la experiencia del usuario.

a. Usabilidad

⁴³La usabilidad significa que algo funcione bien y se pueda manejar con facilidad, es decir: que una persona con experiencia media e incluso inferior a la media, pueda ser capaz de usar algo, en este caso una aplicación web, con el objetivo deseado y sin sentirse frustrado, ya que la usabilidad tiene como objetivo generar mayor satisfacción y menor frustración en los visitantes, con el fin de que exista una mayor probabilidad de que los usuarios vuelvan a utilizar el sitio web o aplicación web.

Según la ISO la usabilidad se define como: "el grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos".

En la definición podemos observar que la usabilidad se compone de dos tipos de atributos:

⁴³ KRUG, S. (2006) No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la web. Segunda edición. Madrid: Pearson Educación S.A.

- Atributos cuantificables de forma objetiva: como son la eficacia o número de errores cometidos por el usuario durante la realización de una tarea, y eficiencia o tiempo empleado por el usuario para la consecución de una tarea.
- Atributos cuantificables de forma subjetiva: como es la satisfacción de uso, medible a través de la interrogación al usuario, y que tiene una estrecha relación con el concepto de Usabilidad Percibida.

Normas de Krug sobre usabilidad

Steve Krug es considerado una de las personas más expertas en el tema de la usabilidad, a continuación se nombra sus normas acerca de la usabilidad:

1. *No me hagas pensar*: Esto quiere decir que el usuario, sea cual sea su nivel de conocimiento, debe ser capaz de manejar con facilidad el sitio o aplicación web, sin verse obligado a pensar en que debe hacer para conseguir su objetivo de búsqueda, la información que se presenta en el sitio debe ser obvia, ya que la mayoría de usuarios, por no decir todos, utilizaran el sitio web de la forma como los diseñadores esperan que lo hagan.
2. *No importa el número de veces que hay que hacer clic en algo si la opción es mecánica e inequívoca*: Esto quiere decir que al usuario no le interesa el número de clics que debe hacer, sino la dificultad en la elección de ese clic y la incertidumbre sobre si esa elección es la correcta, por lo tanto esa elección debe ser sencilla y ofrecer confianza en cuanto al objetivo o pista que se persigue.
3. *Elimine la mitad de las palabras en todas las páginas y luego deshágase de la mitad de lo que quede*: Esto quiere decir que se debe omitir las palabras innecesarias, Krung al decir “ luego deshágase de la mitad de lo que le quede”,

nos puede parecer un poco exagerado, pero lo que el quiere darnos a entender es que debemos reducir el texto sobrante, tratando de lograr una escritura concisa, evitando los discursos innecesario e instrucciones. Esto traerá consigo algunos beneficios como: reducir el nivel de ruido de una página, realzar el contenido verdaderamente práctico, al acortar las paginas el usuario podrá ver más de cada una en un solo vistazo.

b. Navegabilidad

⁴⁴Así como el interfaz la navegabilidad es uno de los ejes más importantes en la realización de un multimedia. Consiste en crear un mapa grafico sobre la estructura del proyecto, señalando los vínculos existentes entre las diferentes partes del contenido. El fin de la navegabilidad es el de conocer cuál será la dirección final que tomen los contenidos uno con otro. Existen cuatro tipos de navegación: lineal, jerárquico, no lineal y compuesta o de red.

1. Navegabilidad Lineal

Es la estructura más simple de todas, la forma de recorrerla es la misma que si se estuviese leyendo un libro, es decir que en este tipo de navegación el usuario navega secuencial y directamente a través de la pantalla del ordenador, adelantándose o retrocediendo de un cuadro a otro. Es una estructura útil cuando se quiere que el lector

⁴⁴ Rosas, P. (2007). Diseño y elaboración de un disco compacto interactivo del arte religioso en el cantón Riobamba. Memoria para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico, Escuela de Diseño Gráfico, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

siga un camino fijo y guiado, impidiendo que se distraiga con enlaces a otras páginas. Este tipo de estructura es ideal para tutoriales o tours de visita guiada.

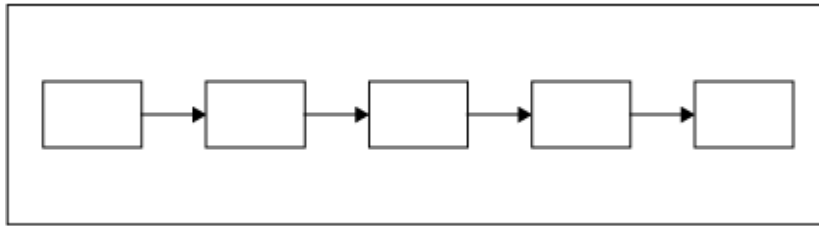


Figura IV.10 Navegabilidad Lineal

2. Navegabilidad Jerárquica

Este tipo de estructura es la típica estructura de árbol, donde el usuario navega a través de ramas de estructura jerárquica , navegando de la pantalla principal a las pantallas secundarias, y de éstas a las terciarias. la raíz es la hoja de bienvenida o la hoja de contenido en donde se puede encontrar las diferentes secciones que poseerá el multimedia. La selección de una sección conduce al usuario a un listado de subtemas, los mismo que pueden dividirse o no dividirse. Este tipo de organización permite saber al usuario que la información más general se encuentra en los niveles superiores y mientras más se introduce en la estructura obtendrá información más específica.

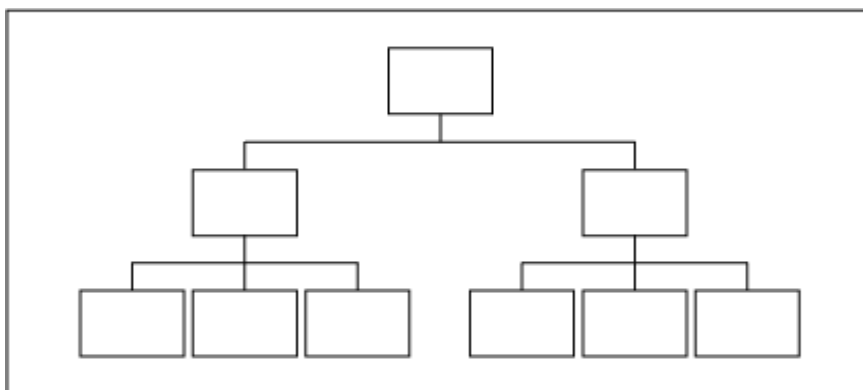


Figura IV.11 Navegabilidad Jerárquica

3. Navegabilidad No Lineal

Este tipo de estructura se forma de la combinación de la navegabilidad lineal y la jerárquica, los temas y subtemas están organizados de una forma jerárquica, pero uno puede leer todo el contenido de una forma lineal..

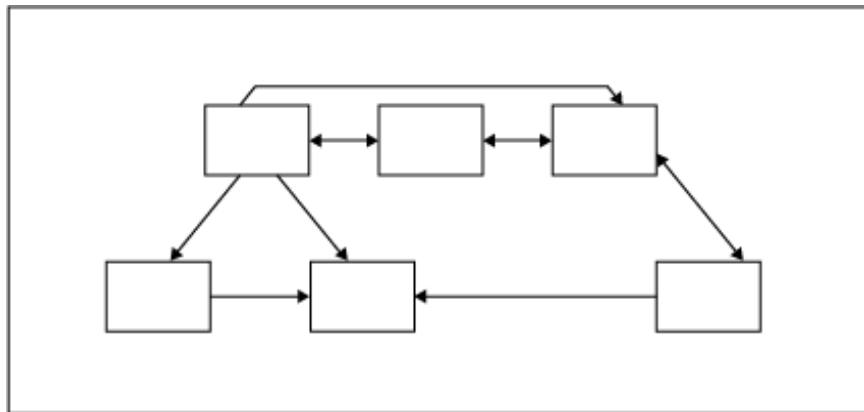


Figura IV.12 Navegabilidad No Lineal

4. Navegabilidad Compuesta o de Red

En este tipo de organización aparentemente no hay un orden establecido, las páginas pueden conectarse unas a otras sin ningún orden aparente.

A pesar de ser este tipo de estructura la más libre es la más peligrosa, ya que si al lector no se le informa donde se encuentra, este puede perderse o no encontrar la información que buscaba, por ende es poco probable que vuelva a ser uso del mismo.

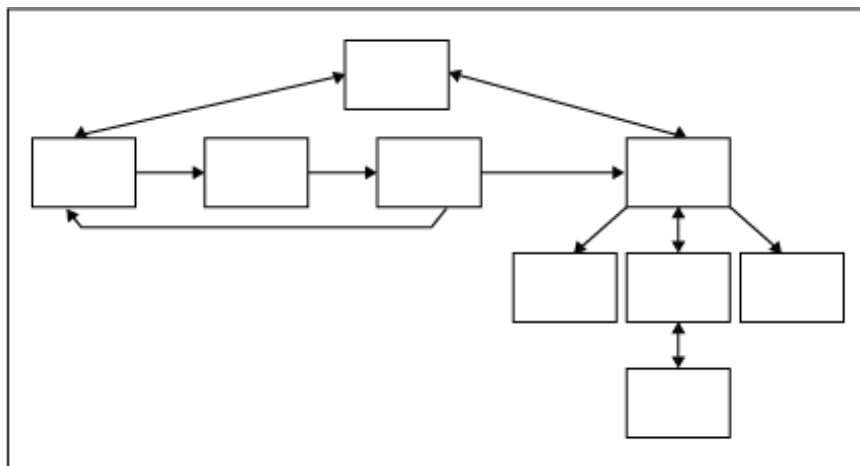


Figura V.13 Compuesta o de Red

c. Arquitectura de la Información

⁴⁵La usabilidad de una aplicación depende no sólo del diseño del interfaz, sino también de su arquitectura, estructura y organización; en otras palabras, del componente no visible del diseño.

La Arquitectura de la Información es definida como el arte y la ciencia de organizar espacios de información, con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información. La actividad de organizar conforma la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos de una aplicación o sistema web (Toub; 2000).

Hay dos aspectos de la Arquitectura de la Información que se debe resaltar:

- La Recuperación de la Información : El objetivo principal de definir una correcta arquitectura de información es facilitar al usuario la recuperación de información. Esto se consigue por un lado posibilitando que el usuario pueda encontrar información (diseño y definición de índices, clasificaciones,

⁴⁵ Yusef Hassan & Francisco J. Martín Fernández & Ghzala Iazza. Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. "Hipertext.net", núm. 2, 2004. <http://www.hipertext.net>

taxonomías y sistemas de recuperación de información o sistemas de búsqueda), y por otro lado posibilitando que cada elemento de información pueda ser encontrado. Este segundo caso es lo que se denomina "findability", "encontrabilidad" o visibilidad.

- El diseño a nivel conceptual : Las técnicas propias de la Arquitectura de la Información, dentro del ciclo de vida del desarrollo del sitio, se ubican en fases de diseño conceptual. Las fases de diseño visual están, en cambio, copadas por técnicas de Ingeniería de la Usabilidad, Diseño de Interfaces y Diseño de Información.

CAPÍTULO V

5. DESARROLLO DEL MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

5.1 Fase Conceptual

5.1.1 Identificación de las Fuentes de Información

a. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH

1. Antecedentes

la Escuela superior Politécnica de Chimborazo, tiene su origen en el Instituto Tecnológico Superior de Chimborazo, creado mediante la ley No. 6090, expedida por el Congreso Nacional, el 18 de Abril de 1969. Inicia sus actividades académicas el 2 de Mayo de 1972 con las Escuela de Ingeniería Zootécnica, Nutrición y dietética e Ingeniería Mecánica. Se inaugura el 3 de Abril de 1972.

El 28 de Septiembre de 1973 se anexa la Escuela de Ciencias Agrícolas de la PUCE, adoptando la designación de Escuela de Ingeniería Agronómica.

2. Visión

"Ser una institución universitaria líder en la Educación Superior y en el soporte científico y tecnológico para el desarrollo socioeconómico y cultural de la provincia de Chimborazo y del país, con calidad, pertinencia y reconocimiento social".

3. Misión

"Formar profesionales competitivos, emprendedores, conscientes de su identidad nacional, justicia social, democracia y preservación del ambiente sano, a través de la generación, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico para contribuir al desarrollo sustentable de nuestro país".

b. Universidad Nacional de Chimborazo UNACH

1. Misión

La misión de la Universidad Nacional de Chimborazo es formar profesionales investigadores y emprendedores con bases científicas y axiológicas, que contribuyan en la solución de los problemas de la comunidad y del país.

2. Visión

La Universidad Nacional de Chimborazo será una institución líder en el Sistema de Educación superior, comprometida con el progreso sustentable y sostenible de la sociedad, con sujeción al Plan Nacional de Desarrollo y Régimen del Buen Vivir.

c. Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual es el único organismo, en el país, que tiene la función de velar por el cumplimiento de los Derechos de Propiedad Intelectual de los ecuatorianos. Una adecuada protección a estos Derechos es vital para el desarrollo tecnológico, cultural, social y económico del país.

1. Antecedentes

La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, símbolos, nombres, imágenes, dibujos y modelos utilizados en el comercio, en base a esto, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la ONU, reconoce como un derecho fundamental la protección de las creaciones intelectuales y designa al Estado como su defensor.

En el mundo existe un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas, desde 1967, OMPI o WIPO – por sus siglas en inglés-, su objetivo es desarrollar un sistema de propiedad intelectual (P.I.) internacional, que sea equilibrado y accesible y recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando a la vez el interés público. Nuestro país como miembro de este organismo internacional goza de todos los Derechos que se concede a los integrantes y debe cumplir con todo lo convenido.

2. Creación del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual -IEPI-

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley, en los tratados y convenios internacionales.

Antes de su creación existían en diferentes estamentos gubernamentales áreas especializadas que administraban estos derechos; así por ejemplo Derecho de Autor estaba bajo la responsabilidad del Ministerio de Educación, la propiedad industrial bajo la batuta del Ministerio de Industrias y las Obtenciones Vegetales regidas por el Ministerio de Agricultura.

Pero fue el 19 de mayo de 1998 que se crea un solo organismo con el fin de agrupar todas las áreas de la protección a la creación y es cuando se publica en el Registro Oficial No. 320, en la nueva Ley de Propiedad intelectual, la instauración del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI que "...ejercerá las atribuciones y competencias establecidas por la Ley de Propiedad Intelectual... será considerado como la oficina nacional competente para los efectos previstos en las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina.”.

Sin embargo, fue en 1999 cuando empezó a operar el Instituto como tal, de ahí en adelante se han dado varias transformaciones tendientes a conformar una entidad sólida, adaptable a los cambios del mundo que sin perder su esencia busca la excelencia en defensa de los derechos de Propiedad Intelectual.

3. Misión

Promover, Defender, Fomentar la Propiedad Intelectual, utilizando sistemas de vanguardia, como una herramienta para el desarrollo holístico del Ecuador a través de la generación e implementación de políticas públicas.

4. Visión

Al año 2016 seremos la Institución que impulsa a la Propiedad Intelectual como herramienta de desarrollo justo y solidario.

d. Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo

El 10 de Abril de 1970 se crea la Asociación de Fotógrafos de Chimborazo, aprobada mediante Acuerdo No. 4256, con domicilio en la ciudad de Riobamba. La Asociación estaba integrada por 18 miembros, y a su cabeza se encontraba como Presidente el Sr. Miguel Ángel Morales y como Secretario el Sr. Eloy Narea. La asociación se creó con el lema de “ Arte y Trabajo” ,la misma que ha sido acogida por el actual Gremio de Fotógrafos profesionales de Chimborazo, se celebra sus fiestas de fundación, hasta en la actualidad, el 5 de Enero de cada año.

Con el pasar del tiempo esta institución se disolvió y el 13 de Noviembre de 1986 se establece mediante Acuerdo Ministerial No. 920 el Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo. Actualmente está conformada por 30 miembros, para formar parte de este Gremio es necesario ser titulado como artesano. Su Presidente actual es el Tlgo. Julio Hidalgo, la organización posee una Sede Social ubicada en la Avenida José de Sucre y la avenida Cordovez. En la actualidad se los puede distinguir por su carnet de

identificación y por un chaleco crema que distingue a los fotógrafos que forman parte de esta organización.

5.1.2 Variables

a. Variable Dependiente

Falta de profesionalismo el momento de llevar a cabo una producción fotográfica.

b. Variable Independiente

Elaboración de un Método Profesional de Producción Fotográfica.

5.1.3 Materiales

a. Lugar de la investigación

La investigación se llevará a cabo en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en los alumnos de décimo semestre de la Escuela de Diseño Gráfico; en la Universidad Nacional de Chimborazo, en los alumnos de cuarto año de la Escuela de Diseño Gráfico y en el Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo.

b. Periodo de la Investigación

La investigación se llevará a cabo en los meses de Junio y Julio del 2013.

c. Recursos Utilizados

Recurso Humano

- Investigador
- Tutor
- Miembro del Tribunal

Recurso Físico

- Computador
- Impresora
- Materiales de oficina

Software

- Editor de Imágenes Vectoriales
- Editor de Imágenes Raster
- Animación y Multimedia
- Procesador de texto

5.1.4 Métodos

a. Método Lógico Inductivo

Si de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales utilizaremos el método inductivo, que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis del problema en particular.

El método lógico inductivo utilizado permitirá hacer un análisis e investigación sobre la importancia de utilizar un método profesional para el desarrollo de una producción fotográfica, partiendo de sucesos particulares obtenidos mediante la información recabada de personas interesadas en establecer un proceso que ayude a llevar a cabo este tipo de proyectos fotográficos.

b. Método Proyectual

En la investigación también se empleará un método proyectual, en donde se realizará una estructuración y análisis del problema, con el fin de dar posibles soluciones, una vez establecidas dichas soluciones se procederá al diseño, en donde se buscará y desarrollará, entre diferentes alternativas, la idea más factible que dará solución a nuestro problema.

5.1.5 Técnicas

a. Encuesta

Permite averiguar estados de opinión o diversas cuestiones del hecho, llegando a establecer una población conocedora del mismo y a su vez el porcentaje de aquellas que lo desconozcan.

b. Observación

Es una actividad para detectar y asimilar la información de un hecho, o el registro de los datos utilizando los sentidos como instrumento principal. El termino también puede referirse a cualquier dato recogido durante esta actividad.

5.1.6 Instrumentos de recolección de datos

a. Encuestas a alumnos de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y de la Universidad Nacional de Chimborazo de la Carrera de Diseño Gráfico.

- Gusto por la Fotografía.
- Capacidad para llevar a cabo un proyecto fotográfico.
- Conocimiento de algún método de producción fotográfica.

- Aspectos más importantes de una producción fotográfica.
- Aspectos donde poseen mayor dificultad el momento de llevar a cabo una producción fotográfica.
- Conocimiento de leyes que protegen la propiedad intelectual y los derechos de autor.

b. Encuesta a miembros del Gremio de fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

- Conocimiento sobre proyectos fotográficos de atractivos naturales.
- Utilización de un método de producción fotográfica ya existente o un método personal.
- Manejo de costos o tarifa.
- Utilización de leyes que protegen el trabajo de un fotógrafo y la propiedad intelectual.
- Beneficios adquiridos por el hecho de pertenecer al Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo.

5.1.7 Procesamiento de la Información

- Tabulación y codificación de datos.
- Representación de frecuencias absolutas y relativas.
- Discusión de resultados.
- Formulación de la línea base para el desarrollo del método de producción fotográfica.

5.1.8 Resultados de las encuestas aplicadas

1. Primera Encuesta

Después de haber realizado una encuesta a los alumnos de último semestre de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a los alumnos de último año de la Universidad Nacional de Chimborazo, la misma que se encuentra adjuntada al documento en Anexos 1, se obtuvieron los siguientes resultados:

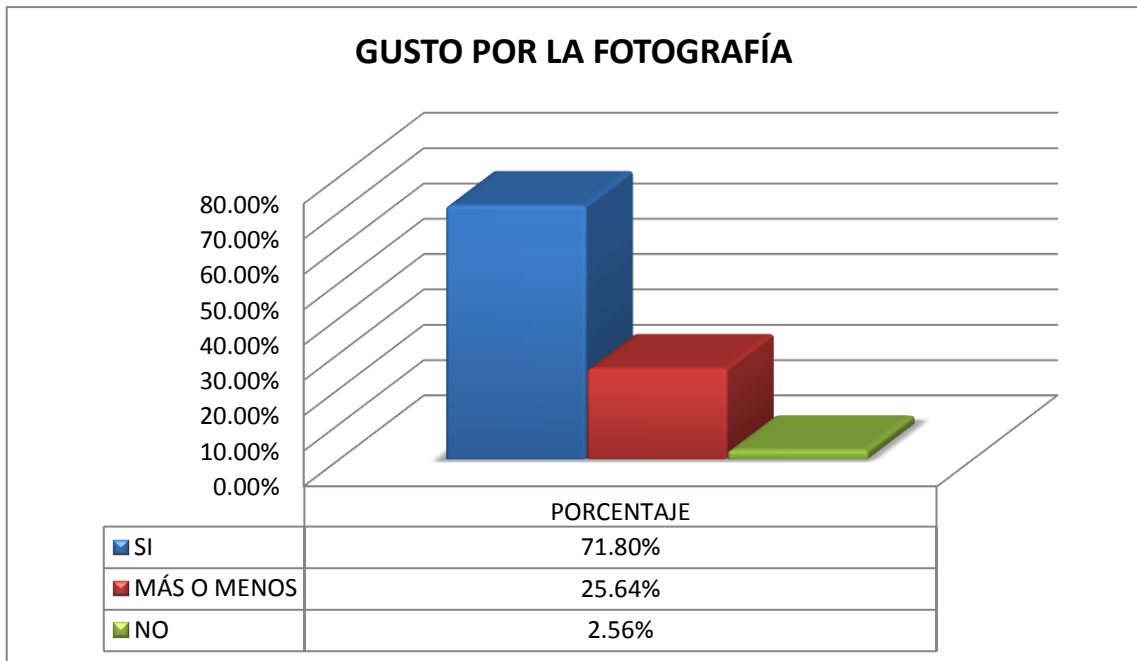
TABLA V.IXX GUSTO POR LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIANTES

TABLA V.IX		
Gusto por la fotografía en los estudiantes		
Respuesta	Número	Porcentaje
Si	28	71,80%
Más o menos	10	25,64%
No	1	2,56%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.3 GUSTO POR LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 71,80% siente gusto por la fotografía, el 25,64% de los estudiantes ni le gusta ni le disgusta la fotografía y el 2,56% no siente gusto por la fotografía.

b. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que existe una notoria diferencia entre los estudiantes que les gusta la fotografía y a quienes no; por lo tanto podemos decir que esta asignatura tiene una considerable aceptación por los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de ambas universidades.

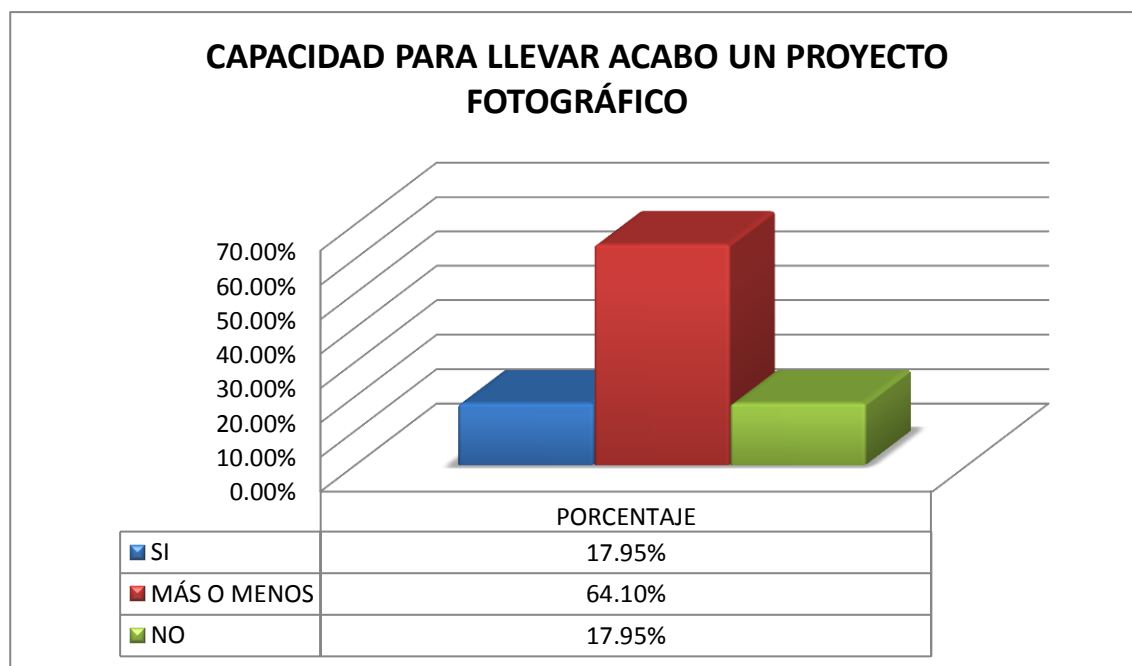
TABLA V.X CAPACIDAD PARA LLEVAR A CABO UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.X		
Capacidad para llevar a cabo un proyecto fotográfico.		
Respuesta	Número	Porcentaje
Si	7	17,95 %
Más o menos	25	64,10 %
No	7	17,95%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.4 CAPACIDAD PARA LLEVAR ACABO UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 17,95% se siente en la capacidad de llevar a cabo un proyecto fotográfico, el 64,10% se siente más o menos capaz de llevar a cabo un proyecto fotográfico, y el 17,90% no se siente en la capacidad de llevar a cabo un proyecto fotográfico.

b. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que existe una gran mayoría de estudiantes próximos a salir de la universidad que no se sienten en la capacidad de llevar a cabo una producción fotográfica, pese que en la malla curricular de ambas universidades reciben un año de Fotografía. Solamente un mínimo de los estudiantes se siente seguro de su capacidad y de sus conocimientos para llevar a cabo una producción fotográfica.

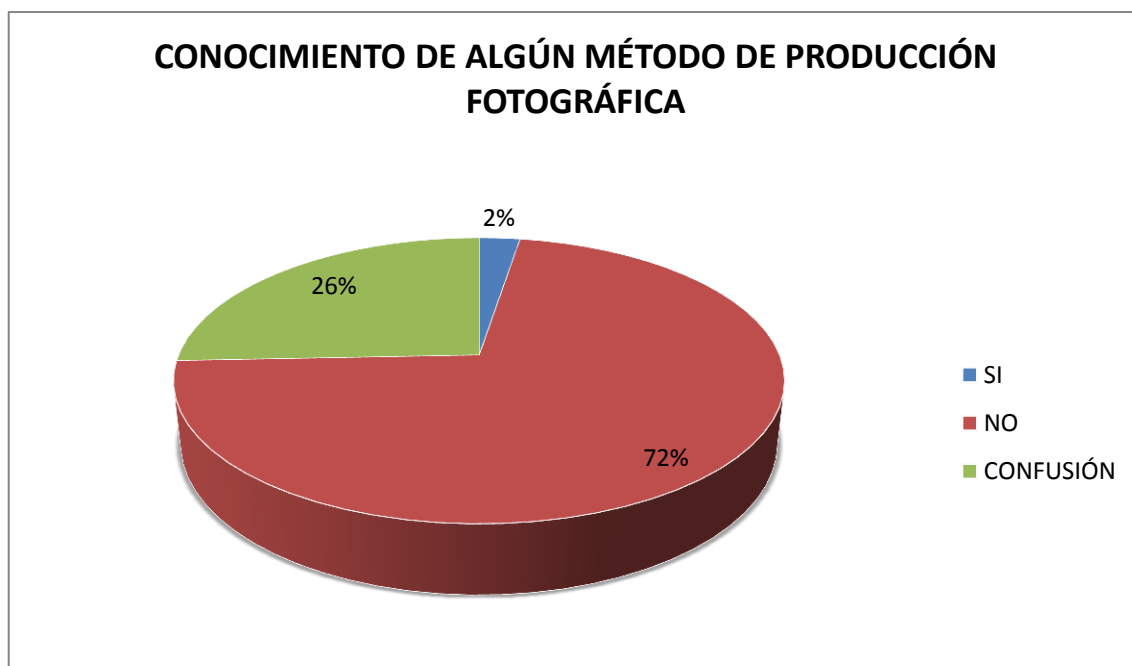
TABLA V.XI CONOCIMIENTO DE ALGÚN MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.XI		
Conocimiento de algún método de producción fotográfica		
Respuesta	Número	Porcentaje
Si	1	2,56%
No	28	71,80%
Confusión	10	25,64%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.5 CONOCIMIENTO DE ALGÚN MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 2,56% tiene conocimiento sobre un método profesional de producción fotográfica, el 71,80% no conoce sobre el tema y el 25,64% confunde una producción fotográfica con otro tema como: posproducción o con elementos necesarios para la adaptación de un estudio fotográfico (iluminación, fondo, equipo, entre otros).

b. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que el conocimiento sobre un método de producción fotográfica es muy pobre, ya que existe una notoria diferencia entre los estudiantes que conocen de un método profesional de producción fotográfica y los que no conocen sobre el tema o lo confunden. Esto quiere decir que existe la necesidad en los estudiantes de abordar con mayor profundidad este tema.

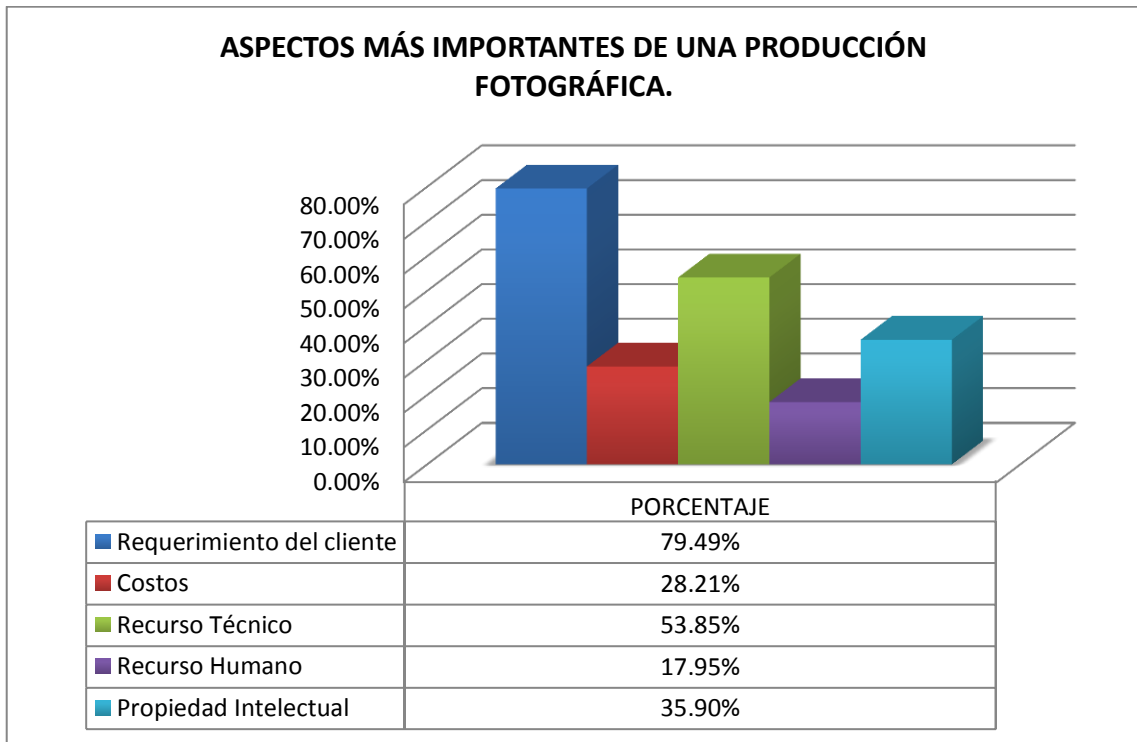
TABLA V.XII ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.XII		
Aspectos más importantes de una producción fotográfica		
Aspectos	Número	Porcentaje
Requerimiento del cliente	31	79,49%
Costos	11	28,21%
Recurso Técnico	21	53,85%
Recurso Humano	7	17,95%
Propiedad Intelectual	14	35,90%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.6 ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE UNA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 79,49% de los estudiantes consideran importante el requerimiento del cliente, el 28,21% considera importante los costos, el 53,85% de los estudiantes considera importante el recurso técnico, el 17,95% considera importante el recurso humano y el 35,90% considera importante la propiedad intelectual.

b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que los estudiantes de ambas universidades sitúan los diferentes aspectos, según su criterio, de acuerdo a la importancia en el orden siguiente:

1. Requerimiento del cliente
2. Recurso Técnico
3. Propiedad intelectual
4. Costos
5. Recurso humano

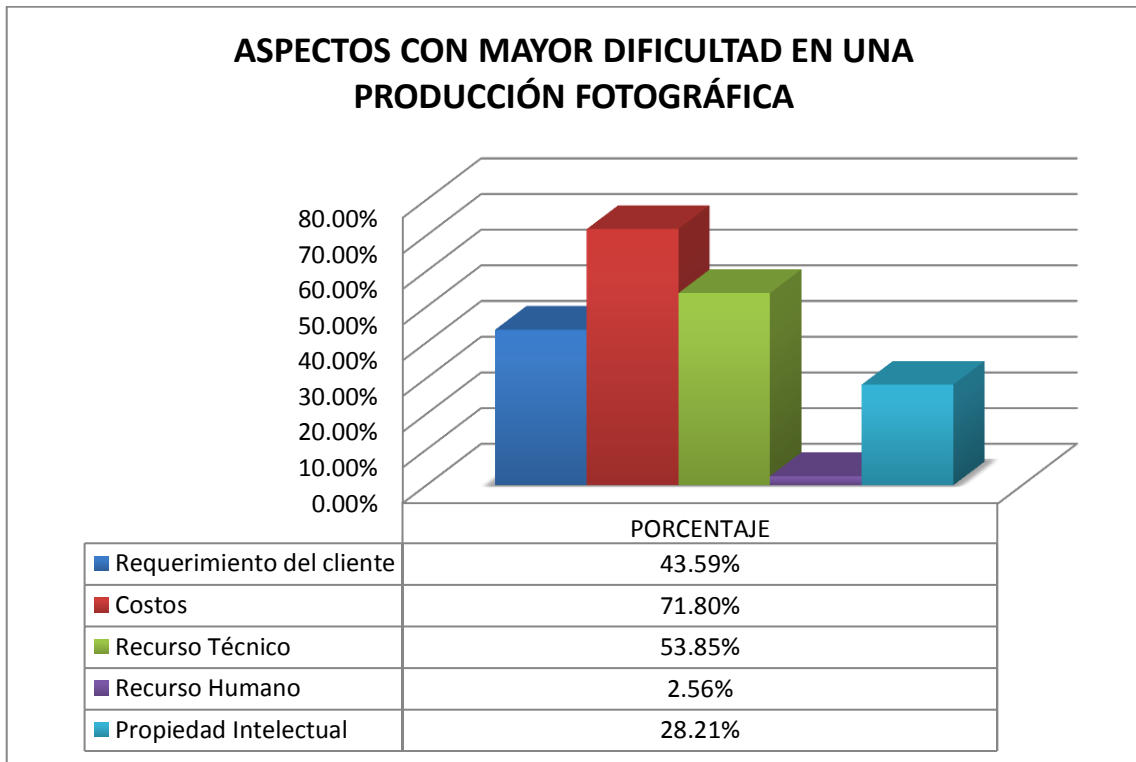
TABLA V.XIII ASPECTOS CON MAYOR DIFICULTAD EN UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.XIII		
Aspectos con mayor dificultad en una producción fotográfica		
Aspectos	Número	Porcentaje
Requerimiento del cliente	17	43,59%
Costos	28	71,80%
Recurso Técnico	21	53,85%
Recurso Humano	1	2,56%
Propiedad Intelectual	11	28,21%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.7 ASPECTOS CON MAYOR DIFICULTAD EN UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 43,59% de los estudiantes encuentra dificultad en el requerimiento del cliente, el 71,80% tienen dificultad en el manejo de los costos, el 53,85% encuentran dificultad en el equipo técnico, el 2,56% encuentran dificultad en el recurso técnico y el 28,21% encuentran dificultad en el manejo de la propiedad intelectual.

b. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que los estudiantes de ambas universidades sitúan a los diferentes aspectos según el grado de dificultad en el siguiente orden:

1. Costos
2. Recurso Técnico
3. Requerimiento del cliente
4. Propiedad intelectual
5. Recurso humano

Se puede apreciar notoriamente que los estudiantes muestran un alto grado de dificultad el momento de manejar costos dentro de una producción fotográfica y no saben los puntos que se deben considerar para calcular este valor; también un porcentaje superior al 50% poseen dificultad en el recurso técnico, esto puede ser por falta de conocimiento sobre a que hace referencia el recurso técnico o por que no poseer el equipo adecuado; un porcentaje inferior pero cercano al 50% tiene dificultad el momento de tratar con el cliente; un porcentaje menor pero considerable muestra dificultad en cuanto a la propiedad intelectual; y un pequeño porcentaje posee dificultad en el momento de elegir recurso humano.

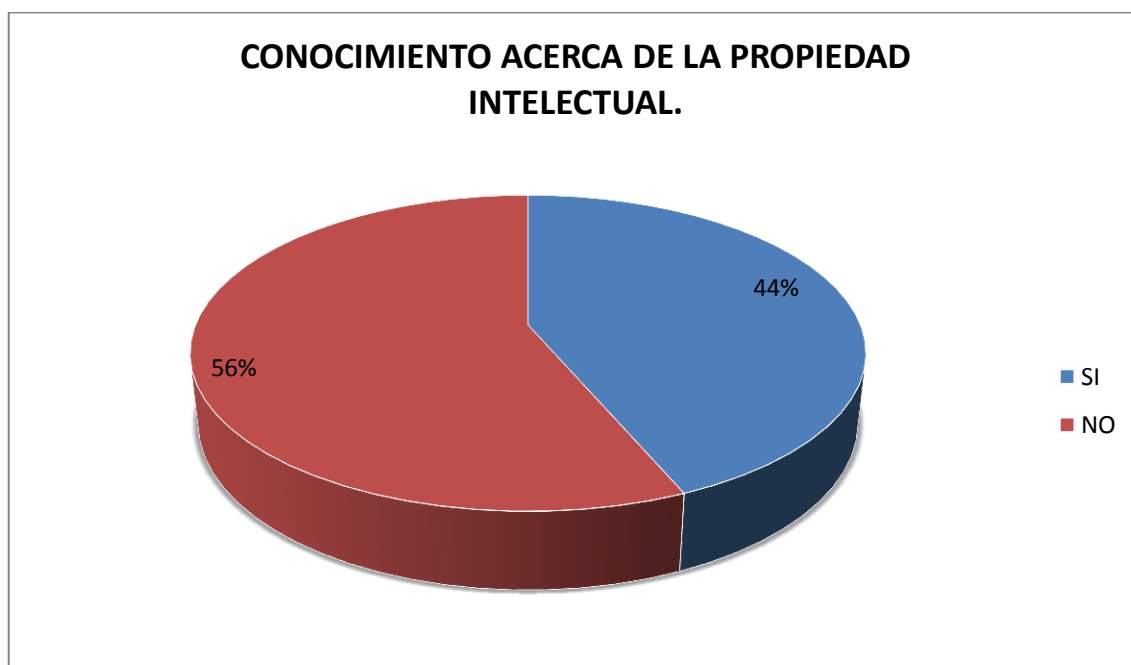
TABLA V.XIV CONOCIMIENTO ACERCA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

TABLA V.IVX		
Conocimiento acerca de la propiedad intelectual.		
Respuesta	Número	Porcentaje
Si	17	43,59%
No	22	56,41%

Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.8 CONOCIMIENTO ACERCA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.



Fuente: Encuesta a universitarios de la ciudad de Riobamba.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los estudiantes próximos a salir tanto de la ESPOCH como de la UNACH, podemos decir que el 43,59% conoce sobre leyes que amparen el trabajo de un diseñador y la propiedad intelectual, y el 56,41% desconoce del tema.

b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que existe una diferencia aproximada del 10% entre los estudiantes que conocen sobre leyes que protegen el trabajo de un diseñador gráfico y la propiedad intelectual y los que desconocen acerca del tema, siendo este un aspecto importante al momento de realizar un trabajo profesional, ya que mediante estas leyes las personas se pueden proteger de futuros plagios y hacer respetar los derechos de autoría, pero por desconocimiento esto no se realiza.

2. Segunda Encuesta

Después de haber realizado una encuesta a los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo, la misma que se encuentra adjuntada al documento en Anexos 2, se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA V.XV PROFESIONALES QUE HAN REALIZADO PROYECTOS FOTOGRÁFICOS DE ATRACTIVOS NATURALES

TABLA V.XV		
Profesionales que han realizado proyectos fotográficos de atractivos naturales.		
Respuesta	Número	Porcentaje
Si	20	83,33%
No	4	16,67%

Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.9 PROFESIONALES QUE HAN REALIZADO PROYECTOS FOTOGRÁFICOS DE ATRACTIVOS NATURALES



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 83,33% de los miembros han realizado alguna vez un proyecto fotográfico de atractivos naturales y el 16,67% no ha realizado este tipo de proyectos.

b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que la mayoría de fotógrafos pertenecientes al Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo, han realizado alguna vez un proyecto de fotografía de atractivos naturales, fotografías que en su totalidad han sido empleadas o publicadas en medios impresos como revistas, libros, periódicos nacionales como: en el diario El Comercio y El Universo, y periódicos locales como: el diario La Prensa y Los Andes.

TABLA V.XVI MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA EMPLEADO POR FOTOGRAFOS PROFESIONALES

TABLA V.XVI		
Método de producción fotográfica empleado por fotógrafos profesionales		
Método	Número	Porcentaje
Método Existente	0	0%
Método Personal	24	100%

Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.10 MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA EMPLEADO POR FOTÓGRAFOS PROFESIONALES



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 100% de los integrantes de esta organización emplean un método personal para llevar a cabo una producción fotográfica de cualquier tipo.

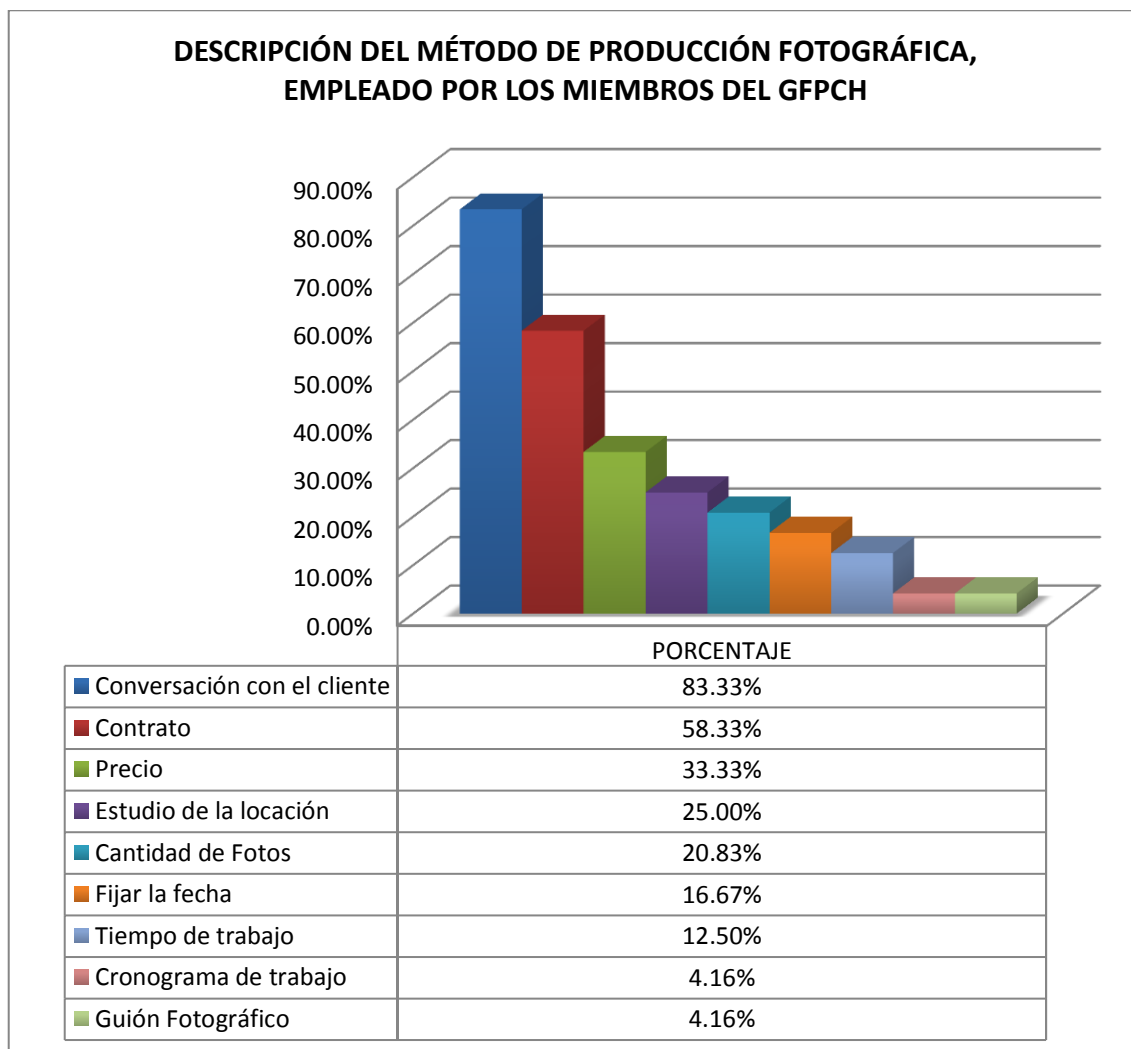
b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que todos los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo utilizan un método

personal para llevar a cabo una producción fotográfica de cualquier tipo. Se puede apreciar que el tipo de método que utilizan los fotógrafos a quienes se les ha encuestado no está bien estructurado, esto se debe, según criterio personal, a una falta de conocimiento sobre el tema o a la falta de importancia, ya que la mayoría de fotógrafos llegan a un acuerdo con el cliente verbalmente, sin utilizar algún documento que registre el tipo de proyecto fotográfico que se va a llevar a cabo, el lugar donde se va a desarrollar, el valor que se va a cobrar, el recurso técnico y humano que se va a emplear, entre otros requisitos para realizar una producción fotográfica. Solo 58,33% de los fotógrafos entrevistados, dependiendo del tipo de proyecto que se vaya a realizar, utilizan un contrato después de llegar a un acuerdo con el cliente, mientras que el 16,67% no utiliza ningún tipo de documento.

Después de realizar una recolección de datos sobre la descripción de los diferentes métodos utilizados por los fotógrafos encuestados para llevar a cabo una producción fotográfica, los resultados fueron los siguientes:

GRÁFICO V.11 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO DE PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA, EMPLEADO POR LOS MIEMBROS DEL GFPCH



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

c. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 83,33% de los fotógrafos encuestados utilizan en el método personal de producción fotográfica la

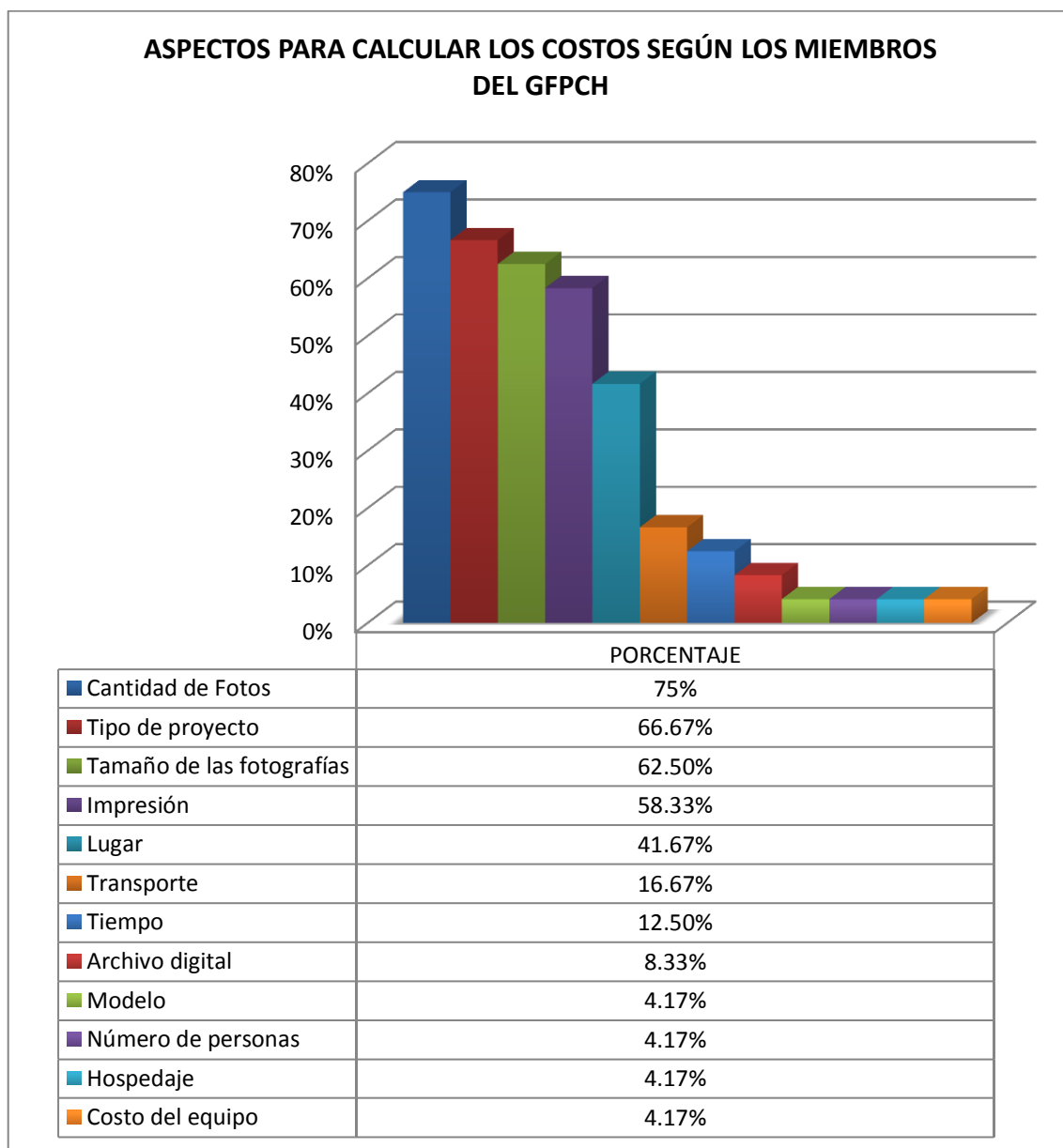
conversación con el cliente, el 58,33% utiliza un contrato, el 33,33% establece precio, el 25,00% realiza un estudio de locación, el 20,83% establece la cantidad de fotografías, el 16,67% fija la fecha, el 12,50% establece el tiempo de trabajo, el 4,16% realiza un cronograma de trabajo y el 4,16% realiza un guión fotográfico.

d. Interpretación

Se puede apreciar en el gráfico que la mayoría de los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo consideran a la conversación con el cliente como el punto más importante dentro de una producción fotográfica, pero esto es realizado verbalmente sin poseer un documento de respaldo, por tal razón en su trayectoria profesional han pasado por circunstancias incómodas, como el uso de sus fotografías sin una autorización previa, publicación de sus fotografías sin el nombre del autor, entre otras situaciones que reconocen personalmente que les ha pasado, pero no hacen nada por corregirlas y hacer respetar sus derechos.

Como se puede apreciar no existe una correcta estructura en el método personal desarrollado por los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo.

GRÁFICO V.12 ASPECTOS PARA CALCULAR LOS COSTOS SEGÚN LOS MIEMBROS DEL GFPCH



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 75% de los fotógrafos para calcular el costo considera la cantidad de fotografías, el 66,67% toma en cuenta el tipo de proyecto, el 62,50% considera el tamaño de las fotografías, el 58,33% toma en cuenta la impresión, el 41,67% considera el lugar, el 16,67% toma en cuenta el transporte, el 12,50% considera el tiempo, el 8,33% toma en cuenta la entrega del archivo digital, el 4,17% considera el uso de modelos, el 4,17% considera el número de personas a fotografiar y el 4,17% toma en cuenta si se requiere hospedaje.

b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo para calcular el costo de la producción fotográfica principalmente toman en cuenta cinco aspectos, la cantidad de fotos, el tipo de proyecto, el tamaño de las fotografías, la impresión y el lugar donde se llevará a cabo la producción fotográfica.

La mayoría de fotógrafos encuestados ya tiene una tarifa establecida en donde se da mayor prioridad al material y no al trabajo, la misma que según su opinión esta adecuada a nuestro medio, por ejemplo se puede conseguir una sesión fotográfica para una boda con un precio que varía desde los 200 dólares hasta los 900 dólares, una marcada diferencia que hace notar una competencia desleal entre profesionales de una misma rama, mostrando que existen personas que no hacen valer su trabajo con tal de ganar un porcentaje así sea mínimo, en lugar de educar a la gente a que considere el

trabajo de un fotógrafo o de un diseñador gráfico y este tenga la remuneración que se merece.

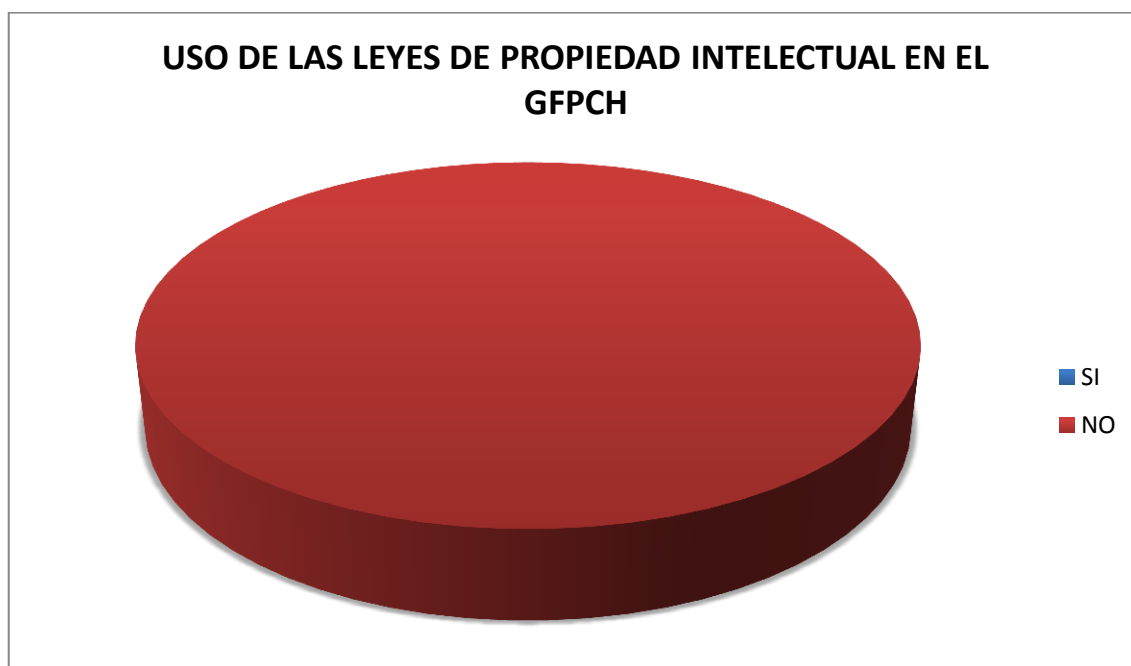
TABLA V.XVII USO DE LAS LEYES DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL GFPCH

TABLA V.XVII		
Uso de las leyes de propiedad intelectual en el GFPCH		
Respuesta	Número	Porcentaje
SI	0	0%
NO	24	100%

Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.13 USO DE LAS LEYES DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL GFPCH



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

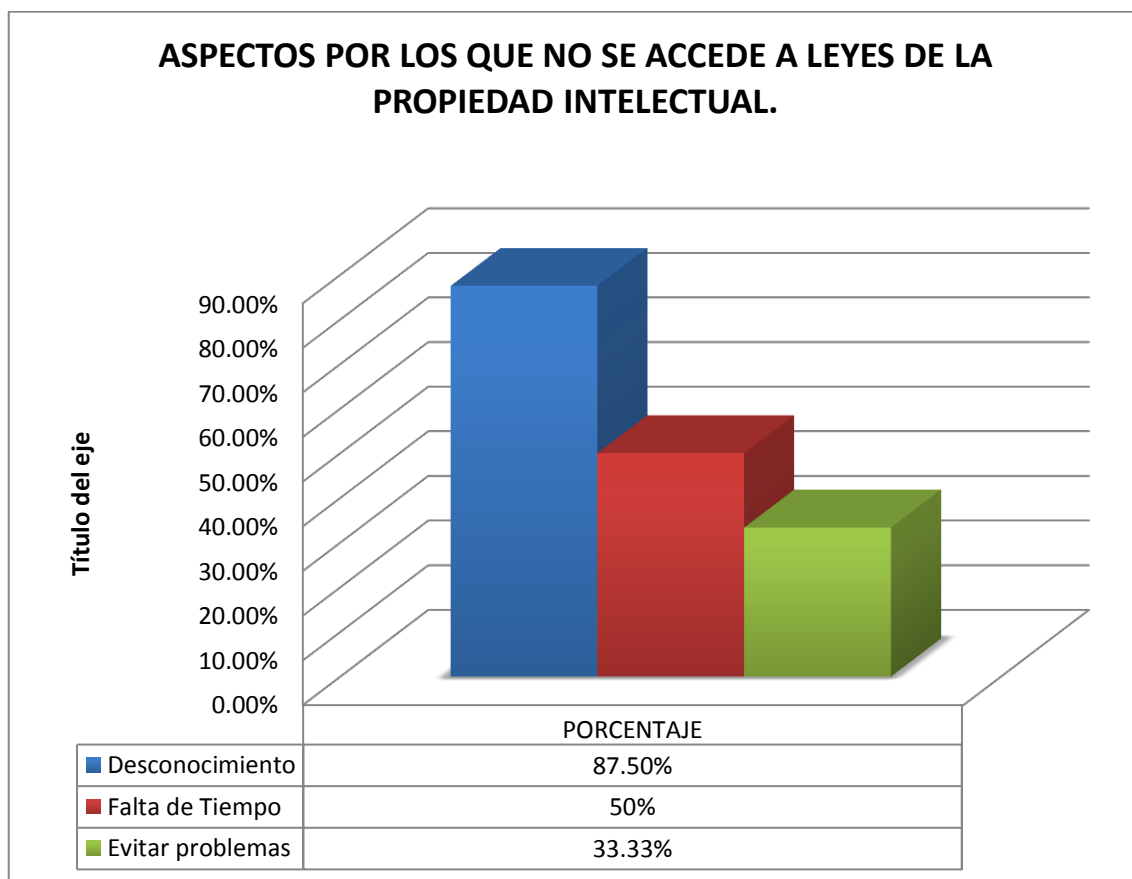
a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 100% de los integrantes de esta organización no han hecho uso de leyes que protejan la propiedad intelectual y el trabajo de un fotógrafo

b. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo no han hecho uso de algún tipo de ley que proteja la propiedad intelectual o su trabajo, existiendo en la actualidad una organización como el IEPI que defiende la propiedad intelectual y los derechos de autor, el mismo que da la posibilidad de acceder a sus servicio desde la casa o lugar de trabajo mediante la utilización internet, esto sucede debido a diferentes factores como: el desconocimiento, la falta de tiempo y por evitar problemas.

GRÁFICO V.14 ASPECTOS POR QUE NO SE ACCEDE A LEYES DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

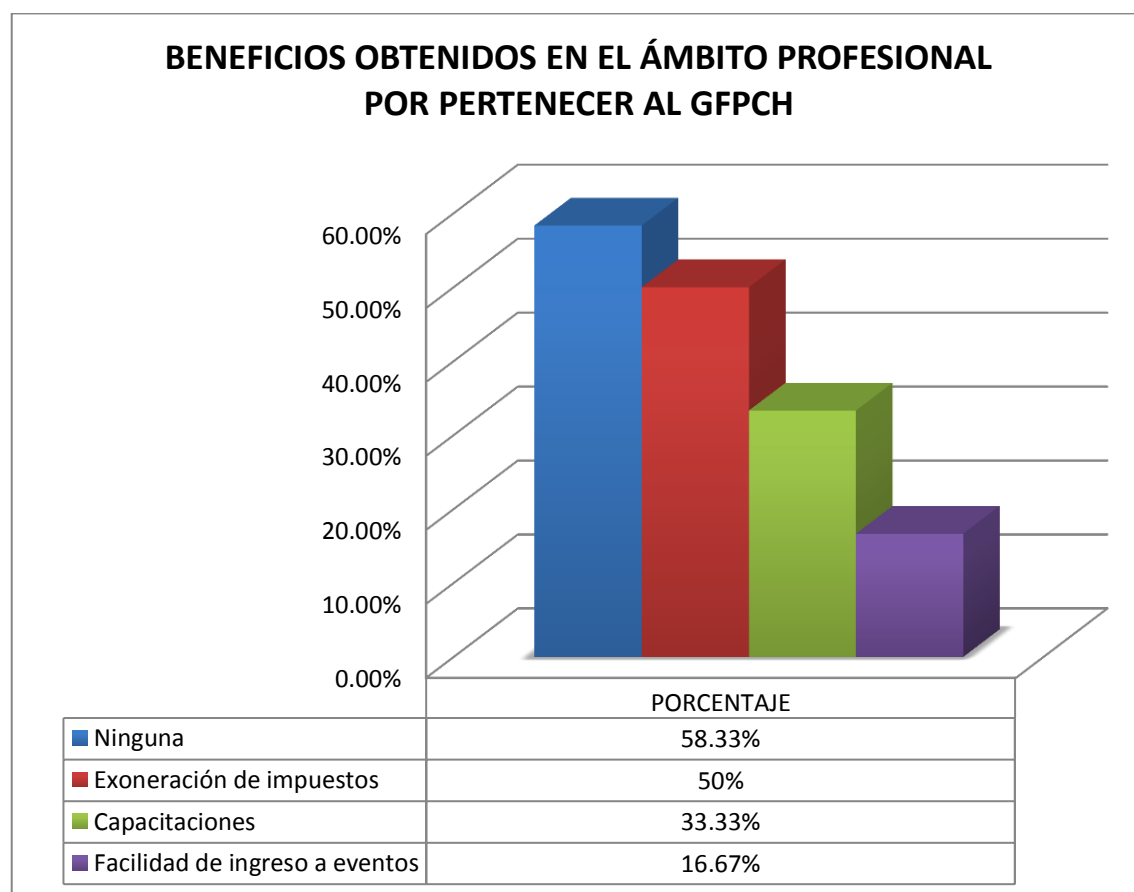
a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 87,50% de los integrantes no ha accedido a estas leyes por desconocimiento, el 50% no lo ha hecho por falta de tiempo y el 33,33% no ha accedido a estas leyes para evitarse problemas.

b. Interpretación

Se puede apreciar en el gráfico, que la mayoría los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo desconocen sobre estas leyes, pienso que en el gremio se debería realizar capacitaciones sobre este tema, ya que en este tipo de profesionales es muy común que se utilicen discriminadamente fotografías sin una autorización y hasta muchas veces sin el nombre del autor, y simplemente el fotógrafo por evitarse problemas deja pasar estos incidentes en lugar de educar a las personas y enseñarles a respetar su esfuerzo y su trabajo.

GRÁFICO V.15 BENEFICIOS OBTENIDOS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL POR PERTENECER AL GFPCH



Fuente: Encuesta a miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Análisis

En base a los datos proporcionados por los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo, podemos decir que el 58,33% de los integrantes del gremio encuestados considera no haber recibido ningún beneficio por el hecho de pertenecer a esta organización, el 50% considera como beneficio la exoneración de impuestos, el 33,33% opina que ha obtenido como beneficio capacitaciones que se han dado dentro del gremio, y el 16,67% de los integrantes encuestados dicen que han obtenido como beneficio la facilidad de ingresar a diferentes eventos.

b. Interpretación

Se puede apreciar en el gráfico, que un porcentaje mayor al 50% de los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo afirman no haber obtenido ningún beneficio en el ámbito profesional por el hecho de pertenecer a esta organización, el 50% considera como beneficio la exoneración de impuestos que se les ha otorgado por el hecho de ser artesanos más no por pertenecer al gremio, un porcentaje 33,33% afirma haber recibido capacitaciones por parte de esta organización y un porcentaje del 16,67% afirma que por pertenecer a esta organización tiene mayor facilidad para ingresar a diferentes eventos sociales, culturales, entre otros.

Como se puede apreciar esta organización no ha logrado obtener mayores beneficios, pienso que esto se debe a la falta de organización y cooperación que existe en la misma y al desconocimiento de las autoridades sobre instituciones y leyes que defiendan sus derechos como fotógrafos y otorguen beneficios.

Como ejemplo se puede citar algunas asociaciones de fotógrafos profesionales que existen en otros países como Argentina y España, las mismas que agrupan a fotógrafos de todas partes del país al que corresponden, regulando aspectos como tarifas, derechos de autor, entre otras, y brindando beneficios a sus socios. Lamentablemente en nuestro país no existe una entidad que agrupe a los fotógrafos profesionales de las diferentes provincia y ciudades, pero existen gremios de fotógrafos establecidas dentro del país, los mismos que según criterio personal, deberían unirse debido a que la gestión individual no es tan eficaz como la gestión colectiva, y formar una entidad que agrupe a los fotógrafos nacionales e inscribirla en IEPI como una Sociedad de Gestión colectiva, tal como lo han hecho la Sociedad Autores y Compositores Ecuatorianos SAYCE, la Sociedad de Productores de Fonogramas SOPROFON, la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales del Ecuador EGEDA y la Sociedad de Artistas, Intérpretes y Músicos Ejecutantes del Ecuador SARIME en nuestro país, quienes han defendido sus interés comunes y han adquirido reconocimiento en el mercado y además con la intervención del IEPI han hecho respetar la propiedad intelectual y los derechos de autor, asimismo brindan diferentes beneficios a sus socios en ámbitos como: la salud, seguros, asesoría jurídica, tramites de pensión vitalicia y de registro de obras, regulación de tarifas, convenios nacionales e internacionales, entre otros.

5.2 Fase Empírica

Después de haber culminado con la fase conceptual, en donde se ha investigado a diferentes grupos de personas que están involucradas dentro de la fotografía y el diseño gráfico e instituciones que pueden aportar con el tema de tesis, se continuará con la fase

empírica, en donde se empezará ya con el desarrollo del Método Profesional de Producción Fotográfica, con la finalidad de conseguir el resultado final en la fase metodológica.

Se puede dividir a una producción fotográfica en tres etapas fundamentales, la pre-producción, la producción y la post-producción.

5.2.1 Pre-producción

La preproducción se considera la etapa más importantes dentro de un proyecto fotográfico, debido a que en esta fase se realiza la planificación, organización y documentación previa a la realización de la producción fotográfica.

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo, los aspectos fundamentales que se deben analizar dentro de esta fase son:

- a.** El requerimiento del cliente
- b.** El recurso técnico
- c.** El recurso humano
- d.** Diseño del presupuesto
- e.** Contrato de Servicios Fotográfico
- f.** Planificación y Logística

5.2.1.1 El Requerimiento del Cliente

Este aspecto según los datos obtenidos en las encuestas, tanto de los estudiantes como de los fotógrafos profesionales, es el más importante. Lamentablemente en la actualidad se lo realiza en su mayoría de forma verbal, el objetivo del desarrollo de un método profesional de producción fotográfica es documentar y crear un respaldo tanto para el fotógrafo como para el cliente en cada una de las fases que componen una producción fotográfica.

En este punto se especificará los datos del cliente y los datos del proyecto de la siguiente manera:

a. Datos del cliente

- Lugar y fecha
- Cliente
- Representante (en el caso de que el cliente sea una empresa)
- Número de cédula o ruc
- Dirección
- Número de teléfono

b. Datos del Proyecto

- Director del proyecto
- Tipo de proyecto: Evento social, fotografía en estudio, fotografía en exteriores.
- Descripción del proyecto
- Locación
- Cantidad de Fotografías

- Tamaño de las fotografías
- Fecha de realización
- Tiempo previsto
- Fecha de entrega
- Forma de pago

5.2.1.2 El Recurso Técnico

Después de hacer una análisis de la locación y del tipo de proyecto, se considerará todos los elementos técnicos necesarios, que se utilizarán dentro de la producción fotográfica. Ésta información es necesaria para la realización del presupuesto. Entre los elementos técnicos que se deben tomar en cuenta están:

- a. Alquiler de Equipos
- b. Alquiler de Estudio
- c. Alquiler o compra de Utilería
- d. Alquiler o compra de Vestuario y accesorios
- e. Equipo Fotográfico: El equipo fotográfico puede estar conformado por varios elementos como:
 - Cámara fotográfica
 - Objetivos
 - Equipos de Iluminación
 - Accesorios de cámara y objetivos
 - Soporte de cámara

El equipo fotográfico se considera un Equipo Recreativo, por lo tanto su vida útil es de 3 años, para calcular la depreciación del equipo fotográfico se debe tomar en cuenta todos los elementos que integran el mismo como: objetivos (en el caso de utilizar un objetivo especial), iluminación (en el caso que se necesite un tipo de iluminación adicional como por ejemplo un flash externo), accesorios de cámara y objetivos, soportes, entre otros. El valor total se debe dividir para el tiempo de vida útil del equipo, en este caso se dividirá para tres y se obtendrá la depreciación por un año, a este valor se lo divide para 12, que es el número de mese que posee un año, y se obtiene la depreciación de un mes, a este valor se lo puede dividir para el número de días que posee el mes y se obtendría un valor que representa a la depreciación por día, este valor depende del tiempo de utilización de los equipos.

A continuación se encuentra un ejemplo de cómo calcular el valor del equipo fotográfico y la depreciación del mismo.

TABLA V.XVIII EJEMPLO DE ELEMENTOS QUE COMPONEN EL EQUIPO FOTOGRAFICO.

TABLA V.XVIII	
Ejemplo de elementos que componen el equipo fotográfico.	
Equipo Fotográfico	Costo
Cámara Fotográfica Nikon D7000 Profesional Réflex 16.2mp	\$ 1900
Objetivo gran angular 20mm f/2,8	\$ 485
Flash digital profesional Nikon	\$ 200
Trípode	\$ 75
VALOR TOTAL	\$ 2660

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas

TABLA V.XIX EJEMPLO DE DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO FOTOGRAFICO.

TABLA V.XIX				
Ejemplo de depreciación del equipo fotográfico.				
EQUIPO FOTOGRAFICO	COSTO	DEPRECIACIÓN ANUAL (costo/3)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (costo anual/12)	DEPRECIACIÓN DIARIA (costo mensual/30)
Equipo Fotográfico	\$ 2660	$2660 / 3 = 886.67$	$886.67 / 12 = 73.89$	$73.89 / 30 = 2.46$

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

5.2.1.3 El Recurso Humano

En este punto se debe considerar el elemento humano necesario para la realización de un proyecto fotográfico, para mayor facilidad se ha dividido al recurso humano en dos grupos: el personal contratado y servicios especializado.

- a.** Personal Contratado: Dentro de este grupo se considera al personal contratado para un trabajo específico durante la producción fotográfica como: asistentes, productor, entre otros.
- b.** Servicios Especializados contratados: Dentro de este grupo se considera al personal contratado temporalmente, este personal se desenvuelve en un área diferente a la fotografía, como: modelos, actores, maquillista, peluqueros, escenógrafo, contador, entre otros.

En nuestro medio no es común contratar servicios especializados dentro de una producción fotográfica, en algunos casos se contrata modelos, pero por lo general una producción es realizada por un fotógrafo, quien cumple también el papel de productor, y

sus asistentes, quienes ayudan con la movilización de los equipos y a adecuar la escenografía.

5.2.1.4 Diseño del Presupuesto

Para calcular el presupuesto de una producción fotográfica se debe tomar en cuenta diferentes puntos que intervienen en el diseño del mismo como: los honorarios del fotógrafo, el recurso técnico, el recurso humano, el transporte, el hospedaje, la alimentación, el proceso de impresión, el retoque y montaje fotográfico, el archivo digital y los impuestos.

1. Honorarios del Fotógrafo

Este es un aspecto muy importante que se debe analizar al momento de realizar el diseño del presupuesto, lamentablemente en nuestro medio los fotógrafos o diseñadores gráficos no le dan la importancia necesaria y es un valor que la mayoría de profesionales no considera el momento de calcular la tarifa del proyecto, dando a conocer el poco valor que estos profesionales dan a su trabajo; según las encuestas la mayoría de profesionales establecen los costos enfocándose específicamente en el número de fotos y en el tamaño, si considerar que para obtener ese número de fotografías tal vez tuvo que realizar el doble de tomas para seleccionar esa cantidad, por esta razón es necesario sugerir que dentro del diseño del presupuesto el fotógrafo establezca un valor para sus honorarios, considerando algunos aspectos como:

- Su experiencia
- Su posicionamiento
- El grado de dificultad del proyecto fotográfico.

- Si las tomas son en estudio o en exteriores.
- La dificultad en el acceso a la locación.
- El tipo de cliente.

Estos aspectos se pueden considerar como primordiales al momento de establecer los honorarios, pero como se dijo anteriormente esto queda a criterio del fotógrafo.

2. Recurso Técnico

En un proyecto de fotografía no es suficiente contar con solo una cámara, sino que es necesario disponer de diferentes equipos y accesorios como: objetivos con diferentes distancias focales, equipos de iluminación, entre otros accesorios. Lamentablemente en el medio no existe disponibilidad de equipos en alquiler, por lo tanto el fotógrafo está obligado a invertir significantes sumas de dinero en los mismos. Se debe tomar en cuenta que estos equipos se desgastan, pueden sufrir daños, se desvalorizan y por lo tanto generan gastos de mantenimiento, reposición y de seguros en el caso de que el fotógrafo haya accedido a este servicio para sus equipos. Por esta razón, como se especificó anteriormente, se debe calcular la depreciación de los mismo para incluirla el momento de calcular el presupuesto.

Dentro del recurso técnico se debe considerar los siguientes puntos:

- Alquiler de Equipos
- Alquiler de Estudio
- Utilería
- Vestuario y accesorios

- Equipo Fotográfico

3. Recurso Humano

Como se analizó anteriormente el recurso humano se lo puede dividir en dos grupos, para una mayor facilidad en el cálculo del presupuesto, los mismos que son:

- Personal Contratado
- Servicios Especializados

4. Transporte

En el desarrollo de una producción fotográfica muchas veces existe la necesidad de transporte y más aún cuando la fotografía se realiza en exteriores, este puede ser del fotógrafo, del equipo fotográfico o del personal.

Dentro de este valor se puede incluir todos los gastos de movilización sea dentro o fuera de la ciudad como: alquiler de vehículos, pasajes de transporte terrestre y aéreos, taxis, entre otros.

En algunos casos el fotógrafo emplea su propio auto, en esta situación el fotógrafo puede cobrar este valor analizando cuatro aspectos principales, los mismos que son:

a. Consumo de Combustible

No existe una fórmula que nos ayude a calcular este valor, ya que no se puede saber con exactitud cuántos kilómetros puede recorrer un auto con un galón de gasolina, debido a que esto depende de algunos factores como el tipo de auto, el lugar donde se transita, la

velocidad, entre otros. Por esta razón es recomendable llevar un registro sobre el consumo de combustible durante la realización del proyecto, el mismo que se puede respaldar mediante la solicitud de una factura en la estación de servicio donde se adquiera el combustible.

b. Depreciación del Vehículo

Según las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), un vehículo tiene una depreciación anual del 20% (5 años), al igual que en el equipo fotográfico se debe realizar un cálculo de la depreciación del vehículo, para integrarlo al valor del transporte.

Para calcular la depreciación del vehículo se debe dividir el precio del mismo para los años de depreciación, en este caso 5 años, y se obtendrá la depreciación anual; para calcular la depreciación mensual se debe dividir la depreciación anual para el número de meses que posee un año, y así sucesivamente; este cálculo depende del tiempo que se vaya a utilizar el vehículo durante la realización de la producción fotográfica.

TABLA V.XX EJEMPLO DE DEPRECIACIÓN DE UN VEHÍCULO

TABLA V.XX				
Ejemplo de depreciación de un vehículo				
VEHÍCULO	COSTO	DEPRECIACIÓN ANUAL (costo/5)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (costo anual/12)	DEPRECIACIÓN DIARIA (costo mensual/30)
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 19999	19999 / 5= 3999.8	3999.8 / 12= 333.32	333.32/ 30= 11.11

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

c. Mantenimiento

Es fundamental saber que con el tiempo los autos sufren daños, se desvalorizan, se desgastan, generando gastos de mantenimiento y reparación. Por esta razón, según criterio propio, es necesario analizar los factores principales que intervienen para que un auto se mantenga en buen estado y poder calcular el valor de mantenimiento anual del mismo, entre estos factores es necesario considerar:

1. Cambio de Aceite

Como es de conocimiento general un vehículo debe cambiar de aceite cada 5000 km recorridos; el valor aproximado del número de kilómetros que recorre un auto en un año es de 20000 km, por lo tanto se puede decir que en el año una persona realiza cuatro cambios de aceite; conociendo el costo que tiene cada cambio de aceite se puede calcular cuánto gasta una persona en un año en aceite para su auto.

TABLA V.XXI EJEMPLO DE GASTOS DE UNA PERSONA EN CAMBIO DE ACEITE PARA SU VEHÍCULO

TABLA V.XXI					
Ejemplo de gastos de una persona en cambio de aceite para su vehículo					
VEHÍCULO	# DE CAMBIOS DE ACEITE AL AÑO	COSTO CAMBIO DE ACEITE	GASTO ANUAL (# de cambios de aceite * costo cambio de aceite)	GASTO MENSUAL (gasto anual / 12)	GASTO DIARIO (gasto mensual / 30)
Volkswagen Gol HB Especial	4	\$ 35	4 * 35= 140	140/ 12= 11.67	11.67/30= 0.39

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

2. Cambio de Neumáticos

Este es otro gasto que se debe considerar para calcular el valor del mantenimiento; por lo general los neumáticos en un vehículo tienen una duración de 2 años aproximadamente; conociendo el valor de los neumáticos y dividiéndolo para los años de duración se obtendría el valor anual que una persona gasta en una año y a partir de este valor se puede conocer el valor mensual, el valor diario, y así sucesivamente.

TABLA V.XXII EJEMPLO DE GASTOS DE UNA PERSONA EN CAMBIO DE NEUMÁTICOS PARA SU VEHÍCULO

TABLA V.XXII					
Ejemplo de gastos de una persona en cambio de neumáticos para su vehículo					
VEHÍCULO	Costo de Neumáticos	Duración de los neumático	GASTO ANUAL (costo de neumáticos / duración)	GASTO MENSUAL (gasto anual / 12)	GASTO DIARIO (gasto mensual / 30)
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 420	2 años	$420 / 2 = 210$	$210 / 12 = 17.5$	$17.5 / 30 = 0.58$

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

3. Revisión Mecánica General

Por lo general una persona al año realiza una revisión general de su vehículo dos veces al año; conociendo el valor de cada revisión se puede calcular cuánto gasta una persona al año en chequeos mecánicos.

TABLA V.XXIII EJEMPLO DE GASTOS DE UNA PERSONA EN REVISIÓN MECÁNICA PARA SU VEHÍCULO

TABLA V.XXIII					
Ejemplo de gastos de una persona en revisión mecánica para su vehículo					
VEHÍCULO	# DE REVISIONES AL AÑO	COSTO DE REVISIÓN MECÁNICA	GASTO ANUAL (# de revisiones * costo revisión mecánica)	GASTO MENSUAL (gasto anual / 12)	GASTO DIARIO (gasto mensual / 30)
Volkswagen Gol HB Especial	2	\$ 180	2 * 180= 360	360 / 12= 30	30 / 30= 1

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

Una vez analizado estos tres aspectos principales, y conociendo el valor anual, mensual, diario, etc., que representan cada uno, se puede establecer el valor de mantenimiento que se debe incluir en el precio del transporte. A continuación se detalla un ejemplo del cálculo del mantenimiento utilizando el valor de los tres factores mencionados anteriormente, calculados en una auto Volkswagen Gol HB Especial.

TABLA V.XXIV EJEMPLO DEL CÁLCULO DEL VALOR DE MANTENIMIENTO

TABLA V.XXIV			
Ejemplo del cálculo del valor de mantenimiento			
MANTENIMIENTO	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Cambio de Aceite	\$ 140	\$ 11.67	\$ 0.39
Cambio de Neumáticos	\$ 210	\$ 17.50	\$ 0.58
Revisión Mecánica	\$ 360	\$ 30.00	\$ 1.00
TOTAL	\$ 710	\$ 59.17	\$ 1.97

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

c. Seguro del Vehículo

En el caso de que el dueño del vehículo que se vaya a utilizar durante la realización del proyecto fotográfico haya accedido a un seguro para su auto y paga un valor anual, es necesario incluir este valor en el cálculo del costo del transporte.

TABLA V.XXV EJEMPLO DE GATOS DE UNA PERSONA EN UN SEGURO PARA SU VEHÍCULO

TABLA V.XXV			
Ejemplo de gastos de una persona en un seguro para su vehículo			
VEHÍCULO	GASTO ANUAL DEL SEGURO	GASTO MENSUAL (costo anual/12)	GASTO DIARIO (costo mensual/30)
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 561.40	561.40 / 12= 46.78	46.78 / 30 = 1,56

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

A continuación se encuentra un ejemplo para calcular el transporte, en el caso de utilizar un auto propio para desarrollar una producción fotográfica.

TABLA V.XXVI EJEMPLO DEL CÁLCULO DEL VALOR DEL TRANSPORTE EN UN VEHÍCULO PROPIO.

TABLA V.XXVI		
Ejemplo del cálculo del valor del transporte en un vehículo propio.		
VEHÍCULO	Volkswagen Gol HB Especial	
ASPECTOS PRINCIPALES	TRANSPORTE MENSUAL	TRANSPORTE DIARIO
CONSUMO DE COMBUSTIBLE	\$ 40.00	\$ 1.33
DEPRECIACIÓN DEL VEHÍCULO	\$ 333.32	\$ 11.11
MANTENIMIENTO	\$ 59.17	\$ 1.97
SEGURO	\$ 46.78	\$ 1.56
TOTAL	\$ 479.27	\$ 15.97

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

5. Hospedaje

Este rubro se adicionará al presupuesto cuando el fotógrafo deba optar por este servicio, esto puede suceder cuando se lleve a cabo una producción de exteriores o fuera de la ciudad.

6. Alimentación

Este rubro se debe incluir al presupuesto cuando se realicen gastos de comida o refrigerios para las personas participantes en la producción fotográfica, esto puede suceder cuando la jornada de trabajo es extensa o cuando la producción fotográfica se desarrolla fuera del lugar habitual de trabajo.

7. Proceso de Impresión

Este valor se debe considerar cuando el cliente solicite las fotografías impresas; el costo del proceso de impresión está relacionado con la cantidad de fotos que se vaya a imprimir y el tamaño de las fotografías, este dato se debe especificar en los datos del proyecto.

8. Retoque y Montaje Fotográfico

Este rubro depende del fotógrafo y de su experiencia, el es quien pone un valor por fotografía o conjunto de fotografías.

9. Archivo Digital

En nuestro medio no existe un costo estándar por la entrega del archivo digital, de igual manera este depende del fotógrafo, por lo general tiene un valor por fotografía y no en conjunto.

10. Archivo Multimedia

Dentro de los paquetes que ofrecen los fotógrafos locales, sobre todo en eventos sociales como bodas, quince años, etc., se incluye un archivo multimedia, específicamente un video, el valor de este archivo dependerá del tiempo de duración del video y de la dificultad del mismo.

11. Impuestos

Toda persona natural que presta sus servicios profesionales en el Ecuador, debe pagar impuestos de acuerdo al Régimen Tributario Interno vigente. En nuestro país el SRI es la entidad encargada de recaudar estos impuestos. En el caso de un fotógrafo o diseñador gráfico tienen la obligación de abrir un RUC, para realizar sus declaraciones de impuestos, el Impuesto a la Renta y el 12 % de IVA, de acuerdo a los ingresos obtenidos y a las retenciones efectuadas, en el caso de trabajar con agentes de retención.

a. Impuesto al Valor Agregado IVA

⁴⁶El IVA es un impuesto que los ecuatorianos deben pagar cuando adquiere ciertos bienes y servicios, con el fin de que el Estado pueda contar con recursos económicos que le permita atender adecuadamente las necesidades de la población. En nuestro país la tarifa de este impuesto es del 12% y 0%.

b. Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta Establece el Impuesto a la Renta Global que tengan las personas naturales, sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras. (Art.1 LRTI)

Existen dos grupos humanos dentro del campo profesional de la fotografía: los artesanos y los profesionales en el campo de la fotografía y del diseño gráfico.

⁴⁶ Servicio de Rentas Internas. (2013). Mi Guía Tributaria. Quito: Autor.

1. Artesanos

En el caso de los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales, al poseer el título de artesanos certificados son exentos de facturar con el IVA, pero deben declarar el impuesto a la renta anualmente.

Al trabajar con agentes de retención, es obligación que el agente, en cada factura presentada, retenga el 2% del subtotal de la factura, debido a que en el servicio que presta el artesano predomina la mano de obra, el agente de retención tiene la obligación de entregar un comprobante de retención respectivo para la deducción de la declaración de Impuesto a la Renta anual.

2. Profesional en Fotografía o Diseño Gráfico

Si el Fotógrafo o Diseñador Gráfico no posee el título de artesano pero posee un título profesional, está en la obligación de facturar con el 12% del IVA.

En el caso de trabajar para un agente de retención, se le hará en cada factura presentada, una retención del 10% por servicios profesionales, los mismos que corresponden al Impuesto a la Renta , y a la vez el agente retendrá un porcentaje del IVA, el 30% por bienes y el 70% por Servicios. En todos estos casos se debe solicitar un comprobante de retención legalmente autorizado.

Una vez analizados todos los aspectos involucrados con el requerimiento del cliente, el recurso técnico, el recurso humano y el diseño del presupuesto, se puede establecer un cuadro de referencia para el fotógrafo, en donde se enlistan los aspectos más

importantes del cliente, el proyecto, el presupuesto y los factores que sirven para calcular este valor. A continuación se encuentra un cuadro modelo, el mismo que contiene los aspectos anteriormente mencionados.

TABLA V.XXVII DATOS DEL PROYECTO Y DISEÑO DEL PRESUPUESTO

TABLA V.XXVII			
Datos del proyecto y diseño del presupuesto.			
LUGAR Y FECHA:			
CLIENTE:			
REPRESENTANTE:			
DIRECCIÓN:			
R.U.C. / C.I:		TELF:	
DIRECTOR DEL PROYECTO:			
TIPO DE PROYECTO			
Evento Social	Fotografía en Estudio	Fotografía en Exteriores	
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:			
LOCACIÓN / HORA:			
FECHA DE REALIZACIÓN:		TIEMPO ESTIMADO	
FECHA DE ENTREGA:		FORMA DE PAGO:	
FOTOGRAFÍAS			
Cantidad:		Tamaño:	
PRESUPUESTO			
HONORARIOS DEL FOTÓGRAFO:			
GASTOS DE PRODUCCIÓN:			
Equipo fotográfico		Transporte	
Alquiler de Equipos		Hospedaje	
Alquileres de Estudio		Alimentación	
Utilería		Proceso de Impresión	
Vestuario y accesorios		Retoque Fotográfico	
Personal contratado		Archivo Digital	
Servicios especializados		Archivo Multimedia	
Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas		SUBTOTAL	
		IVA TARIFA	%
		TOTAL	

5.2.1.5 Contrato de Trabajo

⁴⁷Según el Código del trabajo del Ecuador un contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

En un contrato intervienen dos personas: el trabajador y el empleador. Según el Art. 9.- se denomina trabajador a la persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra y puede ser empleado u obrero; y según el Art. 10.- se denomina empleador a la persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio.

Según el Art. 21.- del Código del Trabajo, referente a los requisitos del contrato escrito; indica que en el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

- a.** La clase o clases de trabajo objeto del contrato;
- b.** La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;
- c.** La cuantía y forma de pago de la remuneración;
- d.** Tiempo de duración del contrato;
- e.** Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y,

⁴⁷ Ecuador, EL FORUM., Código del Trabajo del Ecuador., Quito-Ecuador., EL FORUM., 2013.,

- f. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

Un contrato de servicios fotográficos según el Código del Trabajo se puede considerar como un contrato por obra cierta, siempre y cuando el fotógrafo no forme parte de la empresa en donde se realizará la producción fotográfica.

Según el Art. 16.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

5.2.1.6 Planificación y Logística

Detrás de una fotografía existe un arduo trabajo de planificación y logística. La planificación es de vital importancia el momento de llevar a cabo una producción Fotográfica, ya que mediante esta se puede confeccionar un plan general de trabajo con el fin de ejecutar el objetivo deseado, evitando cambios de orden costosos.

Se entiende por logística a la coordinación de acciones, al conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización.

Dentro de la etapa de planificación y logística se puede sugerir dos herramientas que pueden resultar muy útiles al momento de realizar una producción fotográfica, estas son:

- Cronograma de trabajo

- Guión fotográfico



a. Cronograma de Trabajo

Un cronograma de trabajo en fotografía es un calendario de producción, ayuda a planificar con antelación nuestras expectativas de trabajo y a organizar mejor nuestro tiempo y recursos de trabajo.

Dentro del cronograma de trabajo para una producción fotográfica se debe especificar el tiempo que abarcará cada etapa de trabajo, pre-producción, producción y post-producción; y cada una de las actividades que se deben realizar dentro de cada etapa.

Al trabajar en fotografía, especialmente en exteriores, pueden ocurrir sucesos inesperados que no permitan cumplir con el cronograma de trabajo, en este caso es necesario, para no tener problemas a futuro con el cliente, llevar un registro de asistencia, y un lugar dentro del mismo donde se pueda especificar la razón por la cual no se pudo cumplir a pesar de haber asistido.

TABLA V.XXVIII EJEMPLO DE CRONOGRAMA DE TRABAJO

TABLA V.XXVIII					
Ejemplo de cronograma de trabajo					
ETAPA	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	CONTROL
Pre-producción	2013/07/31	9:00	Reunión con el cliente	El cliente tuvo una calamidad doméstica	
	2013/08/01	11:00	Reunión con el equipo de trabajo	Se llevó a cabo sin ningún inconveniente.	

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Guión Fotográfico

El guión fotográfico es una herramienta que nos ayuda a planificar con anticipación las tomas que se realizarán durante la producción fotográfica, es decir identificar el sujeto a fotografiar, el equipo fotográfico que se utilizará, el plano en el que se realizará la toma, lo que se quiere expresar con la fotografía, entre otros aspectos que el fotógrafo considere tomar en cuenta previo a la producción, ya que un guión fotográfico se puede adaptar a cualquier tipo de trabajo.

Hay fotógrafos que consideran que no es necesario el uso de un guión prefijado, sino que el fotógrafo se debe dejarse inspirar por el entorno, como el fotógrafo español José Manuel Navia, quien afirma que: Por mucha información y documentación que lleves antes de hacer la foto, cuando llegas al lugar en cuestión no puedes seguir un guión prefijado: debes olvidarte de todo lo que has leído y permitir que la realidad te impresione, dejarte arrastrar por el flujo vital de lo que ahí ocurre, dejarte imbuir por el entorno”.

Se puede decir que el uso de esta herramienta dependerá del criterio del fotógrafo, pero según criterio propio, es una herramienta útil que nos permite no olvidar ningún detalle tanto técnico como compositivo el momento de realizar una producción.

TABLA V.XXIX EJEMPLO DE GUIÓN FOTOGRÁFICO

TABLA V.XXIX		
Ejemplo de guión fotográfico		
SUJETO / OBJETO	EQUIPO	PLANO
Población de Bayushig	Cámara fotográfica, objetivo gran angular, trípode.	Plano general largo
Árbol de manzanas	Cámara fotográfica, objetivo macro.	Primer plano

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

5.2.2 Producción

La Producción es la segunda etapa de una producción fotográfica, en esta fase se llevará a cabo toda la planificación realizada en la etapa de pre-producción. En esta fase se debe constatar que por ejemplo el vestuario y los accesorios sean los indicados, que la escenografía se haya adecuado según el criterio establecido en la pre-producción, entre otros; pero sobre todo se debe seguir el plan de trabajo establecido en el cronograma de actividades tratando de cumplir con los tiempos estimados.

Es inevitable no tener imprevistos dentro de un producción fotográfica, en el caso de presentarse alguno el fotógrafo debe tomarlo tranquilamente para poder dar una solución inmediata al problema.

5.2.3 Post-Producción

Una vez culminada la etapa de Producción, se debe continuar con la etapa de post-producción, en esta fase se puede visualizar el resultado del trabajo total. Dentro de ésta se deben realizar las siguientes actividades :

- b.** Selección fotográfica
- c.** Retoque fotográfico
- d.** Entrega del material final y realización de un acta de Entrega – Recepción
- e.** Registrar el material final en el IEPI (en el caso de que el fotógrafo considere necesario)

a. Selección fotográfica

La selección fotográfica debe realizarse junto con el cliente, el mismo que con ayuda y asesoramiento del fotógrafo elegirá las mejores fotografías que se adapten a su requerimiento, para que posteriormente sean retocadas.

Para evitar cualquier confusión con el cliente después de haber realizado la selección fotográfica es conveniente la realización de un documento escrito, en donde se especifique la cantidad y el nombre de las fotografías seleccionadas, lo que servirá de respaldo para el fotógrafo al momento de la entrega del material final, con el fin de evitar cualquier situación desfavorable con el cliente; en este documento debe constar la firma aceptación de las fotografías por parte del cliente.

TABLA V.XXX CUADRO DE SELECCIÓN FOTOGRÁFICA

TABLA V.XXX	
Cuadro de selección fotográfica	
LUGAR Y FECHA:	
DIRECTOR DEL PROYECTO:	
CLIENTE:	
REPRESENTANTE:	
DIRECCIÓN:	
R.U.C / C.I	TELF.:
CANTIDAD DE FOTOGRAFÍAS SELECCIONADAS:	
FOTOGRAFÍAS SELECCIONADAS	
NÚMERO / NOMBRE	ESPECIFICACIONES RETOQUE FOTOGRÁFICO

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

Yo _____,
seleccioné las fotografías arriba indicadas de manera voluntaria, para que sean sometidas a un proceso de edición fotográfica.

Firma del Cliente

Ing. Jhoana Carrillo Rodas
DIRECTORA DEL PROYECTO

b. Retoque fotográfico

Realizada la selección fotográfica y la aprobación del cliente, las fotografías deben ser sometidas a un proceso de edición fotográfica, la misma que dependerán de las

especificaciones anteriormente descritas en el cuadro de selección fotográfica, en el caso de no existir una determinada especificación el retoque fotográfico queda a criterio del fotógrafo.

c. Entrega del material final

Una vez concluido el retoque fotográfico, dentro del tiempo estimado para la realización del proyecto, se puede entregar el material final al cliente.

El momento de la entrega es indispensable que el cliente emita un Acta de Entrega – Recepción, para testificar la conformidad del cliente al momento de recibir el material final e indicar que el proyecto se ha llevado a cabo correctamente en el tiempo estipulado en el contrato. A continuación se muestra un modelo de un Acta de Entrega - Recepción.

ACTA DE ENTREGA – RECEPCIÓN

En la ciudad de _____ a los _____ días del mes de _____ del año _____, se reúnen _____ (autoridad de la empresa) _____, _____ (Cargo dentro de la empresa) _____, con cédula de identidad No. _____ y la Ing. **JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS**, con cédula de identidad No. 060275052-3, para proceden a suscribir el Acta de Entrega – Recepción por concepto de _____.

La cual se detalla a continuación:

No.	DETALLE	CANTIDAD / UNIDADES

Para constancia y en fe de conformidad con lo expresado firman la presente acta por triplicado las personas que han intervenido en esta diligencia.

ENTREGUÉ CONFORME

RECIBÍ CONFORME

Ing. Jhoana Carrillo Rodas
DIRECTORA DEL PROYECTO

Autoridad de la empresa
CARGO

d. Registrar el material final en el IEPI

⁴⁸En nuestro país el IPEI es la entidad que promueve el respeto a la creación intelectual, a través de la educación, difusión y observancia de la normativa jurídica vigente, basada en el reconocimiento del Derecho de Autor y Derechos Conexos en todas sus manifestaciones, con una gestión de calidad en el registro de obras y otras creaciones intelectuales, y vigilando el correcto funcionamiento de las sociedades de gestión colectiva.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria.

Para el registro de una obra fotográfica o gráfica, en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), el interesado debe llenar un formulario, que se obtiene ingresando al portal de esta entidad, www.iepi.gob.ec.

⁴⁸ INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL. www.iepi.gob.ec.

5.3 Fase Metodológica

5.3.1 Tema: Método Profesional de Producción Fotográfica.

5.3.2 Presentación

No tomas una fotografía, la haces. (Ansel Adams)

Cuando se observa una imagen en la calle, la portada de una revista o una exposición fotográfica, comúnmente se desconoce el arduo trabajo que existe detrás de aquella fotografía expuesta ante su mirada.

Es común escuchar que cualquier persona puede realizar una fotografía, sin embargo el profesional que se encuentra inmerso en el mundo de la producción fotográfica, está consiente que una fotografía de calidad implica creatividad y planificación.

Esta Guía de Producción Fotográfica fue realizada con el fin de proporcionar, tanto al fotógrafo como al diseñador gráfico, una herramienta útil que guíe el trabajo del profesional el momento de llevar a cabo una producción fotográfica, detallando de forma organizada y sistematizada cada una de las etapas y elementos que la conforman, con la intención de respaldar y respetar el trabajo desarrollado por los profesionales que se desempeñan en el campo fotográfico.

5.3.3 Objetivos

5.2.3.1 Objetivo General

- Lograr que con la realización de un método de producción fotográfica, los profesionales dentro del campo de la fotografía realicen su trabajo en forma sistemática y organizada.

5.2.3.2 Objetivos Específicos

- Implementar herramientas que sirvan de respaldo para el profesional y faciliten el desarrollo de una producción fotográfica.
- Optimizar los recursos necesarios, para el registro adecuado en el proceso de producción fotográfica.
- Unificar los aspectos que se debe analizar para calcular los costos de producción entre los profesionales, a nivel provincial, en el campo de la fotografía.

5.3.4 Formato Pre-Producción

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



LUGAR Y FECHA:

CLIENTE:

REPRESENTANTE:

DIRECCIÓN:

R.U.C. / C.I: TELF:

DIRECTOR DEL PROYECTO:

TIPO DE PROYECTO:

Evento Social Fotografía en Estudio Fotografía en Exteriores

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

LOCACIÓN / HORA:

FECHA DE REALIZACIÓN: TIEMPO ESTIMADO:

FECHA DE ENTREGA: FORMA DE PAGO:

FOTOGRAFÍAS

Cantidad: Tamaño:

PRESUPUESTO

HONORARIOS DEL FOTÓGRAFO:

GASTOS DE PRODUCCIÓN:

Equipo fotográfico		Transporte	
Alquiler de Equipos		Hospedaje	
Alquiles de Estudio		Alimentación	
Utilería		Proceso de Impresión	
Vestuario y accesorios		Retoque Fotográfico	
Personal contratado		Archivo Digital	
Servicios especializados		Archivo Multimedia	
		SUB TOTAL	
		IVA TARIFA	%
		SUB TOTAL	

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.

E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970

RIOBAMBA - ECUADOR

5.3.5 Contrato de Servicios Fotográficos

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CONTRATO DE SERVICIOS PROFESIONALES FOTOGRAFICOS

En la ciudad de _____, a los ___ días del mes de ___ de 2013, intervienen en la celebración del presente contrato por una parte, el Sr. / Sra. _____, con cedula de identidad No. _____; y por otra, la señorita Jhoana Vanessa Carrillo Rodas, con cédula de identidad No. 060275052-3. Los comparecientes para efectos del presente contrato se denominarán "EL/LA EMPLEADOR/A" y "LA FOTOGRAFA", respectivamente.

Todos los comparecientes son hábiles y capaces para contratar y obligarse cual en derecho se requiere, por lo mismo celebran el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

CLAUSULA PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

"ELA FOTOGRAFO/A" se obliga a prestar sus servicios fotográficos lícitos y personales para con "EL/LA EMPLEADOR/A", mediante la realización de "_____".

CLÁUSULA SEGUNDA: PRODUCTOS ESPERADOS

Como resultado de este contrato, "LA FOTOGRAFA" entregará al/a la "EMPLEADOR/A" los siguientes productos/ servicios:

- *
- *

CLAUSULA TERCERA: VALOR TOTAL DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO

El valor total del servicio de fotografía objeto del presente contrato es de _____ USD (_____ con 00/100 dólares de los Estados Unidos de América), más IVA/incluido IVA.

Para cumplir con las obligaciones de pago derivadas del presente contrato, "EL/LA EMPLEADOR/A", pagará a "LA FOTOGRAFA" el valor contractual en la siguiente forma:

El cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de _____ USD (_____ con XX/100 dólares de los Estados Unidos de América) más IVA/incluido IVA, en calidad de anticipo a la entrada en vigor del mismo.

El otro cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de _____ USD (_____ con XX/100 dólares de los Estados Unidos de América) más IVA/incluido IVA, se pagará a la entrega definitiva de los productos descritos en la Clausula Segunda del presente contrato.

En caso de existir la cancelacion del evento y/o sesion fotografica objeto de este contrato, "LA FOTOGRAFA", no está en la obligación de devolver el cincuenta por ciento (50%) anticipo.

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CLAUSULA CUARTA: PLAZO DEL CONTRATO

“LA FOTOGRAFA” deberá concluir con el objeto del contrato dentro de _____ (__) días término, contados a partir de la fecha en que se realice el evento y/o sesion fotografica.

En caso de existir cambio de fecha del evento y/o sesion fotografica, queda a entera discrecion de “LA FOTOGRAFA”, la realización del mismo.

CLAUSULA QUINTA: PRÓRROGA DE PLAZO

Se podrá extender el plazo de vigencia del presente contrato por caso fortuito o fuerza mayor, en los términos establecidos en el artículo 30 del Código Civil.

CLÁUSULA SEXTA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Obligaciones de “EL/LA EMPLEADOR/A”:

- Se obliga a pagar el precio del contrato, de acuerdo a lo establecido en la Cláusula Tercera del mismo.
- Además informará a “LA FOTOGRAFA”, en caso de existir cambio de fecha del evento y/o sesion fotografica

Obligaciones de “LA FOTOGRAFA”:

- Se obliga a cumplir con el objeto del presente contrato respetando los términos establecidos en el mismo; y, utilizando todos los instrumentos que sean necesarios para poder entregar un trabajo de calidad.
- Además de las obligaciones establecidas en el presente contrato, “LA FOTOGRAFA” está obligada a cumplir con cualquier otra que se derive natural y legalmente del objeto del contrato y se sujetará a la normativa jurídica pertinente.

CLAUSULA SEPTIMA: PROPIEDAD INTELECTUAL

- Las fotografías que se realicen durante el desarrollo de proyecto fotográfico son propiedad exclusiva de “LA FOTOGRAFA”, “EL/LA EMPLEADOR/A” no podrá vender o hacer uso de dichas fotografías de una forma diferente a la establecida en el contrato.
- En el caso de que “EL/LA EMPLEADOR/A”, requiera utilizar las fotografías para una publicación diferente, una vez culminado el proyecto fotográfico, este deberá informar al “LA FOTOGRAFA” y llegar a un acuerdo con el mismo, sea este económico o la publicación

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



de los datos de autor.

- "LA FOTOGRAFA" al poseer el derecho de las fotografías puede hacer reproducciones de las mismas para utilizarlas en su portafolio profesional, material editorial, publicidad, sin restricción.

CLAUSULA OCTAVA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- Si "LA FOTOGRAFA" no pudiese realizar lo pactado en este contrato debido a enfermedad, muerte, caso fortuito o fuerza mayor, "LA FOTOGRAFA" se encargará de enviar el personal necesario para cubrir el evento, con la finalidad de cumplir con los términos estipulados en el presente contrato.
- Si se suscitaren divergencias o controversias en la interpretación o ejecución del presente contrato, cuando las partes no llegaren a un acuerdo amigable directo, podrán utilizar como método alternativo para la solución de controversias, la Mediación.
- En caso de surgir divergencias relacionadas con la ejecución y cumplimiento del presente contrato y de no haber acuerdo entre las partes, se someterán de modo expreso a la jurisdicción y competencia de los jueces y tribunales de la Provincia de _____ y a resolver cualquier divergencia, sobre la interpretación, aplicación o ejecución del presente contrato por la vía verbal sumaria.

CLÁUSULA NOVENA: LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

"LA FOTOGRAFA" ejecutará la sesión fotografica en las instalaciones ubicadas en (dirección _____), Cantón _____, Provincia de _____.

CLÁUSULA DECIMA: ESTIPULACIONES GENERALES

El presente contrato es intransferible y no se podrá ceder a terceras personas ni total ni parcialmente.

Será de responsabilidad de "LA FOTOGRAFA" todo pago que deba hacer a terceros subcontratados en la ejecución parcial del contrato o en la realización de servicios especializados o trabajos técnicos.

Todos los productos que se generen como resultado de la ejecución del presente contrato serán de propiedad exclusiva de "EL FOTOGRAFA", en los términos previstos en la Ley de Propiedad Intelectual.

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.

E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970

RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CLÁUSULA DECIMA PRIMERA: ACEPTACIÓN DE LAS PARTES

Libre y voluntariamente las partes declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato, a cuyas estipulaciones se someten y suscriben dos (2) ejemplares de igual tenor, carácter y efectos.

Dado, en la ciudad de _____, a ___ días del mes de ____ de 2013.

Nombre del Cliente
EL/LA EMPLEADOR/A

Ing. Jhoana Carrillo Rodas
LA FOTOGRAFA

5.3.6 Cronograma de Actividades y Guión fotográfico

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CRONOGRAMA DE TRABAJO					
ETAPA	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	ASISTENCIA
Pre-producción					
Producción					
Post-producción					

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



GUIÓN FOTOGRAFICO			
No.	SUJETO / OBJETO	EQUIPO	PLANO

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

5.3.8 Diseño de la Guía del Método Profesional de Producción Fotográfica.

5.3.8.1 Retículas

A rectangular grid layout for an odd-numbered page. It features a large central area for the main content, a header section at the top, and a footer section at the bottom. The grid is defined by several vertical and horizontal lines, creating a structured layout for text and images.

Figura V.14 Retícula páginas impares

A rectangular grid layout for an even-numbered page. It features a large central area for the main content, a header section at the top, and a footer section at the bottom. The grid is defined by several vertical and horizontal lines, creating a structured layout for text and images.

Figura V.15 Retícula páginas pares

5.3.9 Propuesta final: Método Profesional de Producción Fotográfica



Figura V.16 Portada Guía Método Profesional de Producción Fotográfica

MÉTODO PROFESIONAL DE
producción fotográfica
JHOANA CARRILLO RODAS

Figura V.17 Carátula Guía Método Profesional de Producción Fotográfica

Contenido

3	Presentación
4	Objetivos
5	Pre-Producción
5	Requerimiento del cliente
5	Recurso técnico
6	Recurso humano
6	Diseño del presupuesto
16	Contrato de servicios fotográficos
21	Planificación y Logística
24	Producción
24	Post-Producción
24	Selección y retoque fotográfico
27	Entrega del material final
27	Registro de obras en el IEPI

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.18 Contenido Guía Método Profesional de Producción Fotográfica

Presentación

“ No tomas una fotografía, la haces. ”
(Ansel Adams)

Cuando se observa una imagen en la calle, la portada de una revista o una exposición fotográfica, comúnmente se desconoce el arduo trabajo que existe detrás de aquella fotografía expuesta ante su mirada.

Es común escuchar que cualquier persona puede realizar una fotografía, sin embargo el profesional que se encuentra inmerso en el mundo de la producción fotográfica está consiente que una fotografía de calidad implica creatividad y planificación.

Esta Guía de Producción Fotográfica fue realizada con el fin de proporcionar, tanto al fotógrafo como al diseñador gráfico, una herramienta útil que guíe el trabajo del profesional el momento de llevar a cabo una producción fotográfica, detallando de forma organizada y sistematizada cada una de las etapas y elementos que la conforman, con la intención de respaldar y respetar el trabajo desarrollado por los profesionales que se desempeñan en el campo fotográfico.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.19 Presentación Guía Método Profesional de Producción Fotográfica

Objetivos

Objetivo General

Lograr que con la realización de un método de producción fotográfica, los profesionales dentro del campo de la fotografía realicen su trabajo en forma sistemática y organizada.

Objetivo Específicos

Implementar herramientas que sirvan de respaldo para el profesional y faciliten el desarrollo de una producción fotográfica.

Optimizar los recursos necesarios para el desarrollo de una producción fotográfica, para el registro adecuado de los mismos.

Unificar los aspectos que se deben analizar para calcular los costos de producción entre los profesionales, a nivel provincial, en el campo de la fotografía.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.20 **Objetivos Guía Método Profesional de Producción Fotográfica**

Pre-Producción

La Pre-Producción se considera la etapa más importante de la producción, donde se realiza la planificación, organización y documentación previa a la realización de la producción fotográfica.

En la Pre-Producción se deben analizar seis aspectos fundamentales:

1. El requerimiento del cliente
2. El recurso técnico
3. El recurso humano
4. Diseño del presupuesto
5. Contrato de servicios fotográficos
6. Planificación y Logística

Requerimiento del Cliente

Este aspecto es el más importante dentro de una producción fotográfica, el objetivo del desarrollo de un método profesional de producción fotográfica es documentar y crear un respaldo, tanto para el fotógrafo como para el cliente, en cada una de las fases que componen una producción fotográfica.

En este punto se especificará los datos del cliente y los datos del proyecto de la siguiente manera:

A. Datos del cliente

- Lugar y fecha
- Cliente
- Representante
- Número de cédula o ruc
- Dirección
- Número de teléfono

B. Datos del Proyecto

- Director del proyecto
- Tipo de proyecto
- Descripción del proyecto
- Locación
- Cantidad de Fotografías
- Tamaño de las fotografías
- Fecha de realización
- Tiempo previsto
- Fecha de entrega
- Forma de pago

Recurso Técnico

En este punto se consideran todos los elementos técnicos necesarios que se utilizarán dentro de la producción fotográfica. Ésta información es necesaria para la realización del presupuesto.

Figura V.21 Pre-Producción página 5

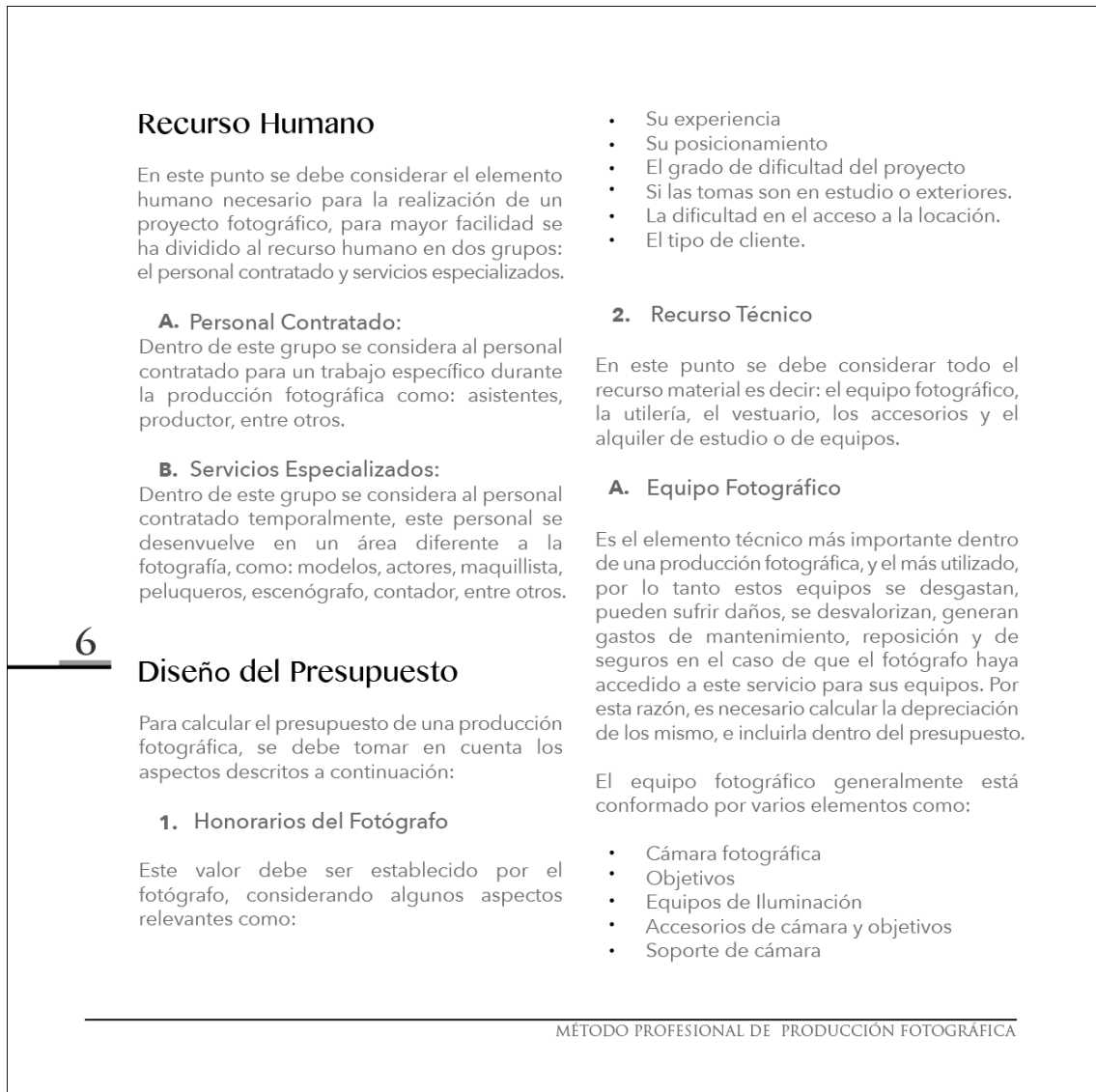


Figura V.22 Pre-Producción página 6

El equipo fotográfico se considera un Equipo Recreativo, por lo tanto su vida útil es de tres años; para calcular la depreciación del equipo fotográfico se debe tomar en cuenta todos los elementos que integran el mismo como: objetivos, iluminación, accesorios de cámara y objetivos, soportes, entre otros.

El valor total del equipo fotográfico se debe dividir para el tiempo de vida útil del equipo, en este caso se dividirá para tres y se obtendrá la depreciación por un año; si se desea calcular la depreciación mensual se debe dividir el

valor anual para el número de meses que posee un año; si se necesita calcular el valor de la depreciación diaria se debe dividir el valor de la depreciación mensual para el número de días que posee el mes y así sucesivamente; este valor depende de el tiempo de utilización de los equipos dentro de la producción.

A continuación se encuentra un ejemplo de cómo calcular el valor del equipo fotográfico y su respectiva depreciación.

VALOR TOTAL DEL EQUIPO FOTOGRAFICO	
Equipo Fotográfico	Costo
Cámara Fotográfica Nikon D7000 Profesional Réflex 16.2mp	\$ 1900
Objetivo gran angular 20mm f/2,8	\$ 485
Flash digital profesional Nikon	\$ 200
Tripode	\$ 75
VALOR TOTAL	\$ 2660

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

7

DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO FOTOGRAFICO				
EQUIPO FOTOGRAFICO	COSTO	DEPRECIACIÓN ANUAL (costo/3)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (costo anual/12)	DEPRECIACIÓN DIARIA (costo mensual/30)
Equipo Fotográfico	\$ 2660	2660 / 3= 886.67	886.67 / 12= 73.89	73.89 / 30= 2.46

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.23 Pre-Producción página 7

B. Utilería

La utilería es el conjunto de objetos o elementos que componen la escenografía. La utilería depende de lo que desea expresar el fotógrafo o productor mediante sus fotografías. Esta puede ser objetos comunes como una silla, una mesa, un cuadro, una lámpara, entre otros elementos que pueden conformar una escena.

C. Vestuario y accesorios

Se debe considerar este rubro en el caso que se deba adquirir o alquilar un vestuario especial o accesorios para llevar a cabo una sesión fotográfica. Dentro de este punto también se puede incluir objetos adicionales que se ofrecen en los diferentes paquetes fotográficos, especialmente relacionados con un evento social como: álbum de fotos, portarretratos, entre otros.

D. Alquiler de Equipos o de Estudio Fotográfico

Este valor se debe considerar en el caso de que el fotógrafo no disponga del equipo necesario o el estudio adecuado para realizar una sesión fotográfica.

3. Recurso Humano

Como se analizó anteriormente el recurso humano se lo puede dividir en dos grupos,

para una mayor facilidad en el cálculo del presupuesto, los mismos que son:

- Personal Contratado
- Servicios Especializados

4. Transporte

En el desarrollo de una producción fotográfica muchas veces existe la necesidad de transporte y más aun cuando la fotografía se realiza en exteriores, este puede ser del fotógrafo, del equipo fotográfico o del personal.

Dentro de este valor se puede incluir todos los gastos de movilización sea dentro como fuera de la ciudad es decir: alquiler de vehículos, pasajes de transporte terrestre y aéreos, taxis, entre otros.

En algunos casos el fotógrafo emplea su propio auto, en esta situación el fotógrafo puede cobrar este valor analizando cuatro aspectos principales, los mismos que son:

A. Consumo de Combustible

No existe una fórmula que nos ayude a calcular este valor, ya que no se puede saber con exactitud cuántos kilómetros puede recorrer un auto con un galón de gasolina, debido a que esto depende de algunos factores como el tipo de auto, el lugar donde se transita, la

Figura V.24 Pre-Producción página 8

V.

velocidad, entre otros. Por esta razón es recomendable llevar un registro sobre el consumo de combustible durante la realización del proyecto, el mismo que se puede respaldar mediante la solicitud de una factura en la estación de servicio donde se adquiriera el combustible.

B. Depreciación del Vehículo

Según las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), un vehículo tiene una depreciación anual del 20% (5 años), al igual que en el equipo fotográfico se debe realizar un cálculo

de la depreciación del vehículo, para integrarlo al valor del transporte.

Para calcular la depreciación del vehículo se debe dividir el precio del mismo para los años de depreciación, en este caso cinco años, y se obtendrá la depreciación anual; para calcular la depreciación mensual se debe dividir la depreciación anual para el número de mese que posee un año, y así sucesivamente; este cálculo depende del tiempo que se vaya a utilizar el vehículo durante la realización de la producción fotográfica.

DEPRECIACIÓN DE UN VEHÍCULO				
VEHÍCULO	COSTO	DEPRECIACIÓN ANUAL (costo/5)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (costo anual/12)	DEPRECIACIÓN DIARIA (costo mensual/30)
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 19999	$19999 / 5 = 3999.8$	$3999.8 / 12 = 333.32$	$333.32 / 30 = 11.11$

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

Figura V.25 Pre-Producción página 9

C. Mantenimiento

Es fundamental saber que con el tiempo los autos sufren daños, se desvalorizan, se desgastan, generando gastos de mantenimiento y reparación. Por esta razón es necesario analizar los factores principales que intervienen para que un auto se mantenga en buen estado y poder calcular el valor de mantenimiento anual del mismo, entre estos factores es necesario considerar:

2. Cambio de Neumáticos

Este es otro gasto que se debe considerar para calcular el valor del mantenimiento; por lo general los neumáticos en un vehículo tienen una duración de 2 años aproximadamente; conociendo el valor de los neumáticos y dividiéndolo para los años de duración se obtendría el valor anual que una persona gasta en neumáticos y a partir de este valor se puede conocer el valor mensual, el valor

GASTO PROMEDIO DE UNA PERSONA EN CAMBIO DE ACEITE				
VEHÍCULO	COSTO CAMBIO DE ACEITE	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 35	$4 * 35 = 140$	$140 / 12 = 11.67$	$11.67 / 30 = 0.39$

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

10

1. Cambio de Aceite

Como es de conocimiento general un vehículo debe cambiar de aceite cada 5000 km recorridos, el valor aproximado del número de kilómetros que recorre un auto en un año es de 20000 km, por lo tanto se puede decir que en el año una persona realiza cuatro cambios de aceite, conociendo el costo que tiene cada cambio de aceite se puede calcular cuanto gasta una persona en un año en aceite para su auto.

diario, y así sucesivamente.

3. Revisión Mecánica General

Por lo general una persona al año realiza una revisión general de su vehículo dos veces, conociendo el valor de cada revisión se puede calcular cuanto gasta una persona al año en chequeos mecánicos.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.26 Pre-Producción página 10

GASTO PROMEDIO DE UNA PERSONA EN CAMBIO DE NEUMÁTICOS				
VEHÍCULO	COSTO NEUMÁTICOS	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 420	$420 / 2 = 210$	$210 / 12 = 17.5$	$17.5 / 30 = 0.58$

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

GASTO PROMEDIO DE UNA PERSONA EN REVISIONES MECÁNICAS				
VEHÍCULO	COSTO REVISIÓN MECÁNICA	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 180	$2 * 180 = 360$	$360 / 12 = 30$	$30 / 30 = 1$

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

Una vez analizado estos tres aspectos principales, y conociendo el valor anual, mensual, diario, etc., que representan cada uno, se puede establecer el valor de mantenimiento que se debe incluir en el precio del transporte.

A continuación se detalla un ejemplo de cómo calcular el valor del mantenimiento, utilizando los tres factores mencionados anteriormente, calculados en un auto Volkswagen Gol HB Especial.

VALOR DEL MANTENIMIENTO			
MANTENIMIENTO	GASTO ANUAL	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Cambio de Aceite	\$ 140	\$ 11.67	\$ 0.39
Cambio de Neumáticos	\$ 210	\$ 17.50	\$ 0.58
Revisión Mecánica	\$ 360	\$ 30.00	\$ 1.00
VALOR TOTAL	\$ 710	\$ 59.17	\$ 1.97

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

Figura V.27 Pre-Producción página 11

D. Seguro del Vehículo

costo del transporte.

En el caso de que el dueño del vehículo que se vaya a utilizar durante la realización del proyecto fotográfico haya accedido a un seguro para su auto y paga un valor anual, es necesario incluir este valor en el cálculo del

A continuación se encuentra un ejemplo de como calcular el valor del seguro y el valor del transporte, en el caso de utilizar un auto propio para desarrollar una producción fotográfica.

GASTO PROMEDIO DE UNA PERSONA EN UN SEGURO PARA SU VEHÍCULO			
VEHÍCULO	COSTO ANUAL DEL SEGURO	GASTO MENSUAL	GASTO DIARIO
Volkswagen Gol HB Especial	\$ 561.40	561.40 / 12= 46.78	46.78 / 30 = 1,56

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

12

VALOR DEL TRANSPORTE EN EL CASO DE UTILIZAR UN VEHÍCULO PROPIO		
VEHÍCULO	Volkswagen Gol HB Especial	
ASPECTOS PRINCIPALES	TRANSPORTE MENSUAL	TRANSPORTE DIARIO
CONSUMO DE COMBUSTIBLE	\$ 40.00	\$ 1.33
DEPRECIACIÓN DEL VEHÍCULO	\$ 333.32	\$ 11.11
MANTENIMIENTO	\$ 59.17	\$ 1.97
SEGURO	\$ 46.78	\$ 1.56
VALOR TOTAL	\$ 479.27	\$ 15.97

Elaborado por: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.28 Pre-Producción página 12

<p>5. Hospedaje</p> <p>Este rubro se adicionará al presupuesto cuando el fotógrafo deba optar por este servicio, esto puede suceder cuando se lleve a cabo una producción de exteriores o fuera de la ciudad.</p>	<p>9. Archivo Digital</p> <p>En nuestro medio no existe un costo estándar por la entrega del archivo digital, de igual manera este depende del fotógrafo, por lo general tiene un valor por fotografía y no en conjunto.</p>
<p>6. Alimentación</p> <p>Este rubro se debe incluir al presupuesto cuando se realicen gastos de comida o refrigerios para las personas participantes en la producción fotográfica, esto puede suceder cuando la jornada de trabajo sea extensa o cuando la producción fotográfica se desarrolla fuera del lugar habitual de trabajo.</p>	<p>10. Archivo Multimedia</p> <p>Dentro de los paquetes que ofrecen los fotógrafos locales, sobre todo en eventos sociales como bodas, quince años, etc., se incluye un archivo multimedia, específicamente un video, el valor de este archivo dependerá del tiempo de duración del video y de la dificultad del mismo.</p>
<p>7. Proceso de Impresión</p> <p>Este valor se debe considerar cuando el cliente solicite las fotografías impresas, el costo del proceso de impresión está relacionado con la cantidad de fotos que se vaya a imprimir y el tamaño de la fotografía, que se especifica en los datos del proyecto.</p>	<p>11. Impuestos</p> <p>Toda persona natural que presta sus servicios profesionales en el Ecuador debe pagar impuestos de acuerdo al Régimen Tributario Interno vigente. En nuestro país el SRI es la entidad encargada de recaudar estos impuestos.</p>
<p>8. Retoque y Montaje Fotográfico</p> <p>Este rubro depende del fotógrafo y de su experiencia, el es quien pone un valor por fotografía o conjunto de fotografías.</p>	<p>En el caso de un fotógrafo o diseñador gráfico tienen la obligación de abrir un RUC, para realizar sus declaraciones de impuestos, el Impuesto a la Renta y el 12% de IVA, de acuerdo a los ingresos obtenidos y a las retenciones efectuadas en el caso de trabajar con agentes de retención.</p>

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.29 Pre-Producción página 13

A. Artesanos

Los artesanos certificados son exentos de facturar con el IVA, pero deben declarar el impuesto a la renta anualmente.

Al trabajar con agentes de retención, es obligación que el agente, en cada factura presentada, retenga el 2% del subtotal de la factura, debido a que en el servicio que presta el artesano predomina la mano de obra, el agente de retención tiene la obligación de entregar un comprobante de retención para la deducción de la declaración de Impuesto a la Renta anual.

B. Profesional en Fotografía o Diseño Gráfico


Si el Fotógrafo o Diseñador Gráfico no posee el título de artesano pero posee un título profesional, está en la obligación de facturar con el 12% del IVA.

En el caso de trabajar para un agente de retención, se le hará en cada factura presentada, una retención del 10% por servicios profesionales, los mismos que corresponden al Impuesto a la Renta, y a la vez el agente retendrá un porcentaje del IVA, el 30% por bienes y el 70% por Servicios. En todos estos casos se debe solicitar un comprobante de retención legalmente autorizado.

Para manejar los cuatro primeros puntos de la

Pre-Producción se ha desarrollado una herramienta útil, con el fin de proporcionar una documentación la cual servirá como respaldo posteriormente al profesional, y facilitará el cálculo del presupuesto de un proyecto fotográfico.

Figura V.30 Pre-Producción página 14

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico RUC: 0602750523001			
LUGAR Y FECHA: _____			
CLIENTE: _____			
REPRESENTANTE: _____			
DIRECCIÓN: _____			
R.U.C. / C.I: _____		TELF: _____	
DIRECTOR DEL PROYECTO: _____			
TIPO DE PROYECTO:			
Evento Social		Fotografía en Estudio	Fotografía en Exteriores
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: _____			
LOCACIÓN / HORA: _____			
FECHA DE REALIZACIÓN: _____		TIEMPO ESTIMADO: _____	
FECHA DE ENTREGA: _____		FORMA DE PAGO: _____	
FOTOGRAFÍAS			
Cantidad: _____		Tamaño: _____	
PRESUPUESTO			
HONORARIOS DEL FOTÓGRAFO: _____			
GASTOS DE PRODUCCIÓN:			
Equipo fotográfico		Transporte	
Alquiler de Equipos		Hospedaje	
Alquiler de Estudio		Alimentación	
Utillería		Proceso de Impresión	
Vestuario y accesorios		Retoque Fotográfico	
Personal contratado		Archivo Digital	
Servicios especializados		Archivo Multimedia	
		SUB TOTAL	
		IVA TARIFA %	
		RETENCIÓN I.R. %	
		SUB TOTAL	
DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente. E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com		TELF: 032 941639 - 0992602970 RIOBAMBA - ECUADOR	

Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFÍCA

Figura V.31 Formato de Pre-Producción

Contrato de Servicios Fotográficos

Según el Código del trabajo del Ecuador un contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Un contrato de servicios fotográficos según el Código del Trabajo se puede considerar como un contrato por obra cierta, es decir el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

Este tipo de contrato es considerado de obra cierta siempre y cuando el fotógrafo no forme parte de la empresa en donde se realizará la producción fotográfica.

Según el Art. 21.- del Código del Trabajo, referente a los requisitos del contrato escrito; indica que en el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

- La clase o clases de trabajo objeto del contrato.
- La manera como ha de ejecutarse: si

por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.

- La cuantía y forma de pago de la remuneración.
- Tiempo de duración del contrato.
- Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo.
- La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.


A continuación se puede encontrar un ejemplo de Contrato de Servicios Fotográficos.

16

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.32 Pre-Producción página 16

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



CONTRATO DE SERVICIOS PROFESIONALES FOTOGRAFICOS

En la ciudad de _____, a los ____ días del mes de ____ de 2013, intervienen en la celebración del presente contrato por una parte, el Sr. / Sra. _____, con cedula de identidad No. _____; y por otra, la señorita Jhoana Vanessa Carrillo Rodas, con cédula de identidad No. 060275052-3. Los comparecientes para efectos del presente contrato se denominarán "EL/LA EMPLEADOR/A" y "LA FOTOGRAFA", respectivamente.

Todos los comparecientes son hábiles y capaces para contratar y obligarse cual en derecho se requiere, por lo mismo celebran el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

CLAUSULA PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

"ELA FOTOGRAFO/A" se obliga a prestar sus servicios fotográficos lícitos y personales para con "EL/LA EMPLEADOR/A", mediante la realización de "_____".

CLÁUSULA SEGUNDA: PRODUCTOS ESPERADOS

Como resultado de este contrato, "LA FOTOGRAFA" entregará al/a la "EMPLEADOR/A" los siguientes productos/ servicios:

-
-

CLAUSULA TERCERA: VALOR TOTAL DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO

El valor total del servicio de fotografía objeto del presente contrato es de _____ USD (_____ con 00/100 dólares de los Estados Unidos de América), más IVA/incluido IVA.

Para cumplir con las obligaciones de pago derivadas del presente contrato, "EL/LA EMPLEADOR/A", pagará a "LA FOTOGRAFA" el valor contractual en la siguiente forma:

El cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de _____ USD (_____ con XX/100 dólares de los Estados Unidos de América) más IVA/incluido IVA, en calidad de anticipo a la entrada en vigor del mismo.

El otro cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de _____ USD (_____ con XX/100 dólares de los Estados Unidos de América) más IVA/incluido IVA, se pagará a la entrega definitiva de los productos descritos en la Clausula Segunda del presente contrato.

En caso de existir la cancelación del evento y/o sesion fotografica objeto de este contrato, "LA FOTOGRAFA", no está en la obligación de devolver el cincuenta por ciento (50%) anticipo.

DIRECCION: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavnessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR


Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.33 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.1

18

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



CLAUSULA CUARTA: PLAZO DEL CONTRATO

"LA FOTOGRAFA" deberá concluir con el objeto del contrato dentro de ____ () días término, contados a partir de la fecha en que se realice el evento y/o sesion fotografica.

En caso de existir cambio de fecha del evento y/o sesion fotografica, queda a entera discrecion de "LA FOTOGRAFA", la realización del mismo.

CLAUSULA QUINTA: PRÓRROGA DE PLAZO

Se podrá extender el plazo de vigencia del presente contrato por caso fortuito o fuerza mayor, en los términos establecidos en el artículo 30 del Código Civil.

CLÁUSULA SEXTA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Obligaciones de "EL/LA EMPLEADOR/A":

- Se obliga a pagar el precio del contrato, de acuerdo a lo establecido en la Cláusula Tercera del mismo.
- Además informará a "LA FOTOGRAFA", en caso de existir cambio de fecha del evento y/o sesion fotografica

Obligaciones de "LA FOTOGRAFA":

- Se obliga a cumplir con el objeto del presente contrato respetando los términos establecidos en el mismo; y, utilizando todos los instrumentos que sean necesarios para poder entregar un trabajo de calidad.
- Además de las obligaciones establecidas en el presente contrato, "LA FOTOGRAFA" está obligada a cumplir con cualquier otra que se derive natural y legalmente del objeto del contrato y se sujetará a la normativa jurídica pertinente.

CLAUSULA SEPTIMA: PROPIEDAD INTELECTUAL

- Las fotografias que se realicen durante el desarrollo de proyecto fotografico son propiedad exclusiva de "LA FOTOGRAFA"; "EL/LA EMPLEADOR/A" no podrá vender o hacer uso de dichas fotografias de una forma diferente a la establecida en el contrato.
- En el caso de que "EL/LA EMPLEADOR/A", requiera utilizar las fotografias para una publicación diferente, una vez culminado el proyecto fotografico, este deberá informar al "LA FOTOGRAFA" y llegar a un acuerdo con el mismo, sea este económico o la publicación

DIRECCION: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com


TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.34 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.2

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



de los datos de autor.

- "LA FOTOGRAFA" al poseer el derecho de las fotografías puede hacer reproducciones de las mismas para utilizarlas en su portafolio profesional, material editorial, publicidad, sin restricción.

CLÁUSULA OCTAVA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- Si "LA FOTOGRAFA" no pudiere realizar lo pactado en este contrato debido a enfermedad, muerte, caso fortuito o fuerza mayor, "LA FOTOGRAFA" se encargará de enviar el personal necesario para cubrir el evento, con la finalidad de cumplir con los términos estipulados en el presente contrato.
- Si se suscitaren divergencias o controversias en la interpretación o ejecución del presente contrato, cuando las partes no llegaren a un acuerdo amigable directo, podrán utilizar como método alternativo para la solución de controversias, la Mediación.
- En caso de surgir divergencias relacionadas con la ejecución y cumplimiento del presente contrato y de no haber acuerdo entre las partes, se someterán de modo expreso a la jurisdicción y competencia de los jueces y tribunales de la Provincia de _____, y a resolver cualquier divergencia, sobre la interpretación, aplicación o ejecución del presente contrato por la vía verbal sumaria.

CLÁUSULA NOVENA: LUQAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

"LA FOTOGRAFA" ejecutará la sesión fotográfica en las instalaciones ubicadas en (dirección _____), Cantón _____, Provincia de _____.

CLÁUSULA DECIMA: ESTIPULACIONES GENERALES

El presente contrato es intransferible y no se podrá ceder a terceras personas ni total ni parcialmente.

Será de responsabilidad de "LA FOTOGRAFA" todo pago que deba hacer a terceros subcontratados en la ejecución parcial del contrato o en la realización de servicios especializados o trabajos técnicos.

Todos los productos que se generen como resultado de la ejecución del presente contrato serán de propiedad exclusiva de "EL FOTOGRAFA", en los términos previstos en la Ley de Propiedad Intelectual.

DIRECCION: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com

TELE: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR


Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.35 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.3

20

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



Jhoana
DISEÑO GRÁFICA

CLÁUSULA DECIMA PRIMERA: ACEPTACIÓN DE LAS PARTES

Libre y voluntariamente las partes declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato, a cuyas estipulaciones se someten y suscriben dos (2) ejemplares de igual tenor, carácter y efectos.

Dado, en la ciudad de _____ a ____ días del mes de ____ de 2013.

Nombre del Cliente EL/LA EMPLEADOR/A	Ing. Jhoana Carrillo Rodas LA FOTOGRAFA
-----------------------------------------	--------------------------------------------

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente. E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com	TELF: 032 941639 - 0992402970 RIOBAMBA - ECUADOR
--------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------

Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Figura V.36 Pre-Producción contrato de servicios fotográficos pág.4

Planificación y Logística

Detrás de una fotografía existe un arduo trabajo de planificación y logística. La planificación es de vital importancia el momento de llevar a cabo una producción fotográfica, ya que mediante esta se puede confeccionar un plan general de trabajo con el fin de ejecutar el objetivo deseado, evitando cambios de orden costosos.

Dentro de la etapa de planificación y logística se puede sugerir dos herramientas que pueden resultar muy útiles al momento de realizar una producción fotográfica, estas son:

A. Cronograma de trabajo:

En fotografía es un calendario de producción, ayuda a planificar con antelación nuestras expectativas de trabajo y a organizar mejor nuestro tiempo y recursos de trabajo.

B. Guión fotográfico:

El guión fotográfico es una herramienta adaptable a cualquier tipo de proyecto fotográfico, nos ayuda a planificar con anticipación las tomas que se realizarán durante la producción fotográfica, es decir identificar el sujeto u objeto a fotografiar, el equipo fotográfico que se utilizará, el plano en el que se realizará la toma, lo que se quiere expresar con la fotografía, entre otros aspectos que el fotógrafo considere .

A continuación se puede encontrar un modelo de ambas herramientas.

Figura V.37 Pre-Producción página 21

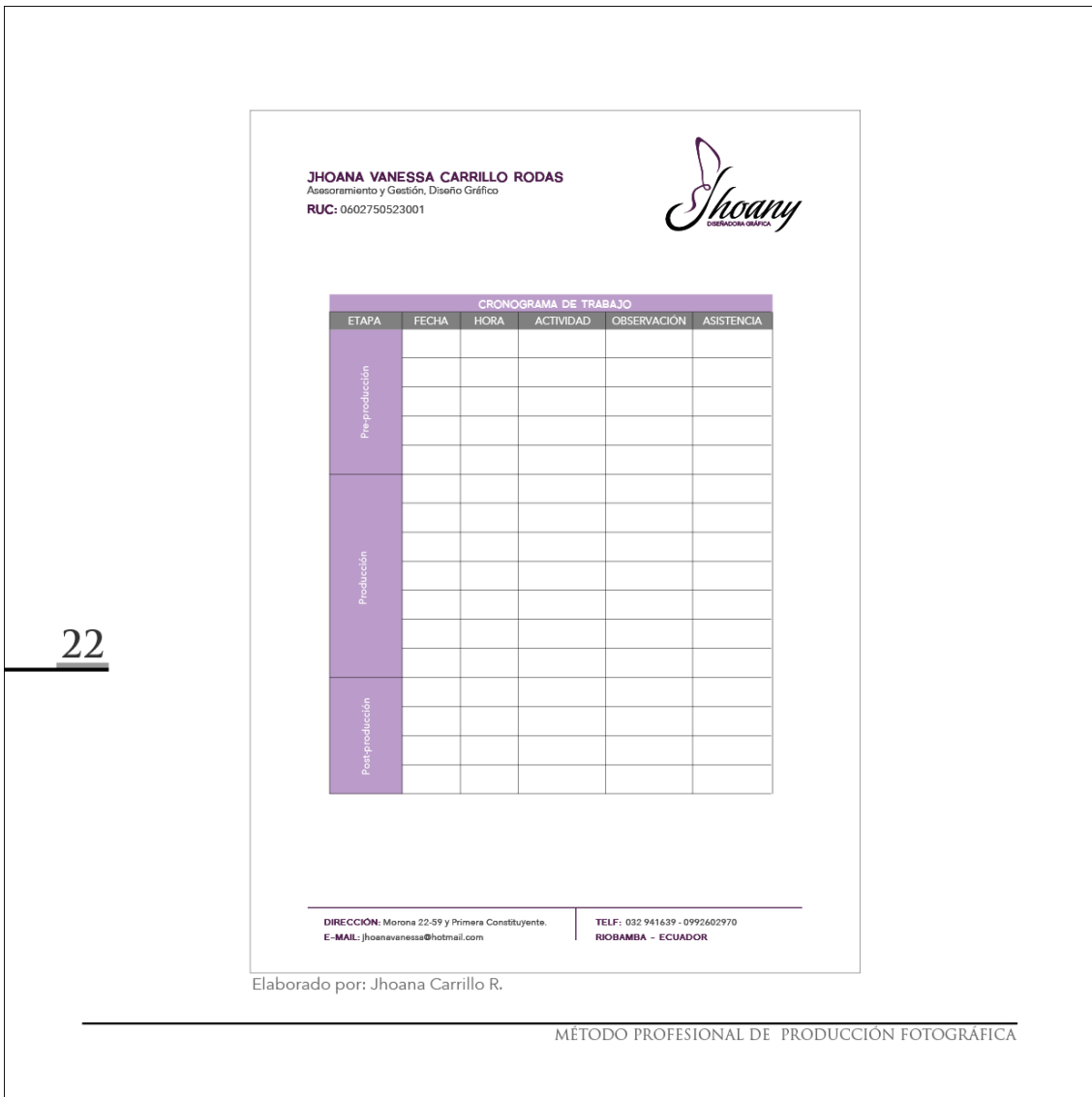


Figura V.38 Pre-Producción cronograma de trabajo

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



GUIÓN FOTOGRÁFICO			
No.	SUJETO / OBJETO	EQUIPO	PLANO

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

Figura V.39 Pre-Producción guión fotográfico

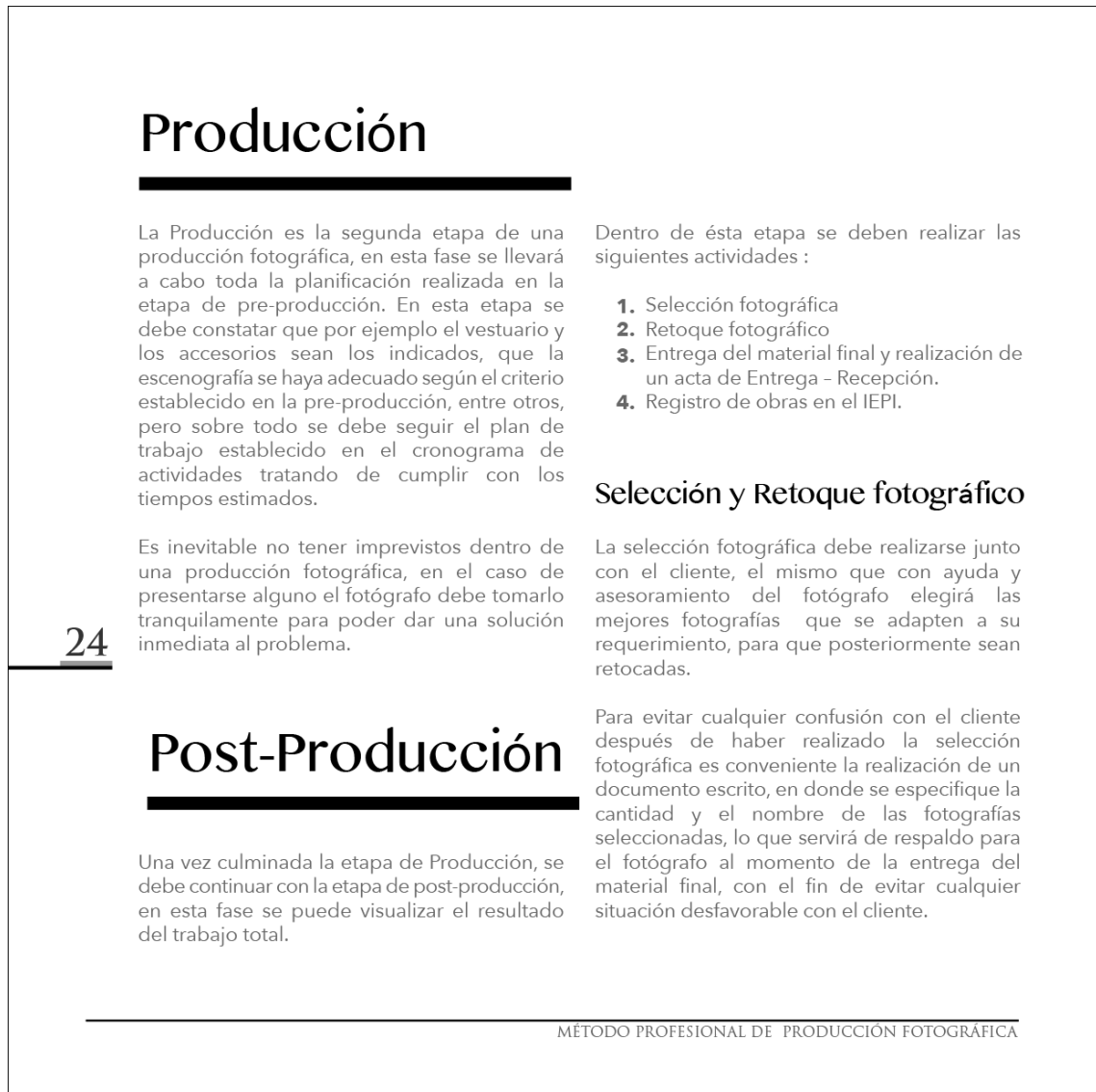


Figura V.40 Producción y Post-Producción

En este documento debe constar la firma de aceptación de las fotografías por parte del cliente.

Realizada la selección fotográfica y la aprobación del cliente, las fotografías deben ser sometidas a un proceso de edición fotográfica, la misma que dependerán de las especificaciones anteriormente descritas en el cuadro de selección fotográfica, en el caso de no existir una determinada especificación el retoque fotográfico queda a criterio del fotógrafo.

A continuación podrá encontrar un modelo de formato, el mismo que sirve para respaldar la selección fotográfica realizada con el cliente e indicar las especificaciones que se deben tomar en cuenta el momento de realizar el retoque fotográfico.

Figura V.41 Post-Producción página 25

26

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS
Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico
RUC: 0602750523001



LUGAR Y FECHA: _____
CLIENTE: _____
REPRESENTANTE: _____
DIRECCIÓN: _____
R.U.C. / C.I: _____ TELF: _____
DIRECTOR DEL PROYECTO: _____

NÚMERO / NOMBRE	ESPECIFICACIONES RETOQUE FOTOGRÁFICO

Yo _____, seleccioné las fotografías arriba indicadas de manera voluntaria, para que sean sometidas a un proceso de edición fotográfica.

Firma del Cliente

Ing. Jhoana Carrillo Rodas
DIRECTORA DEL PROYECTO

DIRECCIÓN: Morona 23-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanesa@hotmail.com

TELF: 032 941439 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

Elaborado por: Jhoana Carrillo R.

MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

Figura V.42 Post-Producción formato de selección fotográfica

Entrega del material final

Una vez concluido el retoque fotográfico dentro del tiempo estimado para la realización del proyecto, se puede entregar el material final al cliente.

El momento de la entrega es indispensable que el cliente emita un Acta de Entrega - Recepción para testificar la conformidad del cliente al momento de recibir el material final e indicar que el proyecto se ha llevado a cabo correctamente en el tiempo estipulado en el contrato.

publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria.

Para el registro de una obra fotográfica o gráfica, en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), el interesado debe llenar un formulario, que se obtiene ingresando al portal de esta entidad, www.iepi.gob.ec.

Registrar de obras en el IEPI

En nuestro país el IPEI es la entidad que promueve el respeto a la creación intelectual, a través de la educación, difusión y observancia de la normativa jurídica vigente, basada en el reconocimiento del Derecho de Autor y Derechos Conexos en todas sus manifestaciones, con una gestión de calidad en el registro de obras y otras creaciones intelectuales, y vigilando el correcto funcionamiento de las sociedades de gestión colectiva.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, arquitectónicas,



Figura V.45 Contraportada Guía Método Profesional de Producción Fotográfica

5.4 Validación de la Hipótesis

La hipótesis planteada expresa que: “Mediante la elaboración de un *Método Profesional de Producción Fotográfica*, se elaborará una guía útil para los profesionales dentro de área del Diseño Gráfico y la Fotografía, donde se detallará los pasos necesarios e indispensables para la realización de una producción fotográfica de atractivos naturales, los mismos que darán como resultado fotografías de calidad, capaces de ser aplicados en cualquier producto gráfico”.

En la evaluación realizada a los fotógrafos profesionales, miembros del Gremio de fotógrafos profesionales de Chimborazo, la misma que se encuentra adjunta en anexos 3, se obtuvo los siguientes resultados favorables:

TABLA V.XXXI ACEPTACIÓN DEL MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.XXXI		
Aceptación del método profesional de producción fotográfica		
PREGUNTA	SI	NO
¿En el trabajo que usted realiza, se podría aplicar el Método de Producción Fotográfica desarrollado?	100%	0%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.16 ACEPTACIÓN DEL MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que la totalidad de los profesionales encuestados están dispuestos a emplear el Método Profesional de Producción fotográfica desarrollado.

TABLA V.XXXII CAMBIOS EN EL MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

TABLA V.XXXII		
Cambios en el método profesional de producción fotográfica		
PREGUNTA	SI	NO
¿Usted Realizaría algún cambio en el Método Profesional de Producción Fotográfica creado?	0%	100%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas

GRÁFICO V.17 CAMBIOS EN EL MÉTODO PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que la totalidad de los profesionales encuestados no realizarían ningún cambio al Método Profesional de Producción fotográfica planteado.

TABLA V.XXXIII APROBACIÓN DE LA TABLA DE PRESUPUESTO

TABLA V.XXXIII		
Aprobación de la tabla de presupuesto.		
PREGUNTA	SI	NO
Considera adecuados los aspectos indicados en el Método Profesional de Producción Fotográfica, para calcular el presupuesto de un proyecto fotográfico?	100%	0%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.18 APROBACIÓN DE LA TABLA DE PRESUPUESTO



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que la totalidad de los profesionales encuestados consideran adecuados los aspectos indicados en el Método Profesional de Producción Fotográfica desarrollado, para calcular el presupuesto de un proyecto fotográfico.

TABLA V.XXXIV INCREMENTO EN LAS TARIFAS ACTUALES

TABLA V.XXXIV		
Incremento en las tarifas actuales		
PREGUNTA	SI	NO
¿Le parece que a través del manejo de la tabla de presupuestos planteada en el Método Profesional de Producción fotográficas desarrollado, los costos se verían incrementados con respecto a sus tarifas actuales?	97%	3%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.19 INCREMENTO EN LAS TARIFAS ACTUALES



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que el 97% de profesionales dentro del campo de la fotografía, a través del empleo de la tabla de presupuestos planteada en el Método Profesional de Producción Fotográfica, incrementan sus tarifas actuales, esto se debe a que estos profesionales no consideraban algunos puntos planteados en la misma para calcular el costo de producción, y tratan de proponer tarifas que se ajusten más al mercado que a sus propias necesidades.

A penas el 3% de los fotógrafos profesionales poseen tarifas adecuadas, las mismas que engloban todos los gastos que genera una producción fotográfica y sus honorarios, educando al cliente y haciendo valorar y respetar su trabajo.

TABLA V.XXXV HOMOLOGACIÓN DE TARIFAS A NIVEL PROVINCIAL

TABLA V.XXXV		
HOMOLOGACIÓN DE TARIFAS A NIVEL PROVINCIAL		
PREGUNTA	SI	NO
¿Cree usted que a través de este Método Profesional de Producción fotográfica desarrollado, se podría homologar los precios a nivel provincial y disminuir la competencia desleal entre profesionales de la misma rama?	93%	7%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.20 HOMOLOGACIÓN DE TARIFAS A NIVEL PROVINCIAL



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede apreciar en la tabla de frecuencias y en el gráfico, que el 93% de profesionales dentro del campo de la fotografía consideran que mediante la utilización del Método Profesional de Producción fotográfica, se podría homologar las tarifas a nivel provincial y así disminuir la competencia desleal que existe en el medio, mientras que el 7% considera que esto no se podría realizar, debido a que no todos los profesionales que se desenvuelven en este campo de la fotografía pertenecen al Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo.

TABLA V.XXXVI RESPALDO DEL TRABAJO Y RESPETO A LOS DERECHOS DEL FOTÓGRAFO

TABLA V.XXXVI		
RESPALDO DEL TRABAJO Y RESPETO A LOS DERECHOS DEL FOTÓGRAFO		
PREGUNTA	SI	NO
¿Cree usted que a través de este Método Profesional de Producción fotográfica propuesto, se puede establecer una forma directa de administración, validada por el empleo de formatos y evidencias que respalden el trabajo que desarrolla cada uno de los profesionales en el campo fotográfico, haciendo respetar sus derechos?	100%	0%

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

GRÁFICO V.21 RESPALDO DEL TRABAJO Y RESPETO A LOS DERECHOS DEL FOTÓGRAFO



Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

a. Interpretación

Se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico que la totalidad de los profesionales consideran al Método Profesional de Producción fotográfica una herramienta útil para respaldar su trabajo profesional y hacer valorar y respetar sus derechos .

Una vez analizados los resultados de la validación del Método Profesional de Producción fotográfica, se puede decir que el desarrollo del mismo fue exitoso, debido a que el método tuvo un promedio de aceptación del 98% por los fotógrafos profesionales integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo, los cuales consideran a la propuesta planteada una guía útil que los beneficia tanto personal como profesionalmente.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Aplicación del Método Profesional de Producción Fotográfica

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



LUGAR Y FECHA: Riobamba, 10 de Junio del 2013.

CLIENTE: CEBYCAM-CES

REPRESENTANTE: P. Jaime Álvarez Benjumea

DIRECCIÓN: Avda. Atahualpa 09-21 y vía a Baños

R.U.C. / C.I: 0690073471001

TELF: 03- 2907 178

DIRECTOR DEL PROYECTO: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

TIPO DE PROYECTO:

Evento Social Fotografía en Estudio Fotografía en Exteriores

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

Producción fotográfica de atractivos naturales ubicados en las diferentes parroquias del cantón Penipe y elaboración de un catálogo turístico virtual del cantón Penipe.

LOCACIÓN / HORA:

Volcán Tungurahua	Minas de Piedras Plancha	Aguas Termales
Palitahua	Laguna el Hotel	Playas del río Chambo
Nevado el Altar	Laguna Amarilla y el Altar	Cascada del río Calshi
Cascada del Quinuaquiuro	Cascada del Arco Iris	Polylepis
Manzanas de Bayushig	Encañonado río Chambo	Cascada del Curiquingue
Manantial del Amor	Cueva de los Tayos	Ojo del Fantasma
Cascada Río Chorreras	Cueva de los murciélagos	

FECHA DE REALIZACIÓN: 2010/06 /17

TIEMPO ESTIMADO: 3 meses

FECHA DE ENTREGA: 2010/09/17

FORMA DE PAGO: Transferencia bancaria

FOTOGRAFÍAS

Cantidad: 20 Fotografías

Tamaño: -

PRESUPUESTO

HONORARIOS DEL FOTÓGRAFO: \$ 720

GASTOS DE PRODUCCIÓN: \$ 1714.08

Equipo fotográfico	\$ 12.98	Transporte	\$ 155.10
Alquiler de Equipos	-	Hospedaje	-
Alquileres de Estudio	-	Alimentación	\$ 90
Utilería	-	Proceso de Impresión	-
Vestuario y accesorios	-	Retoque Fotográfico	\$ 20
Personal contratado	\$ 220	Archivo Digital	-
Servicios especializados	\$ 200	Archivo Multimedia	\$ 1016
		SUB TOTAL	\$ 2434.08
		IVA TARIFA %	\$ 292.09
		SUB TOTAL	\$ 2726.17

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

1. Estudio de Locación

Atractivos turísticos naturales pertenecientes al cantón Penipe seleccionados, para la elaboración del catálogo turístico virtual del cantón Penipe.

- 1.** Volcán Tungurahua, visto desde el mirador de Cochapamba
- 2.** Capil
- 3.** El Altar
- 4.** Cascada del Quinuaquiro
- 5.** Manzanas de Bayushig
- 6.** Manantial del Amor
- 7.** Minas de Piedras Plancha
- 8.** Laguna el Hotel
- 9.** Nevado el Altar y la Laguna Amarilla
- 10.** Cascada del Arco Iris
- 11.** Encañonado del río Chambo
- 12.** Cueva de los Tayos
- 13.** Aguas Termales
- 14.** Playas del río Chambo
- 15.** Cascada del río Calshi
- 16.** Bosque de Polylepis
- 17.** Cascada del Curiquingue
- 18.** Ojo del Fantasma
- 19.** Cascada del río Chorreras
- 20.** Cueva de los murciélagos

Salidas tentativas para la realización de la producción fotográfica y el tiempo estimado por salida.

TABLA IV.XXXVII SALIDAS TENTATIVAS Y TIEMPO ESTIMADO POR SALIDA

TABLA V.XXXVII		
Salidas tentativas y tiempo estimado por salida		
No.	Atractivos	Tiempo Estimado
1.	Playas del río Chambo y Arboles de Manzana de Bayushig	3 horas
2.	Nevado el Altar y la Laguna Amarilla	12 horas
3.	Cascada del río Chorreras	8 horas
4.	Nevado el Altar y Laguna El Hotel	10 horas
5.	Cascada del río Calshi	3 horas
6.	Minas de Piedras Plancha y Bosque de Polylepis	8 horas
7.	Volcán Tungurahua visto desde el mirador de Cochapamba y Cascada del Quinuaquiro	3 horas
8.	Cascada del Curiquingue	6 horas
9.	Capil, Aguas Termales y Ojo del Fantasma	6 horas
10.	Cueva de los Tayos	5 horas
11.	Cascada del Arco Iris, Cueva de los murciélagos, Manantial del Amor y Encañonado del río Chambo	8 horas
Total Tiempo Estimado		72 horas

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

2. Honorarios del Fotógrafo

Tiempo estimado para la producción fotográfica: 72 horas

Valor por hora: \$10

Total Honorarios del Fotógrafo: \$720

3. Gastos de Producción

a. Equipo Fotográfico

Cámara Sony Alpha200 10.3 MP: \$630

Cámara Fujifilm FinePix 10 MP: \$400

Trípodes: \$240

Valor Equipo Fotográfico: 1270

Depreciación Diaria: \$1.18 (11 salidas)

Total Equipo fotográfico: \$12.98

b. Personal Contratado

1 asistentes: \$20 por salida por asistente (11 salidas)

Total Personal Contratado: \$220

c. Servicios Especializados

Guía parroquia La Candelaria: \$20 por salida (3 salidas)

Guía parroquia Matus: \$20 por salida (2 salidas)

Guía Parroquia El Altar: \$20 por salida (2 salidas)

Guía parroquia Puela: \$20 por salida (2 salidas)

Guía parroquia Bilbao: \$20 por salida (1 salidas)

Total Servicios Especializados: \$200

d. Transporte

Valor del transporte en auto propio: \$0.67 (1 meses)

Total: \$20.10

Alquiler de caballos: \$15 por persona (3 salidas)

Total: \$135

Total transporte: \$155.10

e. Alimentación

Valor alimentación: \$3 (1 meses)

Total Alimentación: \$90

f. Retoque Fotográfico

Valor retoque fotográfico: \$1 por fotografía (20 fotografías)

Total Retoque Fotográfico: \$20

g. Archivo Multimedia

Elaboración de la marca: \$150

Valor por hora de trabajo: \$8

Total Archivo multimedia: \$1016

TABLA VI.XXXVIII DISEÑAR Y ELABORAR UN CATALOGO TURÍSTICO VIRTUAL DEL CANTÓN PENIPE.

TABLA V.XXXVIII		
Diseñar y elaborar un Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe		
No.	Actividad	Tiempo Estimado
1.	Definir el formato	1 hora
2.	Definir la retícula	2 horas
3.	Definir la información y el contenido del catálogo	40 horas
4.	Establecer la Tipografía	2 horas
5.	Diseñar las artes para el catálogo virtual	64 horas
6.	Elaborar el catálogo virtual	16 horas
7.	Validación	2 horas
	Total Tiempo Estimado	127 horas
	Valor Total	\$1016

Elaboración: Jhoana Carrillo Rodas.

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CONTRATO DE SERVICIOS PROFESIONALES FOTOGRAFICOS

En la ciudad de Riobamba, a los 17 días del mes de Junio de 2013, intervienen en la celebración del presente contrato, en nombre y representación del **CEBYCAM-CES**, el P. Jesús Jaime Álvarez Benjumea, con cedula de identidad No. **060590853-2**; y por otra, la señorita Jhoana Vanessa Carrillo Rodas, con cédula de identidad No. **060275052-3**. Los comparecientes para efectos del presente contrato se denominarán **"EL EMPLEADOR"** y **"LA FOTÓGRAFA"**, respectivamente.

Todos los comparecientes son hábiles y capaces para contratar y obligarse cual en derecho se requiere, por lo mismo celebran el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

CLAUSULA PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

"LA FOTÓGRAFA" se obliga a prestar sus servicios fotográficos lícitos y personales para con **"EL EMPLEADOR"**, mediante la realización de **"Un catálogo turístico virtual del cantón Penipe"**.

CLÁUSULA SEGUNDA: PRODUCTOS ESPERADOS

Como resultado de este contrato, **"LA FOTÓGRAFA"** entregará al **"EMPLEADOR"** los siguientes servicios:

- Sesiones fotográficas de los atractivos naturales seleccionados del cantón Penipe.
- Edición fotográfica de las fotografías seleccionadas en conjunto con **EL EMPLEADOR**.
- Diseño de una marca para el Catalogo Turístico Virtual del cantón Penipe.
- Diseño y elaboración del Catalogo Turístico Virtual del cantón Penipe.

CLAUSULA TERCERA: VALOR TOTAL DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO

El valor total del proyecto fotográfico objeto del presente contrato es de **2002.65 USD (DOS MIL DOS con 65/100 dólares de los Estados Unidos de América)**, incluido IVA.

Para cumplir con las obligaciones de pago derivadas del presente contrato, **"EL EMPLEADOR"**, pagará a **"LA FOTÓGRAFA"** el valor contractual en la siguiente forma:

El cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de **1001,33 USD (MIL UNO con 33/100 dólares de los Estados Unidos de América)** incluido IVA, en calidad de anticipo a la entrada en vigor del mismo.

El otro cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato, esto es la suma de **1001,33 USD (MIL UNO con 33/100 dólares de los Estados Unidos de América)** incluido IVA, se pagará a la entrega definitiva de los productos descritos en la Clausula Segunda del presente contrato.

En caso de existir la cancelacion del proyecto fotográfico objeto de este contrato, **"LA FOTÓGRAFA"**,

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



no está en la obligación de devolver el cincuenta por ciento (50%) anticipo.

CLAUSULA CUARTA: PLAZO DEL CONTRATO

“LA FOTÓGRAFA” deberá concluir con el objeto del contrato dentro de **NOVENTA Y TRES (93)** días término, contados a partir de la fecha en que se de inicio al proyecto fotográfico.

En caso de existir cambio de inicio al proyecto fotográfico, queda a entera discrecion de “LA FOTÓGRAFA”, la realización del mismo.

CLAUSULA QUINTA: PRÓRROGA DE PLAZO

Se podrá extender el plazo de vigencia del presente contrato por caso fortuito o fuerza mayor, en los términos establecidos en el artículo 30 del Código Civil.

CLÁUSULA SEXTA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Obligaciones de “EL EMPLEADOR”:

- Se obliga a pagar el precio del contrato, de acuerdo a lo establecido en la Cláusula Tercera del mismo.
- Además informará a “LA FOTÓGRAFA”, en caso de existir cambio de inicio al proyecto fotográfico.

Obligaciones de “LA FOTÓGRAFA”:

- Se obliga a cumplir con el objeto del presente contrato respetando los términos establecidos en el mismo; y utilizando todos los instrumentos que sean necesarios para poder entregar un trabajo de calidad.
- Además de las obligaciones establecidas en el presente contrato, “LA FOTÓGRAFA” está obligada a cumplir con cualquier otra que se derive natural y legalmente del objeto del contrato y se sujetará a la normativa jurídica pertinente.

CLAUSULA SEPTIMA: PROPIEDAD INTELECTUAL

- Las fotografías que se realicen durante el desarrollo de proyecto fotográfico son propiedad exclusiva de “LA FOTÓGRAFA”, “EL EMPLEADOR” no podrá vender o hacer uso de dichas fotografías de una forma diferente a la establecida en el contrato.
- En el caso de que “EL EMPLEADOR”, requiera utilizar las fotografías para una publicación diferente, una vez culminado el proyecto fotográfico, este deberá informar al “LA FOTÓGRAFA”

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



y llegar a un acuerdo con el mismo, sea este económico o la publicación de los datos de autor.

- “LA FOTÓGRAFA” al poseer el derecho de las fotografías puede hacer reproducciones de las mismas para utilizarlas en su portafolio profesional, material editorial, publicidad, sin restricción.

CLAUSULA OCTAVA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- Si “LA FOTÓGRAFA” no pudiese realizar lo pactado en este contrato debido a enfermedad, muerte, caso fortuito o fuerza mayor, “LA FOTÓGRAFA” se encargará de enviar el personal necesario para cubrir el proyecto fotográfico, con la finalidad de cumplir con los términos estipulados en el presente contrato.
- Si se suscitaren divergencias o controversias en la interpretación o ejecución del presente contrato, cuando las partes no llegaren a un acuerdo amigable directo, podrán utilizar como método alternativo para la solución de controversias, la Mediación.
- En caso de surgir divergencias relacionadas con la ejecución y cumplimiento del presente contrato y de no haber acuerdo entre las partes, se someterán de modo expreso a la jurisdicción y competencia de los jueces y tribunales de la Provincia de Chimborazo y a resolver cualquier divergencia, sobre la interpretación, aplicación o ejecución del presente contrato por la vía verbal sumaria.

CLÁUSULA NOVENA: LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

“LA FOTÓGRAFA” ejecutará la sesión fotográfica en el Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo, en los siguientes atractivos turísticos seleccionados:

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1. Volcán Tungurahua | 11. Cascada del Arco Iris |
| 2. Capil | 12. Encañonado río Chambo |
| 3. Nevado el Altar | 13. Cueva de los Tayos |
| 4. Cascada del Quinuaquiuro | 14. Cueva de los murciélagos |
| 5. Manzanas de Bayushig | 15. Aguas Termales |
| 6. Manantial del Amor | 16. Playas del río Chambo |
| 7. Cascada río Chorreras | 17. Cascada del río Calshi |
| 8. Minas de Piedras Plancha | 18. Bosque de Polylepis |
| 9. Laguna el Hotel | 19. Cascada del Curiquingue |
| 10. Laguna Amarilla y el Altar | 20. Ojo del Fantasma |

CLÁUSULA DECIMA: ESTIPULACIONES GENERALES

El presente contrato es intransferible y no se podrá ceder a terceras personas ni total ni parcialmente.

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



Será de responsabilidad de "LA FOTÓGRAFA" todo pago que deba hacer a terceros subcontratados en la ejecución parcial del contrato o en la realización de servicios especializados o trabajos técnicos.

Todos los productos que se generen como resultado de la ejecución del presente contrato serán de propiedad exclusiva de "LA FOTÓGRAFA", en los términos previstos en la Ley de Propiedad Intelectual.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA: ACEPTACIÓN DE LAS PARTES

Libre y voluntariamente las partes declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato, a cuyas estipulaciones se someten y suscriben dos (2) ejemplares de igual tenor, carácter y efectos.

Dado, en la ciudad de Riobamba, a 17 días del mes de Junio de 2013.

P. Jaime Álvarez Benjumea
EL EMPLEADOR

Ing. Jhoana Carrillo Rodas
LA FOTOGRAFA

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CRONOGRAMA DE TRABAJO					
ETAPA	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	CONTROL
Pre-producción	17/06/2013	9:00	Firma del contrato de Servicios Fotográficos	Ninguna	
	18/06/2013	9:00	Reunión con los directivos del CEBYCAM-CES	Ninguna	
	19/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial San Antonio de Bayushig	Ninguna	
	20/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial Matus	Ninguna	
	21/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial El Altar	Ninguna	
	24/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial Puela	Ninguna	
	25/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial Bilbao	Ninguna	
	26/06/2013	9:00	Reunión con el GAD. Parroquial La Candelaria	Ninguna	
	27/06/2013	9:00	Investigación sobre los atractivos turísticos seleccionados	Ninguna	
	28/06/2013	9:00	Investigación sobre los atractivos turísticos seleccionados	Ninguna	
	01/07/2013	9:00	Planificación de salidas con el CEBYCAM-CES	Ninguna	
Producción	02/07/2013	8:00	S.F. Playas del río Chambo y Arboles de Manzana de Bayushig	Ninguna	
	03/07/2013	8:00	S.F. Cascada del río Calshi	Ninguna	
	04/07/2013	8:00	S.F. Capil, Aguas Termales y Ojo del Fantasma	Ninguna	
	05/07/2013	8:00	S.F. Volcán Tungurahua y Cascada del Quinuaquiro	Ninguna	
	08/07/2013	8:00	S.F. Cueva de los Tayos	Ninguna	
	10/07/2013	8:00	S.F. Minas de Piedras Plancha y Bosque de Polylepis	Ninguna	
	12/07/2013	8:00	S.F. Cascada del Curiquingue	Ninguna	
	15/07/2013	7:00	S.F. Nevado el Altar y Laguna El Hotel	Ninguna	
	17/07/2013	7:00	S.F. Cascada del río Chorreras	Ninguna	

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



CRONOGRAMA DE TRABAJO					
ETAPA	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	CONTROL
Producción	19/07/2013	7:00	S.F. Nevado el Altar y la Laguna Amarilla	Ninguna	
	22/07/2013	8:00	Cascada del Arco Iris, Cueva de los murciélagos, Manantial del Amor y Encañonado del río Chambo	Ninguna	
Post-producción	29/07/2013	9:00	Selección Fotográfica con los representantes del CEBYCAM-CES	Ninguna	
	31/07/2013	9:00	Retoque de las fotografías seleccionadas.	Ninguna	
	01/08/2013	9:00	Creación de una marca para el catálogo virtual	Ninguna	
	08/08/2013	9:00	Presentación del borrador de la marca	Ninguna	
	15/08/2013	9:00	Revisión de la marca final	Ninguna	
	16/08/2013	9:00	Elaboración del catálogo turístico virtual del cantón Penipe	Ninguna	
	06/09/2013	9:00	Presentación del borrador del catálogo turístico virtual del cantón Penipe	Ninguna	
	16/08/2013	9:00	Entrega del catálogo turístico virtual del cantón Penipe final	Ninguna	

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



GUIÓN FOTGRÁFICO			
No.	SUJETO / OBJETO	EQUIPO	PLANO
1	Volcán Tungurahua, visto desde el mirador de Cochapamba	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
2	Capil	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
3	El Altar	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
4	Cascada del Quinuaquiro	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
5	Manzanas de Bayushig	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Primer plano
6	Manantial del Amor	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
7	Minas de Piedras Plancha	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
8	Laguna el Hotel	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
9	Nevado el Altar y la Laguna Amarilla	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
10	Cascada del Arco Iris	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
11	Encañonado del río Chambo	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
12	Cueva de los Tayos	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
13	Aguas Termales	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



GUIÓN FOTOGRAFICO			
No.	SUJETO / OBJETO	EQUIPO	PLANO
14	Playas del río Chambo	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
15	Cascada del río Calshi	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
16	Bosque de Polylepis	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
17	Cascada del Curiquingue	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
18	Ojo del Fantasma	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Primer plano
19	Cascada del río Chorreras	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general
20	Cueva de los murciélagos	Cámara Sony Alpha200 10.3 MP Cámara Fujifilm FinePix 10 MP 2 Trípodes	Plano general

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



LUGAR Y FECHA: Riobamba, 10 de Junio del 2013.

CLIENTE: CEBYCAM-GES









REPRESENTANTE: P. Jaime Álvarez Benjumea

DIRECCIÓN: Avda. Atahualpa 09-21 y vía a Baños

R.U.C. / C.I: 0690073471001

TELF: 03- 2907 178

DIRECTOR DEL PROYECTO: Jhoana Vanessa Carrillo Rodas

NÚMERO / NOMBRE	ESPECIFICACIONES RETOQUE FOTOGRÁFICO
Volcán Tungurahua, visto desde el mirador de Cochapamba DSC03203.ARW	 Ninguna
Cascada de Capil DSC01136.ARW	 Ninguna
El Altar DSC03790.ARW	 Ninguna
Cascada del Quinuaquiro IMG_7285.ARW	 Ninguna
Manzanas de Bayushig DSC01503.ARW	 Ninguna
Manantial del Amor P1040840.ARW	 Ninguna
Minas de Piedras Plancha DSC05129.ARW	 Ninguna
Laguna el Hotel laguna hotel.JPG	 Ninguna

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.

E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970











RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



NÚMERO / NOMBRE	ESPECIFICACIONES RETOQUE FOTOGRÁFICO	
Nevado el Altar y la Laguna Amarilla laguna amarilla 2.png		Ninguna
Cascada del Arco Iris Arco iris.PNG		Ninguna
Encañonado del río Chambo DSC02691.ARW		Ninguna
Cueva de los Tayos DSC02834.PNG		Ninguna
Aguas Termales DSC02002.ARW		Ninguna
Playas del río Chambo DSC03017.ARW		Ninguna
Cascada del río Calshi IMG_7355.ARW		Ninguna
Bosque de Polylepis DSC04935.ARW		Ninguna
Cascada del Curiquingue DSC03095.ARW		Ninguna
Ojo del Fantasma IMG_6514.ARW		Ninguna

DIRECCIÓN: Morona 22-59 y Primera Constituyente.
E-MAIL: jhoanavanessa@hotmail.com

TELF: 032 941639 - 0992602970
RIOBAMBA - ECUADOR

JHOANA VANESSA CARRILLO RODAS

Asesoramiento y Gestión, Diseño Gráfico

RUC: 0602750523001



NÚMERO / NOMBRE	ESPECIFICACIONES RETOQUE FOTOGRÁFICO	
Cascada del río Chorreras DSC30952.ARW		Ninguna
Cueva de los murciélagos DSC02622.ARW		Ninguna

Yo **P. Jesús Jaime Álvarez Benjumea**, seleccioné las fotografías arriba indicadas de manera voluntaria, para que sean sometidas a un proceso de edición fotográfica.



P. Jesús Jaime Álvarez Benjumea
DIRECTOR EJECUTIVO CEBYCAM-CES



Ing. Jhoana Carrillo Rodas
DIRECTORA DEL PROYECTO

6.2 Diseño de una identidad para ser utilizada en el Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe.

6.2.1 Introducción

El cantón Penipe pertenece a la Provincia de Chimborazo. Se encuentra ubicado al noreste de la provincia, a 22 kilómetros de distancia de la ciudad de Riobamba.

En el ámbito turístico, Penipe es poseedor de un gran potencial aún por descubrir y potenciar. En la actualidad dentro del cantón las autoridades y sus habitantes han visto en el turismo un nuevo factor para su desarrollo socioeconómico, debido a la riqueza natural y cultural que posee, como: una inigualable belleza paisajística, ríos y lagunas, montañas, colinas y valles, laderas y llanos cultivables y una exquisita Gastronomía, que lo convierten en un interesante destino por descubrir.

6.2.2 Objetivos del programa

- Representar al cantón Penipe, mediante el empleo de símbolos icónicos, cromáticos y lingüísticos.
- Crear una identidad visual que cumpla con las principales características de la marca, es decir que sea simple, estética, pregnante y capaz de mostrar las características más relevantes del Cantón.
- Realizar una imagen visual adecuada, fácil de aplicar en los diferentes formatos existentes.

6.2.3 Vocabulario

- *Identidad Corporativa:* Manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.
- *Símbolos Icónicos:* Funcionan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas.
- *Símbolos lingüísticos:* Combinación de un concepto (significado) y de una imagen acústica (significante), que componen en conjunto.
- *Símbolos Cromáticos:* Referente al color y a su significado.
- *Pregnancia:* Cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple.
- *Estético:* Ciencia de las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.
- *Logotipo:* Constituye la transcripción escrita del fonotipo (nombre de la empresa o marca), por medio de una gráfica particularmente caracterizada y exclusiva.

6.2.4 Signos de identidad

Para la realización de esta identidad visual se ha considerado como ícono principal al volcán Tungurahua, por ser el ícono más representativo del cantón Penipe; también es importante destacar la fuerza, energía y poder que denota este majestuoso coloso, características que representan a los habitantes del sector, ya que a pesar de las cíclicas

erupciones del volcán Tungurahua siempre han tenido el valor para levantarse y seguir adelante como verdadera gente luchadora sin darse por vencidos.

Penipe es un Cantón que posee una inigualable belleza natural, destacándose sus exuberante flora y fauna, lagunas, nevados, montañas, cascadas, ríos, entre otros; por esta razón se ha combinado estos elementos tanto icónicamente como cromáticamente, con el fin de obtener como resultado una marca sencilla y capaz de ser retenida en la memoria de quienes la observan.

Par la marca se ha utilizado una combinación de varios colores, para representar diferentes atributos de la parroquia como:

- *Celeste*: Se ha utilizado este color para representar la presencia de ríos y cascadas, las mismas que abundan en el cantón.
- *Café*: Representa su tierra productiva y su agricultura.
- *Verde*: Mediante el verde se quiere destacar la riqueza de su flora y de su fauna.
- *Naranja*: Este color representa la energía, la fuerza del volcán Tungurahua.
- *Amarillo*: El color amarillo representa la alegría, característica que distingue a sus habitantes.

6.2.5 Logotipo

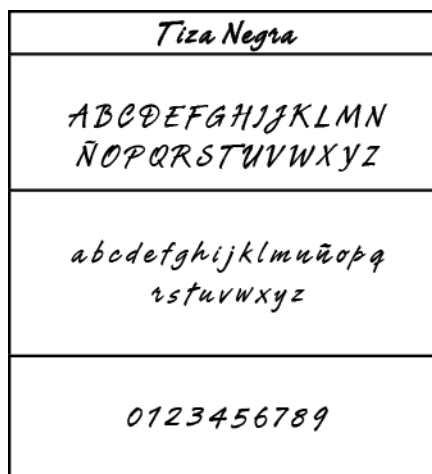


Figura VI.46 Familia tipográfica Tiza Negra

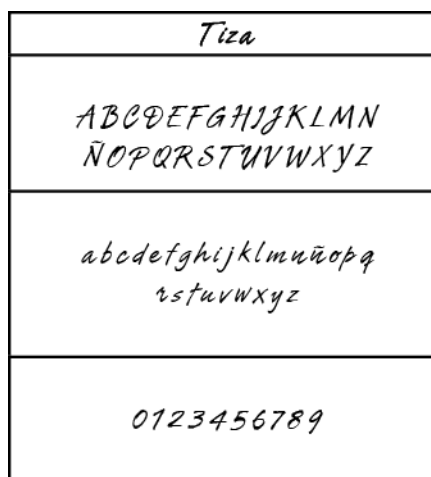


Figura VI.47 Familia tipográfica Tiza

6.2.6 Símbolo

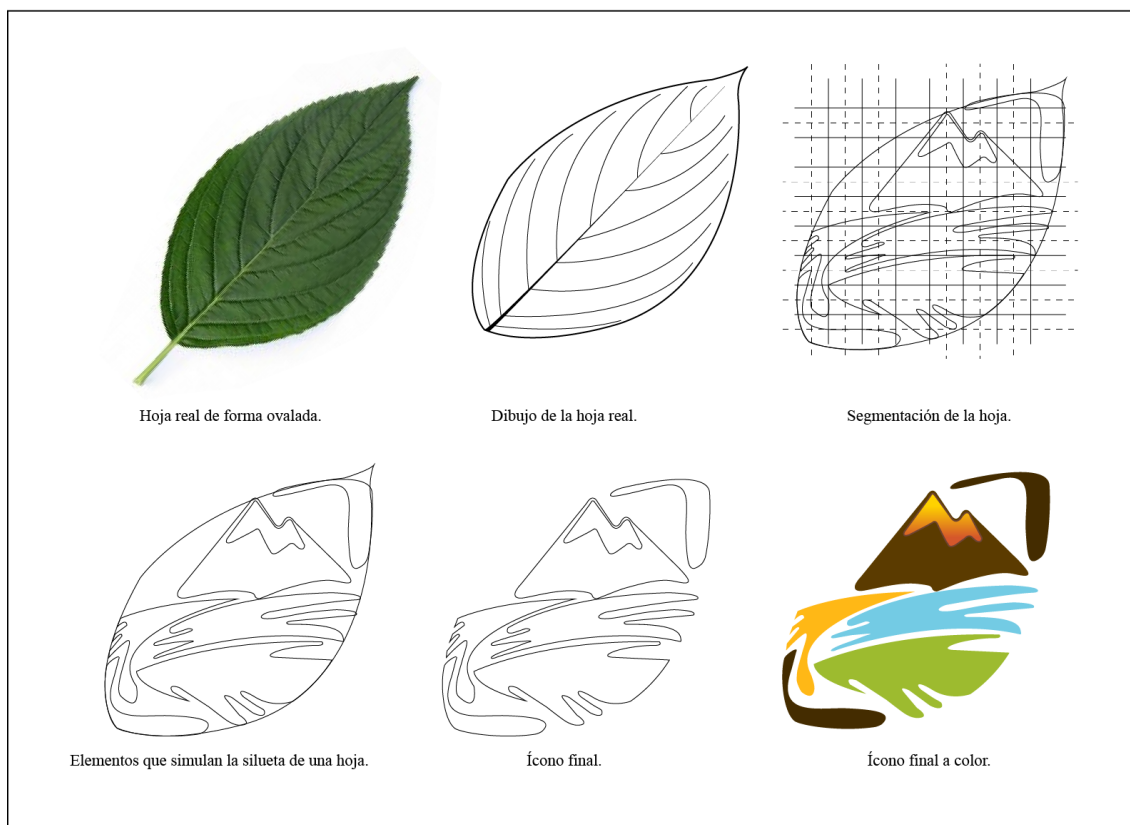










Figura VI.48 Proceso de graficación de la identidad.

6.2.7 Identificador



Figura VI.49 Identidad final

6.2.8 Gama Cromática

	PANTONE: 442C00 CUATRICROMÍA C: 52 M: 65 Y: 91 K: 63 TRICROMÍA R: 68 G: 44 B: 0		PANTONE: D6582A CUATRICROMÍA C: 11 M: 79 Y: 97 K: 2 TRICROMÍA R: 214 G: 88 B: 42		PANTONE: FF8816 CUATRICROMÍA C: 0 M: 31 Y: 98 K: 0 TRICROMÍA R: 255 G: 184 B: 22
	PANTONE: FFD200 CUATRICROMÍA C: 1 M: 16 Y: 100 K: 0 TRICROMÍA R: 255 G: 210 B: 0		PANTONE: 583800 CUATRICROMÍA C: 46 M: 65 Y: 100 K: 50 TRICROMÍA R: 91 G: 59 B: 0		PANTONE: 73CBE4 CUATRICROMÍA C: 50 M: 1 Y: 8 K: 0 TRICROMÍA R: 115 G: 203 B: 128
	PANTONE: 9DBB2F CUATRICROMÍA C: 44 M: 9 Y: 100 K: 0 TRICROMÍA R: 157 G: 187 B: 47		PANTONE: 797979 CUATRICROMÍA C: 54 M: 45 Y: 45 K: 10 TRICROMÍA R: 121 G: 121 B: 121		

6.2.9 Uso de Colores

a. Blanco y negro



Figura VI.50 Identidad en blanco y negro

b. Escala de grises



Figura VI.51 Identidad en escala de grises

c. Fondos que se pueden usar



d. Fondos que no se pueden usar



6.2.10 Estructura visual de la marca

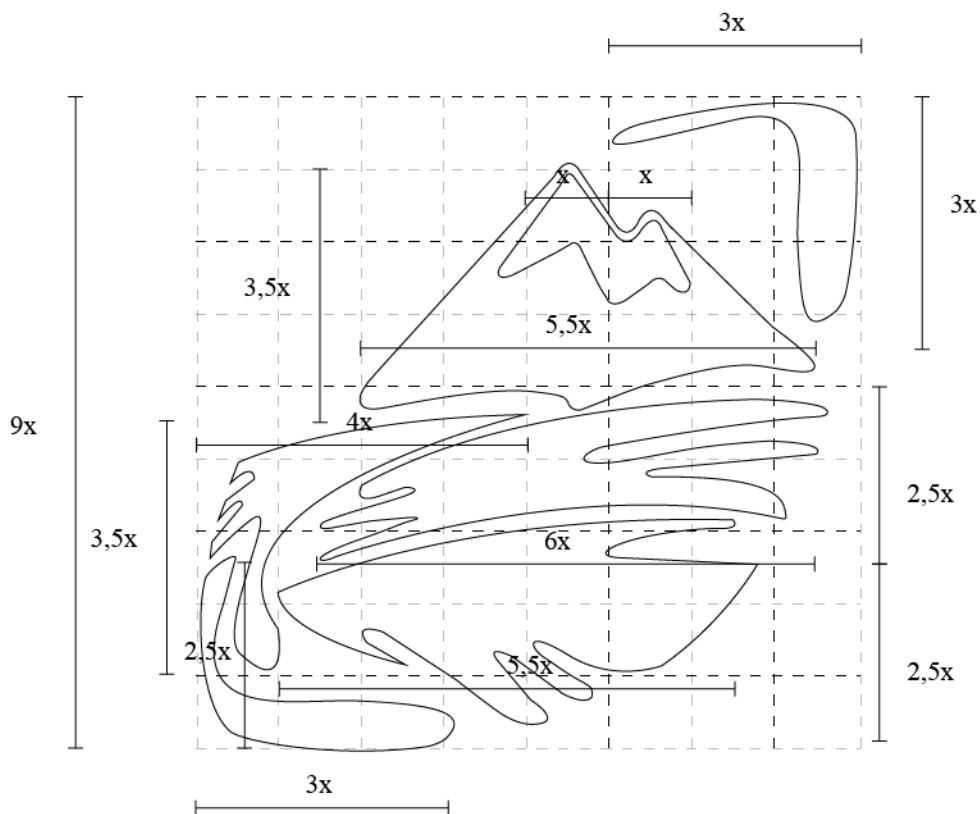


Figura VI.52 Estructura visual de la identidad

6.2.11 Tamaño mínimo del logo



Figura VI.53 Tamaño normal de la Identidad



Figura VI.54 Tamaño mínimo de la Identidad

6.3 Creación del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe

6.3.1 Resumen de creatividad del proyecto

1. Concepto del proyecto

Elaborar un Catálogo turístico Virtual del cantón Penipe, donde tanto el turista nacional como internacional, pueda conocer la riqueza natural que posee este cantón.

2. Objetivos del proyecto

- Mostrar al cantón Penipe como un destino turístico potencial.
- Poner al alcance de los turistas nacionales y extranjeros, mediante el internet, un producto gráfico que muestre la riqueza natural del cantón Penipe.
- Aportar con el desarrollo socioeconómico del cantón Penipe, viendo al turismo como un nuevo factor de crecimiento.

3. Proposición de Valor/Beneficios de Uso

- Otorgar a la institución CEBYCAM-CES un producto gráfico, que muestre de una forma diferente a sus aliados extranjeros, la riqueza natural que posee el lugar donde se encuentra su institución, incentivado a una futura visita al cantón.
- Otorgar al viajero un nuevo destino turístico dentro del Ecuador.

4. Consideraciones del Interfaz del Usuario

- Facilidad de uso
- Accesible

5. Audiencia

Jóvenes que sigan carreras relacionadas con turismo, que les guste la aventura o que practiquen deportes extremos, personas que posean empresas turísticas, y personas extranjeras, que tengan una relación con el CEBYCAM-CES y que estén interesadas en visitar el Ecuador.

6. Suposiciones e Investigaciones

Para el desarrollo de este proyecto es necesario, investigar en cada una de las parroquias que conforman el cantón Penipe, los atractivos naturales que las autoridades del mismo consideran potenciales, a través de encuestas y entrevistas a los técnicos respectivos de cada parroquia.

Investigar al público objetivo, con el fin de realizar un producto gráfico que se ajuste a sus necesidades, en donde puedan desenvolverse con facilidad.

7. Panoramas de la Competencia

En la actualidad existe escasa información, en el ámbito turístico, sobre el cantón Penipe. Pocas son las parroquias que poseen material gráfico para promocionar sus atractivos turísticos, a pesar de poseer una inigualable riqueza natural, cultural y gastronómica.

En el Ecuador se puede apreciar, después de una investigación, que existe poca promoción turística en este tipo de producto gráfico, la mayor parte de la promoción turística se la realiza en material impreso y no de forma digital. Por esta razón se puede considerar como una competencia a las páginas web de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las diferentes municipalidades y parroquias del país, en donde se publican fotografías de los atractivos naturales y culturales de cada una de las provincias, ciudades y parroquias. Por lo general las páginas que utilizan estas entidades no son muy atractivas visualmente, y la interactividad con el usuario es mínima.

6.3.2 Técnicas de investigación de la toma de requisitos del usuario

1. Objetivos

Conocer la forma como el usuario obtiene información sobre lugares turísticos y su relación con el uso de la tecnología.

2. Metodología

Para analizar al público objetivo, se realizó una encuesta, la misma que consta de tres preguntas, relacionadas con la forma de obtener información sobre los diferentes lugares turísticos y la capacidad de utilizar la tecnología.

3. Documentación

A continuación se detallan la encuesta realizada a un focus group, comprendido por estudiantes de turismo, personas que poseen empresas turísticas y personas extranjeras que tengan una relación con el CEBYCAM-CES.

4. Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer la forma como el usuario obtiene información sobre lugares turísticos y su relación con el uso de la tecnología.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Mediante qué medio usted prefiere obtener información sobre algún lugar turístico en el Ecuador?

Material Impreso

Internet

2. ¿Ha obtenido algún tipo de información turística sobre el cantón Penipe?. En caso de haber obtenido especifique el medio de la información.

Material Impreso

Internet

3. ¿Cómo considera su capacidad para el manejo de nuevas tecnologías como el internet?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

5. Resultados y conclusiones

a. Jóvenes

Los jóvenes encuestados prefieren buscar información turística en internet, ya que hoy en día es una herramienta a la que se puede acceder con facilidad y muestra un sin número de alternativas relacionadas con el tema de búsqueda, de esta manera se puede evitar el trasladarse a un lugar específico por información turística, y hacerlo desde la su casa o universidad. En cuanto a información relacionada con el cantón Penipe, una cantidad mínima de estudiantes no ha recibido información sobre este lugar; los estudiantes que han recibido algún tipo de información ha sido de forma impresa en su mayoría. La mayoría de estudiantes considera que su capacidad en el manejo de internet es muy buena, ya que al ser gente joven el uso de internet se ha convertido en una rutina diaria.

b. Dueños de empresas turísticas

Estas personas, de igual manera, prefieren obtener información turística en internet para buscar lugares potenciales para el turismo. En lo que se refiere al cantón Penipe poseen muy poca información, desconociendo en su mayoría los atractivos turísticos de este cantón, la poca información que poseen la han obtenido en medios impresos. Con respecto a la capacidad para manejar el internet, en promedio se considera buena, ya que en su mayoría son gente joven, que a diario están en contacto con esta herramienta.

c. Personas extranjeras que tienen relación con el CEBYCAM-CES

Las personas extranjeras, por encontrarse fuera del Ecuador, consideran al internet como su único medio para obtener información del país. La poca información que han obtenido sobre el cantón Penipe, la han conseguido por el CEBYCAM-CES, quienes anualmente envían revistas de la institución y manejan una página web. Las personas encuestadas son gente adulta, por lo tanto poseen dificultad al momento de manejar el internet, pero en promedio su capacidad es regular. Por lo tanto el manejo de esta aplicación no debe ser complicado, con la finalidad que los usuarios puedan utilizarlo sin problemas.

6. Perfil de Usuario

a. Público Objetivo Primario

1. Segmentación Demográfica

- Género: Hombres – Mujeres
- Edad: 20 a 25 años
- Clase Social: Media

2. Segmentación Psicográfica

- Actividad: Estudiar – Trabajar
- Interés: Turismo – Deporte – Entretenimiento – Aventura
- Opinión: Viajes – Diversión – Actualidad

b. Público Objetivo Secundario

1. Segmentación Demográfica

- Género: Hombres – Mujeres
- Edad: 26 a 40 años
- Clase Social: Media

2. Segmentación Psicográfica

- Actividad: Trabajar
- Interés: Turismo – Deporte
- Opinión: Viajes

c. Público Objetivo Terciario

1. Segmentación Demográfica

- Género: Hombres – Mujeres
- Edad: 41 a 60 años
- Clase Social: Media

2. Segmentación Psicográfica

- Actividad: Trabajar
- Interés: Turismo – Actividad Social
- Opinión: Viajes

6.3.3 Diseño Conceptual

3. Tipo de Navegabilidad

- Navegabilidad Lineal

4. Retícula

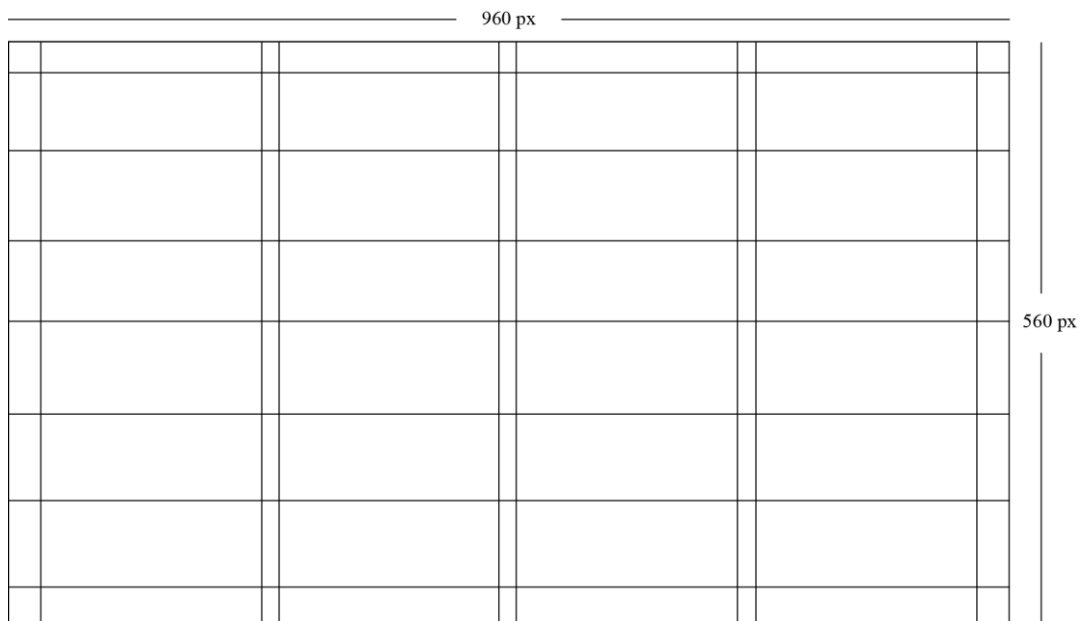


Figura VI.55 Retícula Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe

3. Distribución de los elementos gráficos en la retícula

- Portada

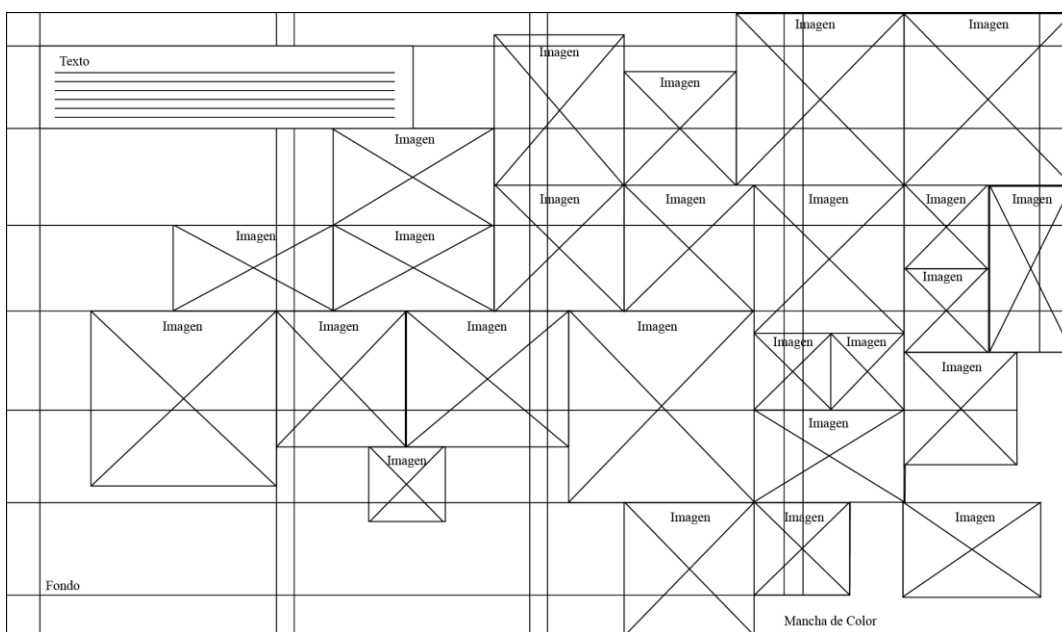


Figura VI.56 Distribución portada

- **Página de Presentación**

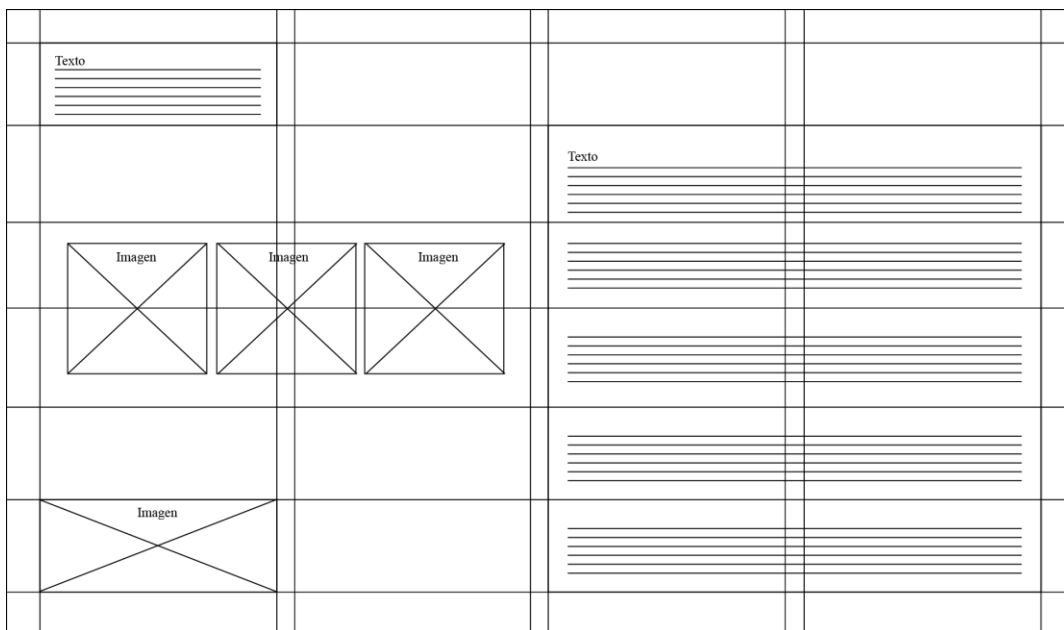


Figura VI.57 Distribución página de Presentación

- **Página de Créditos**

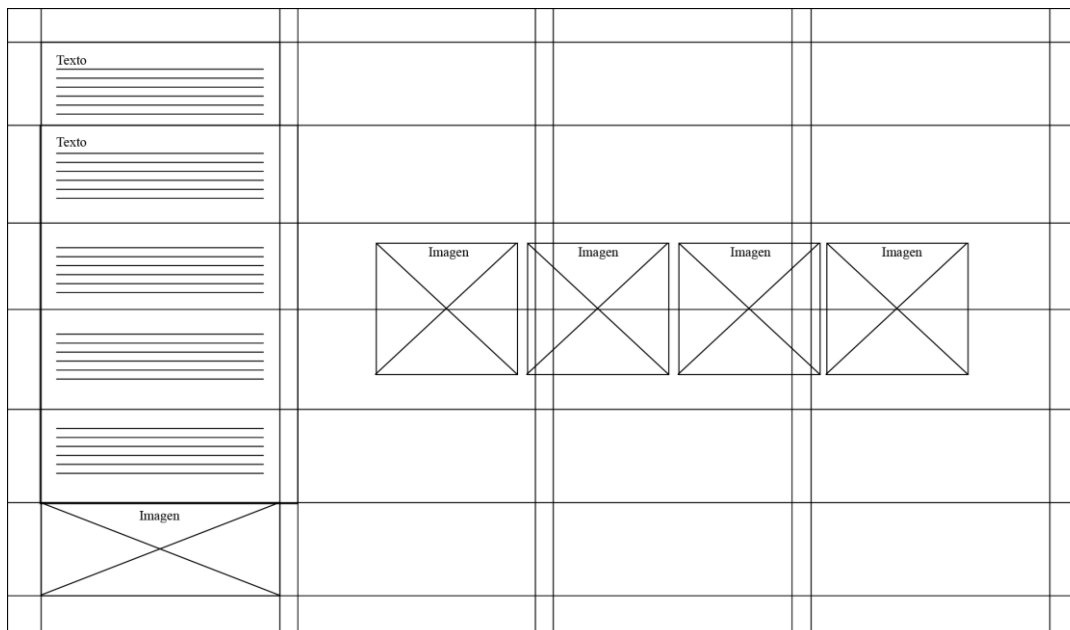


Figura VI.58 Distribución página de Créditos

- **Páginas interiores Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe**

Titulo _____ _____ _____			Imagen		
Texto _____ _____ _____					
_____ _____ _____					
_____ _____ _____					
_____ _____ _____					
Imagen					

Figura VII.59 Distribución páginas interiores

4. Diseño del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe

El catalogo turístico virtual del cantón Penipe está elaborado en un formato de 960 px por 560 px, consta de 28 páginas, incluido portada y contra portada. El catálogo para cumplir con las necesidades de los usuarios, está escrito en dos idiomas, español e inglés. Cada fotografía posee una breve descripción, información que se obtuvo mediante una encuesta realizada a los técnicos representantes de cada una de las parroquias del cantón Penipe, la misma que se encuentra adjunta al documento en anexos 4. A continuación se muestra el diseño final del catálogo turístico virtual del cantón Penipe.

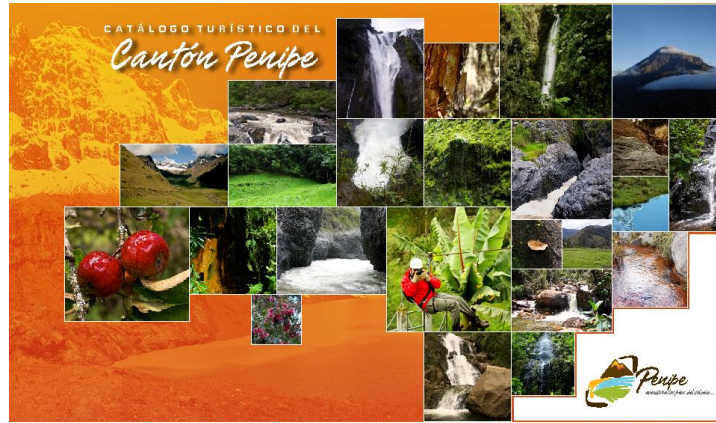


Figura VI.60 Portada Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe



Figura VI.61 Interior de la portada y presentación

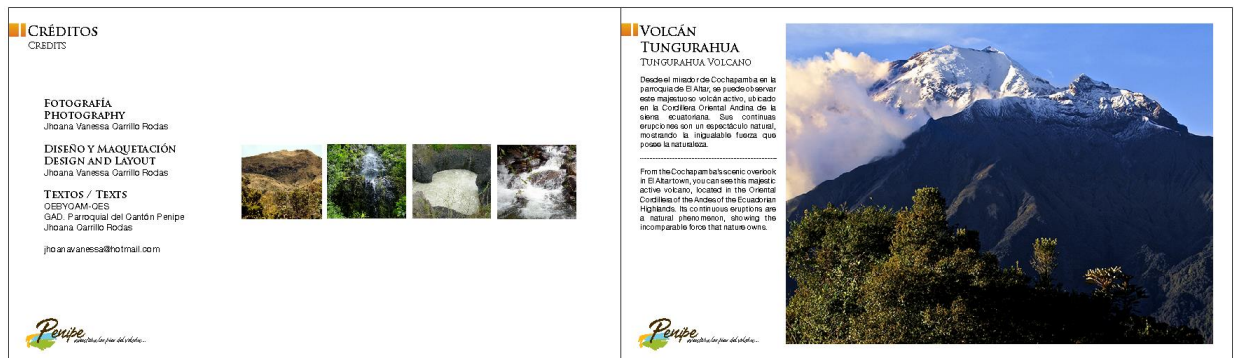


Figura VI.62 Créditos y Volcán Tungurahua





<p>CASCADA DE CAPIL CAPIL FALLS</p> <p>En el sector de Capil, ubicado en la parroquia de Puda, se encuentra esta hermosa cascada. Por su acceso fácil y cercano, los turistas pueden disfrutar de sus aguas cristalinas y sus encantadores paisajes.</p> <p>In the Capil area, located in Puda town, is situated this wonderful waterfall. Because of its accessibility and proximity, tourists can enjoy from its crystalline water and its magical landscape.</p> 		<p>NEVADO EL ALTAR EL ALTAR VOLCANO</p> <p>Este imponente nevado es conocido también como Cabece Uno o Collanes, que en idioma Quichua significa "El Señor de las Montañas". Geográficamente se encuentra ubicado en la Cordillera Oriental Andina. A diferencia de las montañas que se localizan en el Ecuador, El Altar posee una forma especial construida por alfilerado de quince picos. Su forma se debe a la etapa de las paradas, resultado de las erupciones volcánicas.</p> <p>This spectacular mountain is also known like Cabece Uno or Collanes, which in Quichua means "The Lord of the Mountains". Unlike of the mountains located in Ecuador, El Altar owns an especial shape that consists of around fifteen peaks. Its shape is because of the nature of the walls, as a result of the eruptions.</p> 	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Figura VI.63 Cascada de Capil y Nevado El Altar



<p>CASCADA DEL QUINUAQUIRO QUINUAQUIRO FALLS</p> <p>La Cascada del Quinuaquiro es un impresionante salto de agua, ubicado en la parroquia de El Altar. La zona está poblada por un espeso bosque de Polylepis y una exuberante vegetación.</p> <p>Quinuaquiro falls are an impressive waterfall, located in El Altar town. The zone is populated for a Polylepis thick forest and exuberant vegetation.</p> 		<p>MANZANAS DE BAYUSHIG BAYUSHIG'S APPLES</p> <p>La parroquia de San Antonio de Bayushig es conocida por ser una zona frutifera, siendo el producto más representativo la manzana. En los meses comprendidos entre enero y abril, se puede apreciar un paisaje alegre y colorido, adornado por la variedad de manzanas propias de esta zona.</p> <p>San Antonio de Bayushig town is known for being a fruit zone, being apple the most representative products. In the months between January and April, you can see a bright and colorful landscape, adorned by the variety of apples own in this area.</p> 	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Figura VI.64 Cascada de Quinuaquiro y Manzanas de Bayushig

<p>MANANTIAL DEL AMOR SPRING LOVE</p> <p>El Manantial del Amor es un hermoso manno de agua, ubicado en la parroquia de Sibilo, que se forma al salir del descomiso de las aguas del Río Chumbo.</p> <p>The Spring of Love is a beautiful manno of water, located in Sibilo town, which is conformed from falling water of Chumbo River.</p> 		<p>MINAS DE PIEDRAS PLANCHA GRIDDLE STONES MINES</p> <p>Estas piedras se pueden encontrar en el páramo de la parroquia de Miraflores, en el sector conocido como el Pongo. Las piedras planchas son utilizadas para asar las famosas tortillas de papa, un plato tradicional de Cantón Penipe.</p> <p>These stones can be found in the barren plain of Miraflores town in the area that is known as Pongo. Griddle stones are used for grilling the famous tortillas de papa, a traditional dish from Penipe.</p> 	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Figura VI.65 Manantial del Amor y Mina de Piedras Plancha



Figura VI.66 Laguna Amarilla



Figura VI.67 Cueva de los Tayos y Playas del Río Chambo



Figura VI.68 Cascada del Río Chorrera y Ojo del Fantasma

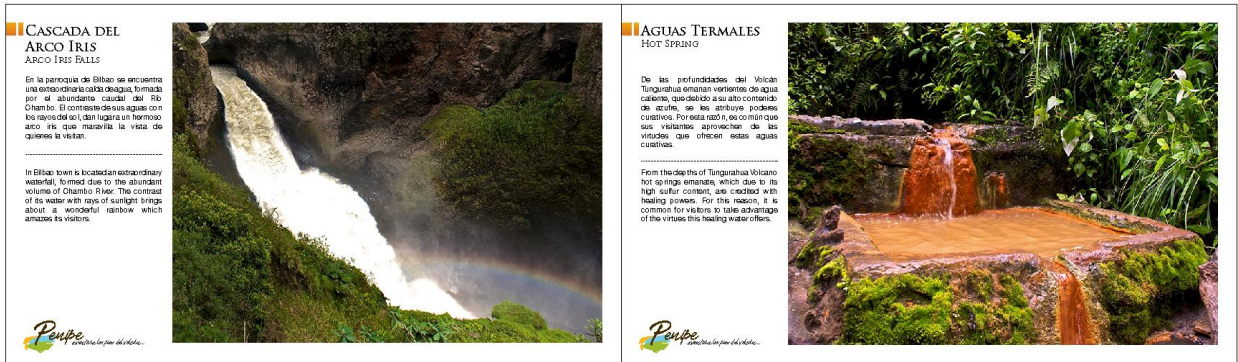


Figura VI.69 Cascada del Arco Iris y Aguas Termales

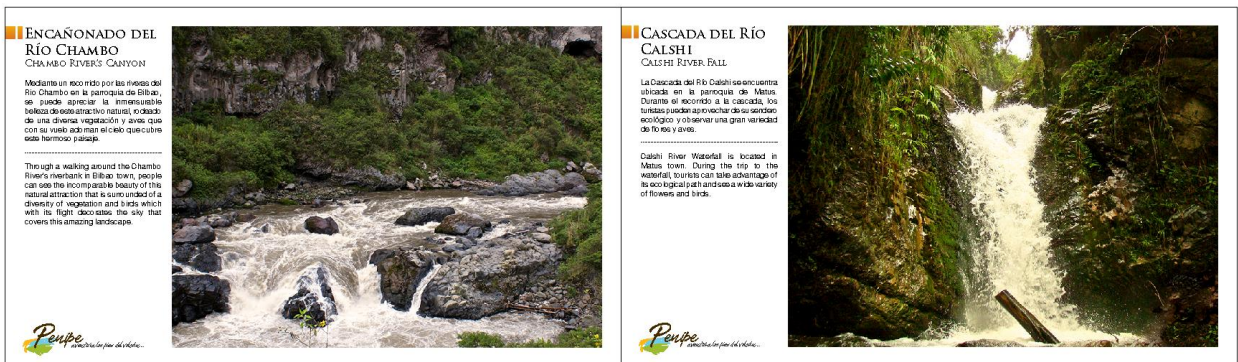


Figura VI.70 Encañonado del Río Chambo y Cascada del Río Calshi



Figura VI.71 Laguna El Hotel



Figura VI.72 Bosque de Polylepis y Cascada del Curiquingue



Figura VI.73 Cueva de los Murciélagos e interior de la contraportada



Figura VI.74 Contraportada

5. Interfaz de la aplicación del Catálogo Turístico virtual del Cantón Penipe

Para realizar el Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe se ha utilizado el software 3D Issue, que es un programa que crea revistas digitales y e-books para: navegadores web, iPads, iPhone y dispositivos Android, Kindle, Nook, Sony y otros lectores electrónicos, Tablets y dispositivos móviles.

El interfaz del catálogo virtual está compuesto por la siguientes herramientas:

1. Panel de Características: Dentro del panel de características se puede encontrar las siguientes opciones.

- Print / Imprimir
- Search / Buscar
- Help / Ayuda
- Fullscreen / Pantalla Completa
- Bookmarks / Marcador
- Notes / Notas
- Thumbnails / Miniaturas
- Exit / Salir

2. Panel de Navegación: Dentro de este panel se puede encontrar los botones de las imágenes en miniatura.

3. *Pliegue para pasar las hojas:* El catálogo tiene la opción de pasar las hojas de forma manual, arrastrando desde las esquinas inferiores con el mouse, simulando la lectura de un libro real.
4. *Botón para pasar las hojas:* Para mayor comodidad de los usuarios, existe un botón, tanto al lado derecho como al lado izquierdo, que permite pasar las hojas de manera automática.
5. *Zoom:* La herramienta zoom funciona al hacer doble click en la página que el usuario desee acercar.

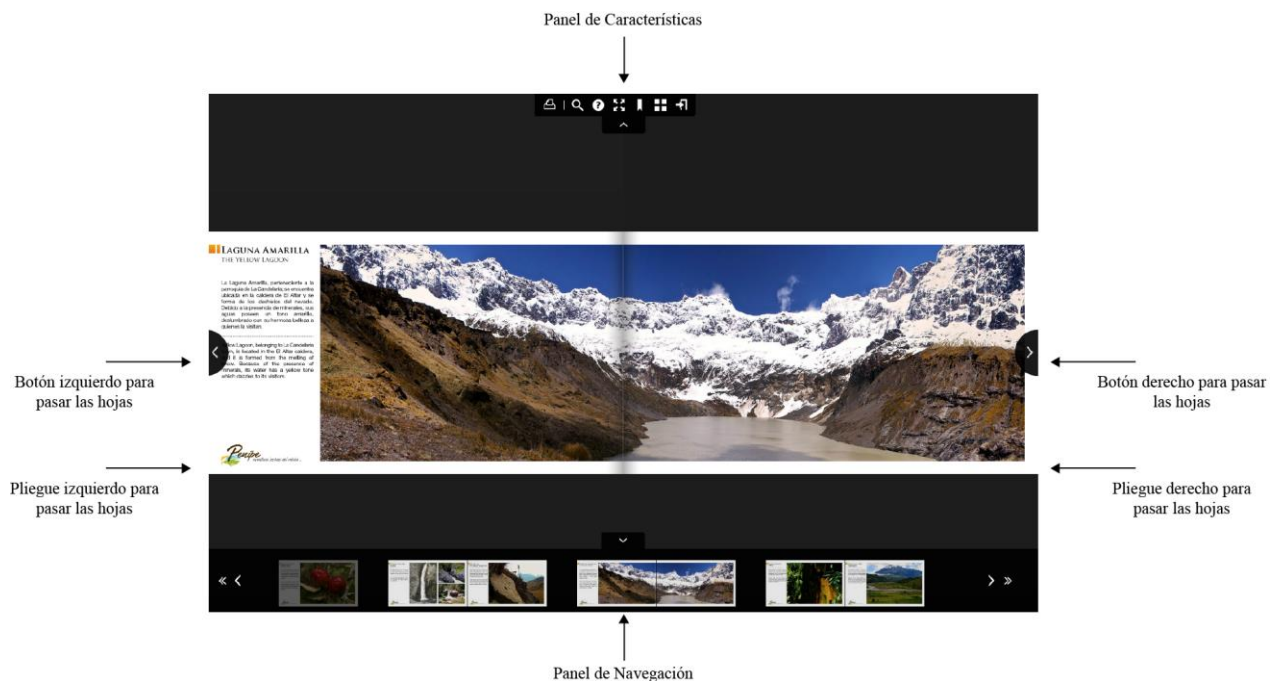


Figura VI.75 Interfaz Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe

6.3.4 Validación

Una vez concluida la propuesta del Catálogo turístico Virtual del cantón Penipe, se realizó una evaluación mediante una encuesta, la misma que se encuentra adjunta al documento en anexos 5, dentro del focus group analizado, para poder medir la calidad de las fotografías empleadas en la propuesta y la dificultad en el manejo del catálogo virtual. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

a. Calidad Fotográfica

Calidad Fotográfica	
Buena	100%
Regular	0%
Mala	0%

b. Dificultad en el manejo

Dificultad en el manejo	
Fácil	100%
Regular	0%
Difícil	0%

c. Diseño y funcionalidad

Dificultad en el manejo	
Buena	100%
Regular	0%
Mala	0%

Como se puede apreciar la evaluación dio resultados favorables en los tres aspectos mencionados anteriormente, con un promedio general del 100%. Lo que significa que el desarrollo de la aplicación del catálogo turístico virtual del cantón Penipe, fue exitoso y por tanto la Hipótesis arrojó resultados positivos.

CONCLUSIONES

1. Mediante la implementación del método profesional de producción fotográfica, los profesionales involucrados en el campo de la Fotografía y el Diseño Gráfico poseen un instrumento de apoyo que garantiza un trabajo profesional sistemático y organizado.
2. Los formatos que proporciona el método profesional de producción fotográfico facilitan el desarrollo de una producción fotográfico y respaldan el trabajo profesional del fotógrafo.
3. Mediante el empleo del método profesional de producción fotográfica se optimizan los recursos necesarios utilizados en el desarrollo de una producción fotográfica.
4. La implementación del método de producción fotográfica unifica las pautas que se deben analizar para calcular el presupuesto de un proyecto fotográfico, tratando de equilibrar tarifas y disminuyendo la competencia desleal.
5. El empleo de nuevas tecnologías a través de animaciones virtuales, genera mayor interés en los usuarios y por ende la información es captada de mejor manera, al interactuar con los diferentes sentidos, cumpliendo con el objetivo de mostrar al cantón Penipe de una forma mas atractiva y diferente.

RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda a los fotógrafos profesionales de la provincia de Chimborazo hacer uso de la presente herramienta para llevar a cabo una producción fotográfica en forma profesional, utilizando de manera apropiada los formatos establecidos.
- 2.** Se debe realizar capacitaciones continuas a los miembros del Gremio de Fotógrafos Profesionales de Chimborazo, sobre temas relacionados con la propiedad intelectual y los derechos de autoría, para que de esta manera dentro del gremio se generen leyes que respalden los derechos de los fotógrafos profesionales.
- 3.** Se recomienda que dentro de la universidades que ofrecen carreras relacionadas con el diseño gráfico y la fotografía, se imparta entre los estudiantes conocimientos sobre el empleo de un método de producción fotográfica, con la finalidad de proporcionar al estudiante un instrumento que avale un correcto desenvolvimiento al llevar a cabo una producción fotográfica en su vida laboral.

RESUMEN

Se desarrolló un método profesional para la producción fotográfica de atractivos turísticos, empleados en la elaboración de un catálogo turístico virtual del cantón Penipe; el mismo que fue aplicado en el Gremio de Fotógrafos Profesionales de la Provincia de Chimborazo.

Los métodos utilizados para desarrollar la investigación científica fueron el Método Inductivo que permite hacer un análisis sobre las metodologías de producción fotográfica empleadas por miembros del gremio de fotógrafos, con la finalidad de implementar una metodología general; y Metodología Proyectual, donde se analiza el problema de falta de profesionalismo el momento de llevar a cabo una producción fotográfica y se plantea posibles soluciones al problema.

Durante la investigación se empleó equipos de computación, equipos fotográficos, software de edición de imágenes vectoriales e imágenes raster, software de animación multimedia y edición de texto (Illustrator, Photoshop, 3D Issue, Microsoft Word).

En la validación del método profesional de producción fotográfica, se encuestó a los integrantes del Gremio de Fotógrafos Profesionales, obteniendo resultados satisfactorios, con un tasa de aceptación de la metodología implementada del 98% y un promedio de calidad fotográfica del 100%.

Se concluye que implementando la metodología profesional de producción fotográfica, los fotógrafos profesionales y diseñadores gráficos poseen un instrumento de apoyo que garantiza un trabajo sistemático y organizado, además que hace respetar sus derechos en el ámbito profesional.

Se recomienda a los fotógrafos profesionales utilizar esta herramienta para llevar a cabo una producción fotográfica en forma profesional, utilizando de manera apropiada los formatos establecidos dentro de la metodología planteada.

ABSTRACT

A professional method for photographic production of touristic places used in the virtual touristic catalog elaboration was developed in Penipe canton which was applied in the Professional Photographer Association of Chimborazo Province.

Inductive and projection methods were used to develop this scientific investigation. The former analyzes the photographic methodologies used by members of the photographer association in order to implement a general methodology; and the latter, where the problem about lack of professionalism at the moment of carrying out a photographic production is analyzed and possible problem solutions are proposed.

Computing equipment, photographic equipment, vector and raster image edition software, multimedia animation and text edition software (Illustrator, Photoshop, 3D Issue, Microsoft Word) were used in this investigation.

In the photographic production professional method validation, the members of the Professional Photographer Association were surveyed getting satisfactory results with an acceptance rate of 98% of the implemented methodology and an average of photographic quality of 100%.

It is concluded that the professional photographic production methodology get the professional photographer and graphic designers to have a support instrument that

guarantees a systematic and organized work so that their rights in the professional area can be respected.

It is recommended that professional photographers use this tool to carry out the photographic production professionally using the established formats properly in the methodology suggested above.

GLOSARIO

1. *Agente de Retención:* son toda persona jurídica pública o privada, las sociedades y personas obligadas a llevar contabilidad, que paguen cualquier tipo de ingresos que contribuyan renta gravada para quien lo reciba.
2. *Balance de Blancos:* Se considera uno de los parámetros más importantes en la fotografía digital, es una función que se aplica a la cámara antes de la toma y tiene como finalidad llevar los tonos de blanco a un valor neutro. El correcto equilibrio en el balance de blancos, permite obtener resultados cromáticos correctos , y evitar intervenir en la fase de edición para mejorar el resultado de la foto.
3. *Demanda Turística:* Conjunto de consumidores de una determinada oferta turística y de bienes o servicios que dichos consumidores (turistas, viajeros y visitantes) están dispuestos a adquirir en un destino determinado.
4. *Diodo:* Un diodo es un componente electrónico de dos terminales que permite la circulación de la corriente eléctrica a través de él en un solo sentido.
5. *Distancia focal:* Es la distancia entre el centro óptico del lente o conjunto de lentes y el plano focal (es el punto donde se forma la imagen refractada por el lente), en ese punto se ubica el sensor digital.
6. *Estético:* Ciencia de las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.
7. *Exposición:* La exposición regula la cantidad de luz que llega al sensor y determina el aspecto final de una fotografía. Está influenciada por el tiempo de toma del obturador y por el valor del diafragma.
8. *Identidad Corporativa:* Manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

9. *Interactividad*: Posibilidad de relación y de respuesta mutua entre el usuario y el medio.
10. *Logotipo*: Constituye la transcripción escrita del fonotipo (nombre de la empresa o marca), por medio de una gráfica particularmente caracterizada y exclusiva.
11. *Multisensorial*: Son aquellos elementos que para su percepción se implica varios sentidos.
12. *Ortocromático*: Material sensible a las luces azul y verde, e insensible a la roja.
13. *Padding*: El padding se utiliza en HTML para definir el espacio entre distintos elementos del diseño. Puede definirse en términos absolutos o relativos, es decir en pixeles o como un porcentaje de longitud total, para el espacio superior, inferior, derecho e izquierdo de un elemento. El padding se añade al ancho de la retícula.
14. *Patrimonio*: “El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda o transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.” (DeCarli, 2007)
15. *Pentaprisma*: Prisma reflectivo de cinco caras, empleado para desviar un ángulo de luz en 90°, esta forma de prisma produce la inversión de la imagen.
16. *Plano Focal*: Se define como la superficie donde se forma la imagen nítida del sujeto.
17. *Pregnancia*: Cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple.
18. *Profundidad de campo*: Es la imagen nítida en una fotografía partiendo desde el lente al primer punto nítido y desde el lente al último punto nítido, en el caso de un

retrato en primer plano con un teleobjetivo corto la profundidad de campo puede ir desde la punta de la nariz hasta el borde de la oreja. Varía con la distancia focal del lente, la distancia al sujeto y el diafragma que se utilice.

- 19. *Sensibilidad ISO:*** En fotografía se define como ISO a la medida de la sensibilidad, es decir, la regulación que determina de qué manera el sensor es capaz de reaccionar a la luz. Los valores bajos de ISO (100 – 200) se utilizan para situaciones de iluminación normal, en el caso de iluminación escasa es necesario utilizar valores mayores de sensibilidad ISO.
- 20. *Símbolos Cromáticos:*** Referente al color y a su significado.
- 21. *Símbolos Icónicos:*** Funcionan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas.
- 22. *Símbolos lingüísticos:*** Combinación de un concepto (significado) y de una imagen acústica (significante), que componen en conjunto.
- 23. *Sistema Aditivo:*** El sistema aditivo consiste en añadir tres flujos luminosos dichos colores primarios. Con el fin de reproducir el conjunto de los colores, es necesario que estos tres colores sean independientes, es decir que ninguno de ellos pueda ser reproducido a partir de los dos otros.
- 24. *Sistema Sustractivo:*** El sistema sustractivo está utilizado particularmente en la impresión. Consiste en suprimir del espectro de la luz blanca las radiaciones correspondientes a los colores primarios.

ANEXOS

A. ANEXOS 1



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar el grado de conocimiento en los estudiantes próximos a salir de la universidad sobre una producción fotográfica y las dificultades que poseen al momento de llevar a cabo este tipo de proyectos fotográficos.

DATOS INFORMATIVOS:

UNIVERSIDAD: _____

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. Después de haber aprobado la asignatura de Fotografía, ¿siente interés o le gusta la Fotografía?
 - SI
 - MÁS O MENOS
 - NO
2. Con los conocimientos adquiridos en la universidad, ¿usted se siente en la capacidad de llevar a cabo una producción fotográfica?
 - SI
 - MÁS O MENOS
 - NO
3. ¿Conoce algún método o pasos necesarios para llevar a cabo una producción fotográfica? en caso de conocer detállelo en la parte inferior.
 - SI
 - NO

4. ¿Qué aspecto/os según su criterio considera más importantes el momento de llevar a cabo una producción fotográfica?.

- Requerimiento o necesidad del cliente
 - Costos o Tarifa
 - Recurso Técnico
 - Recurso Humano
 - Propiedad Intelectual
 - Otro
-
-

5. ¿En qué aspecto/os usted cree que tendría mayor dificultad el momento de llevar a cabo una producción fotográfica?.

- Requerimiento o necesidad del cliente
 - Costos o Tarifa
 - Recurso Técnico
 - Recurso Humano
 - Propiedad Intelectual
 - Otro
-
-

6. En la actualidad existen leyes que protegen el trabajo de un diseñador gráfico y la propiedad intelectual. ¿Conoce usted alguna de estas leyes?. En caso de conocer detállelo en la parte inferior.

- SI
 - NO
-
-

B. ANEXOS 2



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer que método utiliza un profesional en el campo de la fotografía para llevar a cabo una producción fotográfica.

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE: _____

TÍTULO: _____

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Ha realizado usted alguna vez un proyecto de fotografía de atractivos naturales para algún medio impreso o digital? En caso de haberlo realizado especifique el tipo de proyecto y el medio.

SI

NO

2. Al momento de llevar a cabo una producción fotográfica, ¿usted utiliza un método de producción fotográfica ya existente o un método personal? En la parte inferior describa este método.

Método Existente

Método Personal

3. ¿Cómo maneja usted los costos o tarifa al momento de llevar a cabo una producción fotográfica y cuáles son los puntos a considerar para calcular este valor?

4. En la actualidad existen leyes que protegen el trabajo profesional de un fotógrafo y la propiedad intelectual, ¿Usted ha hecho uso de las mismas?. En caso de no haberlo hecho especifique los motivos.

- SI
- NO

5. Por el hecho de pertenecer al Gremio de Fotógrafos Profesionales de la provincia de Chimborazo, ¿qué beneficios ha obtenido en el ámbito profesional?

C. ANEXOS 3



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

OBJETIVO: Validar el método profesional de producción fotográfica desarrollado.

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE: _____

TÍTULO: _____

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿En el trabajo profesional que usted realiza se podría aplicar el método de producción fotográfica desarrollado?

SI

NO

2. ¿Usted realizaría algún cambio al método de producción fotográfica creado? En caso de sugerir algún cambio detállelo en la parte inferior.

SI

NO

3. ¿Considera adecuados los aspectos indicados en el método de producción fotográfica, para calcular el presupuesto de un proyecto fotográfico? En el caso de que su respuesta sea negativa indique el por qué.

SI

NO

¿Por qué? _____

4. ¿Le parece que a través del manejo de la tabla de presupuestos planteada en el método de producción fotográfica desarrollado, los costos se verían incrementados con respecto a sus tarifas actuales?

SI

NO

¿Por qué? _____

5. ¿Cree usted que través de este método de producción fotográfica desarrollado, se podría homologar los precios a nivel provincial y disminuir la competencia desleal entre profesionales de la misma rama? En el caso de que su respuesta sea negativa indique el por qué.

SI

NO

¿Por qué? _____

6. ¿Cree usted que a través del método de producción fotográfica propuesto, se puede establecer una forma directa de administración validada por el empleo adecuado de formatos y evidencias que respalden el trabajo que desarrolla cada uno de los profesionales en el campo fotográfico, haciendo respetar sus derechos?

SI

NO

¿Por qué? _____

D. ANEXOS 4



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

OBJETIVO: Validar la propuesta del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe, en el aspecto fotográfico y el manejo de la propuesta.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. Después de haber conocido la propuesta del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe ¿Cómo califica usted la calidad de las fotografías presentadas en el mismo?

- Buena
- Regular
- Mala

1. Después de haber utilizado la propuesta del Catálogo Turístico Virtual del cantón Penipe ¿Cómo califica usted a la propuesta, con respecto a la dificultad en el manejo del mismo?

- Fácil
- Regular
- Complicado

2. Con respecto al diseño y funcionalidad de la propuesta planteada ¿Usted como la califica?

- Buena
- Regular
- Mala

E. ANEXOS 5



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

OBJETIVO: Recabar información relevante del cantón Penipe.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. Datos Informativos de la Parroquia

- a. Parroquia: _____
- b. Representante: _____
- c. Fecha de Parroquialización: _____
- d. Festividades representativas de la parroquia:

2. Enliste los atractivos turísticos más representativos de su parroquia y de una breve descripción de los mismos.

3. Enliste los platos típicos más representativos de su parroquia.

4. ¿Qué atractivo turístico considera usted el más representativo del cantón Penipe?

BIBLIOGRAFÍA

- 1. FREEMAN, M.,** El Ojo del Fotógrafo- Composición y diseño para crear mejores fotografías., Barcelona-España., Editorial BLUME., 2009., p.p. 61-94.
- 2. GRUPO PLANETA DE AGOSTINI.,** Curso de Fotografía Digital en DVD., Novata-Italia., Editorial Planeta DeAgostini, S.A., 2011., p.p. 40-45.
- 3. HARRIS, A.,** Base del diseño - Retículas., Barcelona-España., Editorial Parramón., 2008., p.p. 136-139.
- 4. HEDGECOE, J.,** Manual de Técnica Fotográfica., Barcelona España., Editorial BLUME., 2004., p.p. 40-42.
- 5. IDROBO, X.,** Texto Básico Diseño Tridimensional., Riobamba-Ecuador., Escuela Superior Politécnica de Chimborazo., 2007., p.p. 109-112.
- 6. KRUG, S.,** No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la web., España- Madrid., Editorial Pearson Educación S.A., 2006., p.p. 145-147.

- 7. RIVERA A.,** Texto Básico Diseño Editorial., Riobamba-Ecuador.,
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo., 2007., p.p. 135-
142.
- 8. SANCHO, A.,** Introducción al Turismo., Madrid-España.,
Editorial OMT., 1998., p.p. 16.
- 9. SANDOVAL, M.,** Diseño Gráfico Texto Básico., Riobamba-
Ecuador., Escuela Superior Politécnica de Chimborazo., 2007.,
p.p. 104-105
- 10. VAUGHAN, T.,** Multimedia, Todo el poder del multimedia.,
México-México., Editorial McGRAW-HILL., 1994., p.p.
128-135.
- 11. WONG, W.,** Fundamentos del Diseño., México-México., Editorial
Gustavo Gili S.A. de C.V., 1995., p.p. 104-109.
- 12. RUIZ, E., HERNÁNDEZ., COCA, A., CANTERO, P., DEL
CAMPO, A.,** PASOS Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural., Turismo Comunitario en Ecuador. Comprendiendo el
community – based tourism desde la comunidad., Madrid-
España., N° 3., Editorial CSIC., 2010., p.p. 16-17.

13. ROSAS, P., Diseño y elaboración de un disco compacto interactivo del arte religioso en el cantón Riobamba., Facultad de Informática y Electrónica., Escuela de Diseño Gráfico., Escuela Superior Politécnica de Chimborazo., Riobamba-Ecuador., TESIS., 2007., p.p. 147-150.

14. SÁNCHEZ, V., Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Penipe, Provincia De Chimborazo., Facultad de Recursos Naturales., Escuela de Ecoturismo., Escuela Superior Politécnica de Chimborazo., Riobamba-Ecuador., TESIS., 2010., p.p. 8-9., 29-30.

15. ECUADOR, SERVICIO DE RENTAS INTERNAS., Mi Guía Tributaria., Quito-Ecuador., S.R.I., 2013., p.p. 210.

16. ECUADOR, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PENIPE., Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Penipe., Penipe-Ecuador., G.A.D., 2012-2022., p.p. 10-11., 20-21.

17. ECUADOR, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO., Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo., Riobamba-Ecuador., G.A.D., 2011., p.p. 30.

18. ECUADOR, EL FORUM., Código del Trabajo del Ecuador.,

Quito-Ecuador., EL FORUM., 2013., p.p. 213-214.

BIBLIOGRAFÍA INTERNET

19. APRENDER A ILUMINAR EN FOTOGRAFÍA

<http://aprenderailuminar.blogspot.com/p/pdf-online-aprender-iluminar-fotografia.html>

2013/05/17

20. COMPOSICIÓN DE IMAGEN: ENCUADRE, ANGULAS Y ÓPTICA.

http://rtpd.sev.gob.mx/promo/guias/produccion_/produccion-de-imagen/composicion-de-imagen-encuadre-angulos-y-optica/at_download/file

2013/05/19

21. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA.

<http://boj.pntic.mec.es/jgomez46/documentos/cav/historiafoto.pdf>

2013/04/18

22. DISEÑO WEB CENTRADO EN EL USUARIO: USABILIDAD Y ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN.

<http://abelsing.wordpress.com/2008/08/04/apuntes-de-usabilidad-e-interactividad/>

2013/06/10

**23. EL TURISMO RURAL COMO FACTOR DIVERSIFICADOR
DE RENTAS EN LA TRADICIONAL ECONOMÍA
AGRARIA.**

http://www3.uva.es/citerior/docs/Turismo_rural.pdf

2013/03/03

24. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO,

<http://www.esPOCH.edu.ec>

2013/07/03

25. FOTOGRAFÍA DIGITAL EN REGISTRO DE TEXTILES

<http://www.cnct.cl/documentos/actas2007.pdf>

2013/04/11

26. FOTOGRAFÍA DIGITAL: VENTAJAS E INCONVENIENTES

http://www.revistadeortodoncia.com/pdf/2005_35_1_75_84.pdf

2013/04/10

27. ILUMINACIÓN ARTIFICIAL.

http://www.aulaclie.es/fotografia-photoshop/t_10_1.html

2013/05/13

28. INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD

INTELECTUAL.

www.iepi.gob.ec

2013/07/03

29. LA TIPOGRAFÍA

<http://www.slideshare.net/educaplastica/la-tipografia-7102723>

2013/05/11

30. LIGHT - A DETAILED TUTORIAL

<http://www.itchy-animation.co.uk/light.htm>

2013/05/03

31. PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA “IDEAR, PLANIFICAR Y EJECUTAR UNA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA.

http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2010_1/apuntes/065.pdf

2013/07/13

32. TIPOS DE FORMATOS EN CÁMARAS FOTOGRÁFICAS

<http://www.fotografiadiaria.org/fd/articulos/46-articulos>

[originales/65-tipos-de-formatos-en-cameras-fotograficas](http://www.fotografiadiaria.org/fd/articulos/46-articulos-originales/65-tipos-de-formatos-en-cameras-fotograficas)

2013/04/15

33. THE INTERNACIONAL ECOTURISM SOCIETY.

[http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism.](http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism)

2013/ 03/02

34. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.

[http://www.unach.edu.ec.](http://www.unach.edu.ec)

2013/07/03

35. UNIVERSO FOTOGRÁFICO., LOS GÉNEROS

FOTOGRAFICOS.

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/univfoto/num2/pdf/>

[num2.pdf](#)

2013/04/20