



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño y Publicidad.

AUTORES:

Eliana Marisela Ibjés Narváez.

Andrea Jimena Ortiz Mier.

DIRECTOR:

Msc. David Ortiz.

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de tutor del trabajo de grado presentado por el Msc. David Ortiz para optar por el título de Licenciada de Diseño y Publicidad doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, el 29 de Junio del 2015



Msc. David Ortiz.
DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

El mayor de los agradecimientos a mis padres que me han, apoyado incondicionalmente, a mi esposo y mis hijos, y a mis maestros de la FECYT que han sabido guiarnos siempre con sus conocimientos, por su generosidad y ayuda desinteresada. A todos ellos muchas gracias.

Marisela.

Con la más infinita gratitud a Dios, por permitirme alcanzar el sueño tan esperado de obtener mi título. A mi querido esposo, por su amor, comprensión y apoyo imperecederos, y al resto de mi familia. A nuestros docentes, por su experiencia y conocimientos, en fin por formarnos.

Andrea.

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico a mi esposo por su amor y disposición para salir adelante, a mis hijos por su paciencia, a mis padres, a quienes les debo todo lo que soy, por sus sabios consejos y su apoyo desprendido. A todos ellos que han sido la fuente de mi dedicación y estímulo para la culminación de mis estudios y encaminarme hacia un futuro prominente.

Marisela.

El presente trabajo investigativo está dedicado con profundo amor y reconocimiento a mi esposo: Javier, compañero de mi existencia, a mis hijos: Sofía, Arlín y Fabio que son el motor que me impulsa al anhelo de construir días mejores. Y a alguien que de hecho estaría dichoso compartiendo esta felicidad conmigo.... a mi padre.

Andrea.

ÍNDICE.

Contenido

TEMA:.....	i
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE.....	v
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3. ENUNCIADO O FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.5. OBJETIVOS.....	3
1.5.1. Objetivo General.....	3
1.5.2. Objetivos Específicos.....	4
1.6. PREGUNTAS DIRECTRICES.....	4
1.7. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	5
CAPITULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.1.1. CENTRO CULTURAL.....	7
2.1.2. MODELO DE UN CENTRO CULTURAL DEL ECUADOR.....	15
2.1.2.1. CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE QUITO.....	15
2.1.3. FOTOGRAFÍA.....	17
2.1.4. HISTORIA BREVE DE LA FOTOGRAFÍA.....	20
2.2. FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA.....	23
2.2.1. TÉCNICAS DE FOTOGRAFÍA.....	23

2.2.1.1.	EXPOSICIÓN.....	23
2.2.1.2.	ABERTURA Y PROFUNDIAD DE CAMPO	24
2.2.1.3.	VELOCIDAD DE OBTURACIÓN.....	25
2.2.1.4.	ENFOQUE.	25
2.2.1.5.	LUZ NATURAL.	26
2.2.1.6.	FLASH	27
2.2.1.7.	COMPOSICIÓN	28
2.2.1.8.	COLOR.	28
2.2.1.9.	BLANCO Y NEGRO.....	29
2.2.1.10.	FILTROS.....	30
2.2.1.11.	MANIPULACIÓN DIGITAL.....	31
2.2.2.	MUSEOGRAFÍA.....	32
2.2.2.1.	ILUMINACIÓN	33
2.2.2.1.1.	GRUPO DE LUMINARIAS	34
2.3	FUNDAMENTACIÓN ARTÍSTICA.....	35
2.4.	FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA.....	38
2.4.1	APRENDIZAJE MEDIANTE IMÁGENES.	38
2.4.2.	LA FOTOGRAFÍA CON LOS NIÑOS	40
2.4.3.	LA FOTOGRAFÍA CON LOS JÓVENES.....	41
2.4.4.	LA FOTOGRAFIA CON LOS ADULTOS.	43
2.4.5	LA IMAGEN FOTOGRÁFICA COMO EXPRESIÓN DEL INDIVIDUO	44
2.5.	FUNDAMENTACIÓN CULTURAL	47
2.5.1	INTERCULTUALIDAD REFLEJADA EN LOS MEDIOS.....	49
2.6	FUNDAMENTACIÓN ADMINISTRATIVA	60
2.6.1.	PLAN DE NEGOCIOS	60
2.6.2.	ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS	61
2.6.3.	FINALIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	62
2.6.4.	PLAN DE MARKETING.	62
2.7.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	62
2.8.	POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL	63
2.9.	GLOSARIO DE TÉRMINOS.	64
2.9.1.	ADOBE PHOTOSHOP.....	64

2.9.2.	CALOTIPO.....	64
2.9.3.	CAMARA LEIKA	64
2.9.4.	CÁMARA OBSCURA	64
2.9.5.	CIANOTIPIA.....	65
2.9.6.	CREACIÓN.....	65
2.9.7.	CENTRO CULTURAL.....	65
2.9.8.	DAGUERROTIPO.....	65
2.9.9.	FOTOGRAFIA DIGITAL.....	66
2.9.10.	FOTOSENSIBLE.	66
2.9.11.	IMAGEN.....	66
2.9.12.	MULTICULTURALISMO.....	66
2.9.13.	OBTURADOR.....	67
	CAPÍTULO III.....	68
3.	MARCO METODOLÓGICO.	68
3.1.	TIPO DE ESTUDIO.....	68
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.2.1.	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	69
3.2.2.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	69
3.2.3.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	70
3.2.4.	INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA.....	70
3.3.	MÉTODOS.....	71
3.3.1.	MÉTODO DEDUCTIVO.....	71
3.3.2.	MÉTODO ANALÍTICO	71
3.3.3.	MÉTODO SINTÉTICO	72
3.4.	TÉCNICAS.....	72
3.4.1.	ENTREVISTA	72
3.4.2.	ENCUESTAS.....	73
3.4.3.	INSTRUMENTOS	73
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	73
3.5.1.	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	74
	CAPÍTULO IV.....	76
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	76
4.1.	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	76

4.2	ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	91
	CAPÍTULO V.....	103
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
5.1.	CONCLUSIONES	103
5.2.	RECOMENDACIONES	104
	CAPÍTULO VI.....	105
6.	PROPUESTA	105
6.1.	NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	105
6.2	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	105
6.3	UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.....	106
6.4	MISIÓN	106
6.5	VISIÓN.....	107
6.6	ESTRATEGIAS.....	107
6.7	VALORES CORPORATIVOS	108
6.8	POLÍTICAS	108
6.9	PLAN DE NEGOCIOS	110
6.10	PLAN DE MARKETING.	112
6.10.1	ANÁLISIS EXTERNO DEL MERCADO.....	112
6.11	DISEÑO DE ESTRATEGIAS	115
6.12	OBJETIVOS.....	116
6.13	MARKETING MIX.	118
6.14	TARGET GROUP.	135
6.15	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	136
6.16	PRESUPUESTO.....	139
6.17	OBLIGACIONES LEGALES.....	144
6.18.	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA:	145
6.19.	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.....	151
6.19.1.	LA MARCA.....	151
6.19.2.	SIGNOS DE IDENTIDAD VISUAL.	151
6.19.3.	PROCESO PARA LA CREACIÓN DEL LOGOTIPO DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA.....	153
6.19.3.	DISEÑO DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	156

6.20. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	178
6.21. PENSUM DE CURSOS DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA “IBARRA”	178
6.22. DOCUMENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL.....	182
7 IMPACTOS:.....	204
8. DIFUSIÓN.....	205
9. LINKOGRAFÍA.....	206
10. BIBLIOGRAFÍA.....	208

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se resume en un diagnóstico aplicado a lo que es la fotografía, su historia, valor cultural evolución y avance tecnológico. Por tal razón la fotografía es para nosotras el eje central para la factibilidad de la creación de un Centro Cultural de Fotografía, matizado con imágenes históricas y actuales que puedan enriquecer la cultura, lo que constituye un aporte simbólico para la ciudadanía en general, como hábito de respuesta positiva al mantener nuestra valiosa identidad realizando un análisis de las fuerzas del arte representativo. Este centro podrá realizar diversas actividades: Ofrecerá cursos, talleres, foros conversatorios y exposiciones, donde se contemplen desde las técnicas y procesos más elementales a los más avanzados, tratados siempre por expertos en la materia, que faciliten el aprendizaje y ayuden a surcar la motivación y puedan desarrollar un alto porcentaje de su creatividad. Además de ello, los participantes tienen la oportunidad de presentar exposiciones después de cada curso, con sus mejores fotos, y conseguir que cada uno de ellos pueda formar su propio portafolio fotográfico. Así también tendremos invitados especiales nacionales e internacionales que realicen exposiciones de sus obras tomando en cuenta su capacidad y profesionalismo, lo que nos llevaría a tener una visión más amplia del arte. De allí que hemos apuntado, directamente a la ciudadanía ibarreña como figura principal y aquellos espectadores foráneos que observen gráficamente nuestra realidad y puedan verificar nuestra obra y sobre todo aprecien el desempeño puesto en cada foto, para promover conceptos responsables de historia y de pluriculturalidad. A raíz de esto se torna necesario tematizar el interés de las imágenes, como parte importante de los procesos comunicativos y de intercambio cultural y estético de nuestra época, como medio formal de desarrollo.

ABSTRACT

The present research work is summarized in a diagnosis applied to what photography is, its history, cultural value, evolution and technological advance. For that reason photography is for us the main focus for feasibility of creation of a Cultural Photography Center, nuanced by historical and actual images that can enrich culture, which is a symbolic contribution to the general public, as a positive response habit by maintaining our valuable identity analyzing the forces of representational art. This center will offer diverse activities such as: courses, workshops, forums, discussions and exhibitions, where it will be considered from the most basic techniques and processes to the most advanced, always provided by experts on the subjects who will facilitate learning and help to boost the motivation and can be able to develop a high percentage of creativity. In addition, the participants have the opportunity to present exhibitions after every course, with their best photos, and each of them could form their own photographic portfolio. Also there will be special guests, locals and internationals, who make presentations of their work taking into account their ability and professionalism, which would lead us to have a wider vision of art. Therefore we have pointed directly to the citizens from Ibarra as the principal figure and for those foreign viewers to observe graphically our reality and they can verify our work but specially appreciate the performance made in every photo, in order to promote responsible concepts of history and multiculturalism. As a result of this, it becomes necessary to thematize the interests of images, as an important part of the communicational process and cultural and aesthetic exchange of our time, as a formal means of development.

INTRODUCCIÓN

Al hacer la respectiva investigación sobre nuestro proyecto en cuestión hemos llegado a conocer algunas cosas importantes desde el primer capítulo: como lo que es la fotografía, su historia, cómo las cámaras fotográficas han ido evolucionando, y de personajes que han influido en su cambio, avances que se lograron a base de experimentos continuos evocando nuevas experiencias, también de cómo era considerada antes la fotografía, de quienes hacían uso de la misma.

En lo que es la fundamentación artística, podemos decir que la fotografía no era considerada como arte pues, fue parte de un proceso que le ha llevado tiempo, y algunas técnicas como la utilización de la luz del sol, y de otras, que dio origen a fotos con un mayor significado estético, lo que llevó a un nuevo acercamiento de la fotografía hacia el arte. Como fundamentación cultural, es considerada la fotografía como un modo de expresión que puede colaborar en los procesos educativos eficazmente y permite desarrollar la sensibilidad estética, motivar la imaginación y creatividad y estimular el respeto por los aspectos que incurren en las tradiciones de un pueblo, su identidad y vivencias a través del tiempo. La falta de interés de las personas por conservar sus tradiciones ha provocado en cada lugar, la pérdida de su identidad, lo que ha llevado a la exportación de culturas ajenas, las mismas que nos alejan de identificarnos como pueblos netamente andinos, con características y costumbres similares, y en tal razón a ver lo nuestro como malo y lo de afuera como lo mejor, Esto conlleva el deterioro de conceptos claves identitarios de la sociedad. Actualmente ha surgido una tendencia a considerar la importancia de la cultura, como uno de los principales factores dignos de desarrollo de los pueblos, a través de la actividad artística, que constituye una verdadera garantía para la sociedad que busca la preservación de un pasado, para tener un presente significativo capaz de enriquecernos cognitivamente y partir de allí para caminar a un futuro de desarrollo.

En la fundamentación psicológica queremos descubrir lo que se interpreta en una imagen, pueden ser sensaciones, emociones y hechos.

Por ello nos hemos planteado crear un centro cultural donde encasillar todos estos aspectos que pueden interesar a la ciudadanía y al mundo a través de la cultura fotográfica, su avance continuo, sus matices y que pueda ser un lugar en el cual se puedan compartir experiencias del quehacer cotidiano hasta lo profesional, dándole un enfoque divertido, motivante y competitivo para que el individuo amplíe sus conocimientos y perfeccione su habilidad fotográfica.

Dentro de la fundamentación cultural constan ciertos aspectos de índole legal cultural que son solicitados por el Estado Ecuatoriano, para la creación de nuestro centro.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1. ANTECEDENTES.

Ibarra, la ciudad blanca, llamada también Ciudad a la que siempre se vuelve, ofrece una variedad de formas de vida, tradiciones y costumbres procedentes de la diversidad cultural que posee. Es el punto neurálgico de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. De clima veraniego, naturaleza variada y gente cortés, aspectos que proporcionan el interés por conocerla más de cerca entre propios y extraños. Creemos de vital importancia focalizar el progreso con la ayuda de tres gestiones que convergen entre sí:

Gestión turística, pues es considerada como una ciudad de descanso, llamada así por turistas que han disfrutado de una agradable estancia, convirtiendo esta pequeña ciudad, en un lugar único y valioso, que está volviéndose cada vez más apetecible para visitar.

Gestiones Cultural y Artística, porque es rica en arte y cultura, debido a la pluriculturalidad existente en la provincia de Imbabura, cuya capital se diversifica en actividades con las que los individuos se han ido identificando simbólicamente y se han desarrollado mediante conocimientos y vivencias propios de la zona.

Por ello vemos indispensable la creación de un centro cultural de fotografía, que sea capaz de trascender los espacios, a través de ejes complementarios y necesarios como la cultura y el arte, donde está inmersa la imagen, que guarda un significado invaluable, para la preservación de un pueblo anclado a sus tradiciones con una identidad sociocultural dentro de un mundo globalizado que comprenda y use los procesos tecnológicos en bien de nuestro propio beneficio social.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Haciendo un análisis exhaustivo sobre la investigación del centro cultural diagnosticamos la falta de interés por parte de las autoridades locales en promover de manera más dinámica y constante eventos o programas de índole cultural y artística, lo que produce en las personas, falta de educación cultural, desinterés y por lo tanto ignorancia.

Como la ciudadanía es carente de discernimiento cultural, le lleva a considerar que el arte y la cultura no son estrategias poderosas para edificar una ciudadanía, que contribuya para el desarrollo integral de niños y jóvenes.

Puesto que los inversionistas privados no ven en la cultura una oportunidad de negocio redituable, no existen grandes propuestas que capten el interés general.

En consecuencia de esto se han presentado los siguientes efectos: carencia de valores y tradiciones ancestrales, naturaleza cultural pobre, desinterés en la actividad cultural artística dentro de la comunidad.

En conclusión determinamos estos aspectos como sustanciales para la importancia de la creación de este proyecto. Pues la fotografía como enlace entre la cultura y el arte es muy nueva en la localidad, tanto así que no contamos con un lugar específico donde podamos demostrar que ésta es una rama tan importante como son las demás artes audiovisuales; por lo que tenemos un largo camino que recorrer para que trascienda ese espacio que le corresponde.

1.3 ENUNCIADO O FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo implementar un Centro Cultural de Fotografía que brinde la posibilidad de conocerla de una forma técnica artística y cultural, utilizando equipos nuevos en el mercado para la ciudadanía?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

Objetivo de la Investigación: Este trabajo se lo realizó con la finalidad de establecer que tan factible sea la creación del centro cultural de fotografía, y también comprender si tendrá la acogida de la ciudadanía.

Público Objetivo: Niños y jóvenes desde los 12 a 24 años de edad.

Espacio geográfico: Ciudad de Ibarra.

Tiempo: Este trabajo se lo realizó durante el año 2014.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

- Estudiar la factibilidad para la creación de un centro cultural de fotografía con el afán de fomentar el arte y la cultural.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Investigar el grupo objetivo para sustentar la creación del centro cultural de fotografía.
- Definir los tipos de servicios que brindaría el Centro Cultural de Fotografía "Ibarra" para el desarrollo cultural de la ciudad y realizar la propuesta alternativa.
- Determinar el plan de negocios para el Centro Cultural de Fotografía "Ibarra" que estará dedicado a fomentar la fotografía como arte y aporte para el desarrollo integral de las personas, perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1.6 PREGUNTAS DIRECTRICES.

- ¿Qué propuesta debemos generar para conseguir el interés en la ciudadanía?

Al interpretar a la imagen fotográfica como una opción comunicacional, vincularemos a nuestro público objetivo con el resto de la sociedad, directamente entre artista y audiencia, llevándoles a identificar al enriquecimiento espiritual y valórico de las personas. Dentro de este contexto, todo lo que desarrollaremos en la práctica y la teoría será reconocido en el ámbito cultural, mediante la promoción continua de nuestra agenda, y de esta manera contribuir para una sociedad más abierta a la convivencia en armonía, respeto y tolerancia, como parte de nuestro rol social y cultural.

- ¿Cómo lograr que las autoridades locales promuevan continuamente el arte fotográfico?

Como primera opción presentar una campaña de lanzamiento publicitaria, un catálogo de servicios donde esté detallada la imagen e identidad corporativas más todo lo que realizaremos a futuro. Y a continuación por ser un centro cultural legalmente constituido, esto nos facilita establecer alianzas estratégicas, convenios y otros contratos legales, no solo con entidades públicas y privadas, sino también afines, como de diferentes servicios con las que podamos apoyarnos mutuamente, y contar con los suficientes recursos humanos y financieros orientados a una sinergia mutua.

- ¿Qué recursos deberíamos aplicar para que la gente amplíe sus escasos conocimientos culturales a través de la fotografía?

Posterior a la campaña de lanzamiento, promocionamos todo lo que tenemos planeado realizar: los cursos, con sus respectivas exposiciones sobre diversas temáticas, talleres, foros y conferencias, todo esto como punto de reflexión sobre la producción, promoción y difusión de la expresión fotográfica, fundamentalmente porque hay aspectos que contribuyen a enriquecerla desde una mirada contemporánea y convertirla como un espacio de configuración de una política de diálogo social y participación de la comunidad artística. Respondiendo a sus necesidades y expectativas y, por otro lado, fomentar el gusto por el arte que le lleve a buscar su propio lugar de crecimiento humano y espiritual.

1.7.JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

La alternativa de este proyecto se basa en el área específica de la fotografía tomando en consideración que está siendo frecuentemente

utilizada por las personas. Por ello es necesaria la creación de un espacio que ayude a la conservación del arte contemporáneo.

En tal virtud manifestamos que el apoyo de las autoridades es de mucha importancia porque Ibarra es un punto estratégico para atraer la atención de visitantes de otras localidades. De aquí el interés por la creación del centro cultural, el mismo que tiene por principio manejar la fotografía como medio fundamental de expresión artística, para contribuir eficazmente a desarrollar una sensibilidad por la estética, avivar la imaginación creativa y estimular una apreciación reflexiva de los aspectos visuales que nos rodean para intervenir en la conciencia social de la gente. Contiene algunas actividades: organización de cursos, donde los chicos puedan establecer el interés y amor por el arte y la cultura. La presentación de exposiciones más que por ser también un medio de atracción cultural abre una visión en el tema fotográfico y sus variadas aplicaciones. En el desarrollo de foros, charlas, y talleres a efectuarse, los asistentes estarán instruidos en la composición fotográfica, y una serie de buenas prácticas para el desarrollo de técnicas y creatividad.

Y como beneficio para la comunidad, la posibilidad de que en las exposiciones se muestran imágenes construidas desde la mirada íntima y personal de cada autor, donde el referente identificativo y local es desplazado hacia una realidad documentada, abierta, capaz de narrar sucesos que pueden acontecer en cualquier parte, cualquier día, y donde la agudeza y lucidez de esa mirada interpela al espectador, generando las reflexiones y cuestionamientos imprescindibles en toda obra contemporánea.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1.1 CENTRO CULTURAL.

Plazola Cisneros Alfredo, (1997) dice:

Los centros culturales surgen para albergar las áreas de conocimiento, como la ciencia, la tecnología, artes plásticas, actividades artísticas y culturales. Es un foco cultural que atrae gente de todos los niveles socioculturales. Su función es divulgar las creaciones artísticas y tecnológicas de la comunidad en que se encuentra inscrito e intercambiarlas con las de otras regiones e, incluso, con otros países. Por ello se han convertido en un espacio destacado en cada sociedad. (Pág. 603) según la “Enciclopedia de la Arquitectura Plazola” Tomo III, de Plazola Cisneros Alfredo, 1997.

Latinoamérica y el Caribe, poseen regiones diversas, pero su cultura es muy similar, con origen, riqueza e igual problemática social, donde la democracia juega un papel importante en la ciencia y tecnología, por ello debe ser ampliamente expuesta para alcanzar la popularidad de la ciencia y tecnología, para favorecer el intercambio y aprovechamiento de recursos.

Tagüeña Julia, “Los museos latinoamericanos de ciencia y la equidad” ha dicho:

Uno de los diferentes medios para hacer que lleguen a la sociedad la ciencia y la tecnología son los museos de ciencia, para popularizarlos mucho, ya que ésta tiene contacto directo con quienes son observadores directos, en contraste con otros medios de comunicación, como textos o un programa radial.

En sus instalaciones pueden agruparse varias actividades de educación no formal y divulgación de la ciencia. El museo es insólito, porque brinda nuevos conocimientos a las personas que acceden a éste. Es el segundo lugar más visitado luego de las bibliotecas, al que acuden estudiantes de todos los niveles para recabar información. En lo que respecta a difusión de la ciencia, promete una gran oportunidad a quienes exponen para que lo hagan con brillantez y creatividad, respetando el juicio previo del visitante. Quien divulgue debe investigar con veracidad un compromiso con conocimientos científicos de cada concepto. Finalmente, tiene la responsabilidad de ofrecer lo que el público desea saber. Si hacemos un breve análisis de la historia de los museos, podemos decir que la palabra museo proviene del griego museo, ‘lugar donde habitan las musas’. En la época del Renacimiento, museo era el espacio que comprende piezas hermosas e importantes en la cultural. Y es en el siglo XIX cuando abren sus puertas al público se juntan en cierto sentido con las universidades. En el siglo XX, a medida que la ciencia avanza, la sociedad tiende a consumir gran cantidad de productos tecnológicos sin conocer sus funciones, esto surge en 1960, y aparecen los museos interactivos de ciencia, siendo pionero el Exploratorium de San Francisco, Estados Unidos, con su creador Frank Oppenheimer, físico investigador, quien plantea que con la interactividad el visitante puede situarse en el lugar de un científico y aprender su manera de trabajo...[...]

En América Latina existen grandes dificultades como diferencia entre clases sociales por lo que no se puede contar con el apoyo suficiente para ayudar a la población con algún tipo de discapacidad, además de inequidad de género...Es también un foro abierto al público para la pluriculturalidad, ya que el lenguaje museográfico rompe barreras, pues maneja mensajes multisensoriales. Los objetos expuestos, e ilustraciones promueven el aprendizaje y permiten establecer un puente entre el pasado y el presente. En el museo se acepta que el visitante tome un concepto de acuerdo a su entendimiento, porque no interesa nivelar sus experiencias sino respetar su manera de pensar. El museo es un espacio para la comunidad, está al servicio permanente de la sociedad y de su desarrollo, que, preserva, investiga, hace adquisiciones, informa y exhibe, con fines de estudio, formación, complacencia, evidencia, para el hombre y el medio. El museo debe estar sumido en la sociedad, para reflejar cambios culturales. Los museos deben ser espacios para el bien de la comunidad. Sus funciones son recopilar, preservar, investigar, exhibir e ilustrar. Esta última es una de las más importantes, porque sirve de enlace entre el museo y la sociedad. Sus principios en común a todos los demás centros de ciencia son suscitar la cultura científica y las técnicas, difundir los conocimientos para ser de apoyo a la educación, siendo éste el principal interés. Se sabe que los museos de ciencia son centros de aprendizaje informal, de manera espontánea. No se puede obligar a universalizar los conocimientos individuales, que cada quien tiene, porque éstos son propios de cada individuo. Por medio de tres componentes del aprendizaje: conceptos o cognitiva, de procedimientos y afectiva, que es donde el museo puede incidir en sus visitantes. Por tal razón los objetivos de un centro de ciencia son avivar la preocupación por la ciencia y la tecnología, exponer argumentos científicos de manera visible, donde instaurar el interés entre los involucrados en la ciencia: escuela, universidad, científicos, e industria. Así los observadores aprenderán no sólo de manera cognitiva sino también afectiva, aunque no se debe olvidar el contexto socio-cultural para ofrecerles un ambiente único. Se debe hacer estudios de público y hacer métodos de evaluación

continua para mejorar la calidad del servicio. Un museo debe desplegar programas determinados, para la población más vulnerable... [...]

Los museos de ciencia de América Latina tienen influencia occidental, pero han ido tomando propia consistencia, introduciendo aspectos culturales y étnicos que involucren estímulos afectivos que hagan la visita inolvidable. Para ello se usan referencias históricas y fuerte apoyo en el arte. La Red de Popularización de la Ciencia para América Latina y el Caribe está contribuyendo a que estas experiencias se compartan y además se presenten en foros internacionales al resto del mundo (Pág. 420 a 425).

La Red de Popularización para América Latina y el Caribe

Los seres humanos necesitamos sentir que pertenecemos a un mundo. Pero ¿qué es un mundo? Un mundo es un entorno, un marco dentro del cual todo guarda alguna relación con nosotros y nos resulta significativa. La mayoría de latinoamericanos nunca ha estado en un museo de ciencia, por lo que no ha obtenido enriquecimiento científico. El reto es lograr alcanzar a una población cada día mayor. Y si es necesario construir más museos, y donde los hay buscar promoverlos más. Hay museos de varios tamaños y estilos: universitarios, infantiles, grandes, medianos, pequeños y al aire libre. Todos son válidos en tanto cumplan con la misión de popularizar la ciencia y la tecnología... [...]

Arte es el lenguaje universal que no posee fronteras e invoca a las emociones. Por una parte es reflejo de la diversidad, ya que cada cultura tiene otras expresiones artísticas, pero con un mismo lenguaje que unifica, lo que nos puede afectar, llorar, hacer reír sin importar el lenguaje materno del artista. Tal vez Albert Einstein es el científico más popular y

conocido. Por lo que sus anécdotas personales tienen gran influencia en diversos temas: “donde el mundo cesa de ser escenario de nuestros deseos y esperanzas personales, donde vemos al mundo como seres libres, admirando, preguntando y observando, allí entramos al reino del arte y la ciencia”. La más estrecha relación entre ciencia y arte consiste en el hecho de que las ideas de la ciencia podrían despertar en un emotivo receptor la misma emoción que una obra artística bien hecha y que la mente que crea disfrute igualmente produciendo arte que ciencia y que las dos cumplan una necesidad de aprehender e interpretar lo real.

Arte/Ciencia: La relación entre el arte y la ciencia está en boga, en todo el círculo de museos de ciencia. Pero no quiere decir que América Latina ha llegado tarde a ello, sino que son promotores activos. Generalmente, el tratamiento que otorgan los museos a esta temática es explorar los siguientes aspectos: el poder de la ciencia en el arte, modelos de arte científico, impacto de los progresos científicos en las técnicas del arte. El arte también es usado como impulso para la difusión de la ciencia, para alcanzar a un público numeroso, porque se ramifica al lenguaje y a las fronteras geográficas, y porque evoca a las emociones. El reto específico de un museo de ciencias no sólo es mostrar presentar los efectos de la ciencia, sino transferir el proceso creativo para llevar a los científicos a esos resultados.... Es ésta relación más estrecha entre la ciencia y el arte: en las analogías de métodos creativos del artista y del científico. El arte logra igual finalidad al despertarnos el amor, y respeto por las culturas que lo producen. Los museos, al mismo tiempo, han conquistado, puesto que no son sólo lugares para exposición sino que son centros culturales donde coinciden actividades que implican diversos aspectos como el arte y la educación. Un museo, aparte de provisionar información de manera continua, es un componente importante en la comunidad. Es una herramienta educativa que cumple un papel trascendental en las sociedades modernas y democráticas. Permite conocer directamente el

acervo cultural que le puede trasladar a un futuro provisorio en su actividad profesional.

Algunos Museos de América Latina:

- Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires MALBA
- Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia BCB
- Museu da Pessoa Museu Virtual (Brasil)
- Colección Virtual de Patrimonio Artístico y Arquitectónico Chileno y Latino Americano Pontificia Universidad Católica
- Museo Interactivo EPM (Colombia)

Aquí una lista de algunos Museos y Centros Culturales del Ecuador

- Alianza Francesa (Quito)
- Capilla del Hombre Guayasamín
- Casa Cultural Trude Sojka
- Casa de las Artes La Ronda
- Casa del Alabado – M. de Arte Precolombino
- Casa la Karakola
- Casa Museo Kingman
- Casa Museo Manuela Sáenz
- Casa Museo María Augusta Urrutia
- Centro Cultural Libertador Simón Bolívar (Guayaquil)
- Museo Antropológico de Arte Contemporáneo (Guayaquil)
- Museo Municipal de Guayaquil
- Museo Nahím Isaías (Guayaquil)
- Museo Presley Norton (Guayaquil)
- Museo de Historia de la Medicina "Guillermo Aguilar Maldonado (Cuenca)

- Museo del Banco Central (Cuenca)
- Centro Cultural Benjamín Carrión
- Centro Cultural del Instituto Geográfico Militar
- Centro Cultural Metropolitano
- Centro de Arte Contemporáneo de Quito

Centros de Arte y Museos en Ibarra:

- Museo del Banco Central-Ibarra
- Centro de Gráfica Internacional
- Centro Cultural Nicolás Herrera

La idea de la creación del centro cultural nace de dar un enfoque directo a la acción de la fotografía como medio principal y exclusivo para el afianzamiento cultural. Trata de involucrar a toda la comunidad sobre el arte y la cultura, pues esto señala que debe ser un medio de identidad y expresión cultural.

Como también el reconocimiento social hacia las diferentes regiones del país a través de la tecnología artística donde se promueva el crecimiento artístico y se incentiven nuevos aspectos de visualización sobre gestión cultural.

Augusto Barrera dice:

Una de las prioridades de trabajo en los centros culturales y museos del distrito es el desarrollo de proyectos que fomenten la creatividad, la memoria y el patrimonio. Pensamos en exposiciones permanentes, temporales e itinerantes; investigaciones históricas y socioculturales en talleres, residencia y eventos; en labores de

conservación y restauración de objetos y espacios patrimoniales. (Pág. 3), según “Premio Brasil Arte emergente 2013”, Augusto Barrera Ex Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, (2013).

Nuestra prioridad en el centro cultural de Ibarra es la participación directa de niños, jóvenes y adultos en el proceso de creatividad, constatación y protagonismo en la fotografía para construir una memoria ciudadana para la conservación del patrimonio cultural. La programación de exposiciones continuas será atribuida a la investigación social e histórica en nuestros talleres, a través de los cursos que estaremos dispuestos a realizar. Los debates que se generen dentro de foros, talleres, conferencias, servirán para el enriquecimiento y valoración de la comunidad hacia sus raíces.

Todo esto como un mecanismo que ayude a incrementar la producción artística de la ciudad mediante diversas visiones que permitan adentrarse estratégicamente a la iniciativa artístico- cultural.

La visión de esta gestión genera nuevos espacios expositivos, para crear, promocionar, intercambiar y difundir el arte contemporáneo enmarcado dentro del proyecto de fomentar nuevos artistas que salgan de este centro. Al facilitar el reconocimiento de estos artistas estaremos brindando la oportunidad de mostrar su trabajo hacia la ciudadanía mediante los medios de comunicación.

2.1.2. MODELO DE UN CENTRO CULTURAL DEL ECUADOR.

2.1.2.1. CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE QUITO.



Ref: Imagen de Andrea Ortiz y Marisela Ibujés.

El Centro de Arte Contemporáneo está ubicado en las calles Montevideo y Luis Dávila, Antiguo Hospital Militar, Quito-Ecuador, su página web es www.centrodeartecontemporaneo.gob.ec.

Este centro se inicia como un museo bicentenario que trataba sobre la historia de Quito desde el 2000 al 2003, en la Alcaldía de Paco Moncayo y luego en la Alcaldía de Augusto Barrera se forma como Centro de Arte Contemporáneo el cual es parte de la Fundación de museos de la ciudad de Quito; es un espacio que quería albergar a nuevos discursos contemporáneos, este centro maneja el Premio Mariano Aguilera que consiste en incentivar la producción de arte nacional, reconocer tanto la trayectoria de los participantes como la generación de nuevos proyectos,

para confirmarlo tomamos el siguiente artículo:

“Que, el artículo innumerado 19, primer inciso de la Ordenanza Metropolitana No. 0224 (Ordenanza No. 0224), sancionada el 11 de abril de 2012, establece que: *“El Premio Nacional de Artes Mariano Aguilera incentivará la producción de arte nacional, y reconocerá tanto la trayectoria de los participantes como la generación de nuevos proyectos, a través del Premio Nuevo Mariano...”*;(2014), RESOLUCIÓN No.A0009, DR. MAURICIO RODAS ESPINEL, ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

El centro de arte tiene una sala llamada CAC-LAB, es una sala de proyectos estudiantiles, esta es el nexo del centro con lo que es la academia, las universidades y carreras de arte de la ciudad, las exposiciones que aquí se realizan son a través de convocatorias de los proyectos que hacen los estudiantes de las carreras de arte de las universidades con las que el centro tiene convenios; a parte de las exposiciones el centro también realiza foros, charlas, proyecciones de video e inauguraciones.

Estas exposiciones duran de uno a dos meses, las exposiciones al año son de ocho a diez, dentro del centro de arte hay de cuatro a cinco salas de exposiciones, los pabellones y el patio, estos espacios se prestan para eventos culturales, también se arriendan a eventos privados para lo cual existe el departamento de eventos que coordina las cotizaciones; cuando una persona particular desea alquilar el local para realizar una exposición se presenta el proyecto a la directora para que sea aprobado.

2.1.3. FOTOGRAFÍA



Joan Fontcuberta.

Réf: Imagen de <http://www.abc.es/20111124/cultura/abci-premio-nacional-ensayo-fontcuberta-201111241522.html>

La fotografía es un signo que, efectivamente, requiere para su consecución una relación de causalidad física con el objeto. El objeto se representa a sí mismo mediante la luz que refleja. La imagen no es más que el rastro del impacto de esa luz, sobre la superficie fotosensible: un rastro almacenado, un rastro-memoria, (Pág.78). Según el libro “El beso de Judas, Fotografía y verdad” de Joan Fontcuberta.

Es una huella específica con acciones conscientes de obtener una memoria o una imagen indexa, además de ser un medio referencial porque da un equivalente físico y material. Pues la memoria es un proceso activo y creativo que implica un reciclaje continuo de preceptos y conceptos. Comparadas entre sí (memoria y fotografía), con la primera percibimos de un modo mental, mientras con la otra de un modo material. Entre tanto el oficio de la memoria es traer algo del pasado al presente, en el aspecto mental y espiritual. Por lo tanto, una imagen es la huella

visual que queda en nuestra mente cuando cerramos los ojos, sólo podemos verlas a través de la memoria.

Ahora la función del Centro Cultural de Fotografía Ibarra es manifestar que la imagen fotográfica se convierta en significativa y memorable. Mirar a través del lente el mundo que nos rodea concede a los fotógrafos la facultad de verificar el detalle más pequeño entre el hombre y su entorno, y construir la memoria visual.

Simbolizamos el atractivo que cobra esta actividad, como una fuente que hay que revalorizar, tomando en cuenta el trabajo y esfuerzo para la recuperación del patrimonio visual de la sociedad actual. Pero al mismo tiempo, la contemplación de las fotografías, cautiva la atención del lector por el atractivo que sugiere el instante fotográfico, un corte temporal y espacial, que nos resitúa e ilustra lo que previamente hemos imaginado a través de la lectura.



Susan Sontag

Ref: http://www.goodreads.com/author/show/7907.Susan_Sontag

“Las fotografías son en efecto experiencia capturada y la cámara es el arma ideal de la conciencia en su talante codicioso. Fotografiar es

apropiarse de lo fotografiado. Significa establecer con el mundo una relación determinada que parece conocimiento y por lo tanto poder". Sontag Susan (Pág. 16).

Dicho así la imagen fotográfica nos faculta a entrar al mundo, donde se encapsula la imagen, donde relacionándonos directamente con el exterior, hacia el conocimiento. En la manera de conocer moderna, debe haber imágenes para que algo se convierta en "real". Las fotografías identifican acontecimientos. Las fotografías les confieren importancia a los acontecimientos y los vuelven memorables. Para que una guerra, una atrocidad, una epidemia o un denominado desastre natural sean tema de interés más amplio, han de llegar a la gente por medio de los diversos sistemas (de la televisión e internet a los periódicos y revistas) que difunden las imágenes fotográficas entre millones de personas.

En la forma de observar actualmente, la realidad puede ser conceptualizada como apariencia, que puede ir cambiando continuamente. Una fotografía registra lo aparente. Su registro es el cambio del olvido al desentierro del pasado. Se cree que las obras de grandes fotógrafos comprometidos socialmente es a menudo condenada si se parece demasiado al arte. Y juzgada la fotografía como arte se le puede condenar de igual manera. Nos muestra eventos y circunstancias que si no son del todo aceptables nos pide mantener la distancia. Es así que en un lugar donde se exhiben fotos, somos proclives a ver lo que a lo mejor desagrada, pero que no deja de ser verdad y nos pide ser testigos de una prueba de necesitar tolerancia. O a menudo simplemente nos invita en casi toda la fotografía contemporánea más perfecta a centrar la vista en la trivialidad y disfrutarla, recurriendo precisamente a hábitos de la ironía o al simple reconocimiento de la belleza abstracta, que afirman las exposiciones.

2.1.4. HISTORIA BREVE DE LA FOTOGRAFÍA.

De acuerdo a Gerry Badger (2009), se hace uso a partir de 1500 a 1800 de la cámara oscura, que constaba de una caja con un objetivo en un extremo y cristal esmerilado en el lado contrario, contra este se proyecta la imagen, y viene hacer el principio óptico básico de la fotografía. Luego se descubre el principio químico básico de la fotografía cuando la sales de plata se oscurecen por el contacto con la luz.

Es Joseph Niépce quien toma la fotografía más antigua aún con cámara oscura más una placa de peltre pulida recubriéndola con betún de Judea. Dejándole a exposición por ocho horas lo que da lugar a una fotocopia. Niépce se une a Daguerre para realizar experimentos fotográficos.

William Henry Fox Talbot utiliza papel sensibilizado con cloruro de plata en la cámara oscura y ensaya así el revelado fotográfico. Haciendo uso de su pequeña cámara artesanal en 1835, obtiene el negativo fotográfico más antiguo existente en la actualidad, lo que establece la base para la fotografía moderna.

Talbot se auto proclama inventor de la fotografía. Mejora su proceso y lo denomina calotipo.

Daguerre mejora el proceso fotográfico práctico, llamándose luego el daguerrotipo, formando la imagen de una placa de cobre con plata sensibilizada con yodo, este proceso no se puede reproducir sino re fotografiándose y con una pérdida de calidad.

En Londres a partir de 1851 se da una gran exposición en Hyde Park, siendo esta la primera muestra de fotografía de la historia, con 700 expositores internacionales.

De 1861 a 1862 Nadar usa lo que hoy llamamos el flash (luz artificial) para hacer tomas de cloacas y catacumbas de París.

Julia Margaret Cameron ama de casa británica toma retratos de primer plano de hombres y mujeres famosos.

Alfred Stieglitz publica su propia revista Camera Work cada trimestre donde consta fotografía artística y arte contemporánea de manera continúa hasta 1917. Publica también el periódico de Club de la cámara de New York (Camera notes 1902).

Paul Strand joven fotógrafo que presagia el inicio del modernismo y el fin del pictorialismo tomando imágenes de Wall Street y Blind Woman clásicos del modernismo.

En 1925 aparece la cámara Leika con una película de 35mm que permite trabajar rápido con luz disponible y cambia el fotoperiodismo y la fotografía de documento social.

En 1929 se forja un grupo de fotógrafos vanguardistas de California fundando el grupo f.64 promoviendo la fotografía directa. Algunos de sus miembros son: Edward Weston, Ansel Adams, Imogen Cunningham, Willard Van Dike.

La nueva época del fotoperiodismo es forjada con las nuevas cámaras en miniatura Henry Cartier Bresson y otros las utilizan para tomar imágenes de la cotidianidad y eventos políticos turbulentos. Bresson toma la fotografía más famosa “Picnic en el Marne”.

Ansel Adams con su más famosa foto (Luna Hernandez, Nuevo México). Es uno de los fundadores de la revista fotográfica Aperture editada por White una de las más importantes de la década de los 60 y 70.

En 1945 se publican fotografías de los campos de concentración que causan indignación.

Universidades y museos estadounidenses dan prioridad a la fotografía ofreciendo cursos avanzados, donde se la llega a reconocer como una forma artística. Con gran cobertura sobre la guerra de Vietnam.

En 1968 aparecen jóvenes fotógrafos y escritores japoneses: Daido Moriyama y Takuma Nakahira quienes cuestionan valores artísticos ya establecidos fundan la revista Provoke con profundos efectos de fotografía en Japón. Este primero publica un libro de fotografía de los más oscuros y radicales “Adiós, fotografía” cuyas copias de primera edición están valoradas aún entre los siete y ocho mil dólares.

Susan Sontag publica su libro “Sobre la fotografía” desafiando la visión moderna la cual le resta importancia como forma de arte.

Se introduce la fotografía digital en 1988 lanzando las primeras cámaras y escáner.

En la década del 2000 es muy criticada en el mercado la fotografía digital. Por lo que numerosas empresas anuncian el cierre de fabricación de cámaras analógicas y películas (Pág. 240 a 249).

2.2.FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA.

2.2.1. TÉCNICAS DE FOTOGRAFÍA

2.2.1.1. EXPOSICIÓN

La exposición es el acto de hacer una fotografía. Técnicamente, también es la cantidad total de luz que incide sobre la película o el sensor en la cámara. Una combinación apropiada de intensidad y duración para la sensibilidad de la película o el sensor proporcionará una exposición correcta, con detalle en zonas oscuras y claras". (Pág. 94), Präkel David.

Para hacer buenas fotografías debemos analizar la importancia de la exposición y los factores que identificaremos y puedan proporcionar los parámetros necesarios para que sea fotos expuestas correctamente. Para ello es fundamental saber y conocer bien los elementos que pasan a través de la luz y su manera de influir en éstas. Debemos tener muy claro el uso y función de la cámara con el diafragma, obturador y sensor.

Así que la buena exposición de una fotografía es lo primero, independientemente de una buena o mala composición.

Existen tres situaciones importantes para la obtención de una buena fotografía:

Subexposición, que es la carencia de luz por lo tanto es una fotografía oscura.

Exposición correcta recoge la cantidad de luz necesaria para que sea una fiel copia de la verdad.

Sobreexposición cuando hay demasiada luz y la fotografía se quema.

2.2.1.2. ABERTURA Y PROFUNDIDAD DE CAMPO

“La profundidad de campo es exclusiva de la fotografía y viene determinada tanto por la abertura del objetivo como por la proximidad de la cámara respecto al sujeto”. (Pág. 50), Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly.

Es la distancia de adelante hacia atrás del punto que hemos enfocado para que se nítida una foto. Mientras sea mayor la apertura del diafragma será menor la profundidad de campo, al hacer la toma de una foto se pueden tomar en cuenta que partes serán enfocadas y que partes no. La profundidad de campo puede ser reducida para que el objeto sobresalga; mientras la profundidad de campo amplia sirve para dar a la escena más nitidez y ningún detalle este olvidado.

2.2.1.3. VELOCIDAD DE OBTURACIÓN.

“Al ajustar manualmente la velocidad de obturación se capta una gama más amplia de sujetos en movimiento; aunque saber cuándo pulsar el disparador es algo bastante distinto”. (Pág. 54), Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly.

Jugar con la velocidad de obturación supone un aprendizaje correcto y en la práctica continua porque así abrimos puertas a la creatividad para lograr efectos variados. El obturador regula el tiempo en el que llega la luz al sensor de la cámara.

Para aprender a manejar la velocidad de obturación, en las cámaras existen controles manuales que permiten configurar la velocidad de obturación y el diafragma.

Podemos experimentar con un chorro de agua a varias velocidades, entonces tratamos de congelar el agua a altas velocidades y conseguir un delgado hilo con bajas velocidades. Gracias a esta técnica podemos jugar con elementos que tengamos a nuestro alcance y obtendremos resultados sorprendentes.

2.2.1.4. ENFOQUE.

“La mayoría de las cámaras tiene un indicador de autofocus en el centro del visor. El sistema se activa cada vez que se pulsa ligeramente en el disparador. A pesar de la comodidad del autofocus, casi todas las cámaras de formato medio y gran formato usan objetivos de enfoque manual”. (Pág. 56, “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly, 2005).

Existen dos formas básicas de hacer el enfoque: el automático y el manual.

El automático existe en cualquier tipo de cámaras digitales, y es la cámara la que se encarga de hacerlo para que el objeto sea nítido. Presionamos el disparador hasta la mitad esperamos que la cámara indique de forma visual o con sonido que ha enfocado y luego presionamos el disparador hasta el fondo para hacer la foto.

El manual es utilizado en la fotografía macro para definir el punto exacto a enfocar. Para fotografiar un retrato se requiere centrarlo en cierta expresión o característica del rostro.

2.2.1.5. LUZ NATURAL.

Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly:

La luz es el material en bruto más importante en fotografía, aunque puede cambiar en un instante. A primera hora de la mañana la luz es sobre todo azul, de modo que se obtienen unas imágenes de un tono frío. Las fotografías tomadas al mediodía, con el sol en el cenit, tienen un color más neutro, aunque al final del día y a primera hora de la tarde la luz se torna más cálida”. (Pág. 60).

Para adquirir una imagen con una buena luz natural es necesario conocer lo siguiente: estudiar la luz en un espacio determinado para saber cuál es el momento adecuado para tener la imagen deseada.

Planificar las actividades en función de la luz, como ya sabemos esta varía durante el transcurso del día. A más de utilizar la luz natural es necesario usar luz artificial como filtros, reflectores y difusores.

2.2.1.6. FLASH

El flash es un destello breve e intenso de luz fotográfica. Es diferente de la luz continua, cualquier fuente de iluminación que brilla sin interrupciones. El destello tiene una duración breve y debe sincronizarse con la abertura del obturador de la cámara. El flash se puede equilibrar con otras fuentes de iluminación (luz de relleno)". (Pág. 109, 2005, Según el libro "Diccionario Visual de Fotografía" de David Präkel).

La luz natural no es suficiente en muchas ocasiones para ello utilizaremos el flash, los diferentes tipos de flash que nos ofrece el mercado son: flash integrado en la cámara, flash externo portátil, flash anulas o de anillo y flash de estudio.

El flash en un estudio nos ayuda a obtener imágenes con diferentes tipos de iluminación y efecto.

Los fabricantes han creado flashes muy complejos y de difícil manejo, por lo que intentamos acercar a una sencilla forma del uso de flashes externos que no es complejo utilizarlos, y la variabilidad de estos depende de la ocasión que lo amerite.

2.2.1.7. COMPOSICIÓN

“La composición consiste en la organización de los elementos de una escena a través del visor de la cámara. Con sujetos inamovibles o fuera del alcance, como un paisaje espectacular, la composición se ve influenciada por la posición de la cámara y la elección del objetivo”. (Pág. 66), Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly.

Para una buena composición hay que escoger el motivo sobre el cual va hacer la fotografía y se le llama centro de interés, hay que tomar en cuenta que no existan demasiados elementos así la arruinaremos.

Con la elección de nuestro centro de interés crearemos ciertos factores psicológicos: en este tema influye el significado del color el cual debemos tomar en cuenta al momento de revisar nuestros oscuros y claros de la foto, además está el número de elementos que queremos incluir en la composición que es el 3 cuando pasa de este número puede quedar sobrecargada.

Dentro de la composición de las fotografías existen dos temas que son la regla de tercios y la proporción aurea, algunas cámaras fotográficas en su menú tienen la opción para trabajar con la regla de tercios.

2.2.1.8. COLOR.

“Las combinaciones de color pueden resultar desconcertantes a veces, aunque es posible lograr buenos resultados si se trabaja con una paleta de colores restringida”. (Pág. 70), Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly.

El color es un elemento básico en la fotografía con el cual creamos muchas respuestas emocionales, al realizar una composición en base al color debemos tomar en cuenta que muchos colores no se llevan como los colores fuertes y se creará una imagen desagradable.

Además en la actualidad tenemos programas que nos permiten manipular los colores de acuerdo con lo que queramos lograr como lo es cambiar una foto con color a blanco y negro o viceversa.

2.2.1.9. BLANCO Y NEGRO

“Con motivos que resultan poco evocadores en color, el blanco y negro puede suponer una gran diferencia”. (Pág. 74), Según el libro “Manual Completo de Fotografía” de Tim Daly.

Se ha dicho muchas veces que una fotografía queda mejor en blanco y negro así que antes de disparar debemos decidir para que al momento de disparar se active en modo RAW y queden registradas en jpeg y tener un buen archivo, como ya mencionamos antes los programas también nos ayudan con el cambio de los colores o bien le podemos dar color a fotos que estén en blanco y negro.

Con esta técnica podemos tomar en cuenta la luz, la dirección de las luces, las sombras, el fondo, se dará más interés al motivo de la fotografía el cuál podría ser melancolía, inquietante, misteriosa, podemos enfatizar una mirada y la composición de un paisaje.

2.2.1.10. FILTROS

Los filtros son láminas de vidrio o plástico transparentes que modifican la luz que atraviesa el objetivo. Algunos cambian el color de la luz, otros, sus propiedades físicas. Los del último tipo (filtros de densidad neutra, degradados y polarizadores) se utilizan en cámaras digitales y de película. La mayoría de los filtros de color utilizados para cambiar la temperatura de color de una imagen o para crear efectos especiales en blanco y negro sólo se pueden emplear con película. (Pág. 102), según el libro “Diccionario Visual de Fotografía” de David Präkel”.

Los filtros existen desde hace mucho tiempo y pueden utilizarse de diferentes formas, estos dependiendo del motivo de la fotografía pueden ahorrar el retoque en el computador, acorde con la manera de pensar de este fotógrafo del cual hemos citado la siguiente frase:

“El verdadero fotógrafo trabaja con la luz, no con el ratón”, Raúl A. Mezquita Photography.

En cuanto a la interpretación de esta frase me parece que si un verdadero fotógrafo debe saber el lugar y el momento adecuado para una buena fotografía, cualquiera puede sentarse frente a un computador y con el conocimiento necesario de los programas para retoque fotográfico podemos darles a las fotos el resultado que queramos lo cual le quita originalidad a una fotografía tomada en el instante.

Existen varias marcas, formas, tipos de filtros los cuales son algunos y también está el costo, si se quiere trabajar con filtros hay que decidir

cuales queremos ya que su importación es bajo pedido y antes de adquirir más ya se tendrá experiencia con los anteriores.

2.2.1.11. MANIPULACIÓN DIGITAL.

Según el libro de Tim Daly (2005):

Desde la aparición de las cámaras digitales, las posibilidades creativas para el fotógrafo se han incrementado enormemente. En una imagen digital, es posible cambiar el color y la saturación con el fin de crear una nueva versión. Adobe Photoshop es el programa más popular entre los fotógrafos. Entre otras cosas, ofrece sofisticadas herramientas para la edición de una imagen creativa”, (Pág. 86), “Manual Completo de Fotografía”

La manipulación digital de las fotografías se ha vuelto popular gracias a la existencia de varios programas digitales hechos para este tipo de actividades, este tema se volvería contradictorio con el tema de filtros ya que dice que es mejor una foto original antes que manipularla en el computador.

Para la creación de anuncios publicitarios es común que manipulen las fotografías realizando montajes de una, dos hasta tres fotografías para obtener el concepto deseado que vaya acorde con lo que el cliente necesita para vender su producto, o también las estrellas de cine son retocadas para las revistas, parece que sería un poco difícil identificar cuáles son retoques y cuales fotografías son originales.

2.2.2. MUSEOGRAFÍA

La museografía da carácter e identidad a la exposición y permite la comunicación hombre/objeto; es decir, propicia el contacto entre la pieza y el visitante de manera visual e íntima, utilizando herramientas arquitectónicas y museográficas y de diseño gráfico e industrial para lograr que éste tenga lugar.

Se trata de la puesta en escena de una historia que quiere contar el curador (a través del guion) por medio de los objetos disponibles (la colección). Tiene como fin exhibir el testimonio histórico del ser humano y de su medio ambiente para fines de estudio y/o deleite del público visitante (Pág.1, Dever Restrepo Paula & Carrizosa Amparo, División de museografía, Museo Nacional de Colombia, “Manual Básico de montaje Museográfico”).

La documentación que hemos anexado en esta parte de la fundamentación ha sido gentilmente donada por el Centro de Arte de Quito para logra un efectivo manejo de las obras en las exposiciones del centro.

Según la Guía de iluminación Museos, Edición: 20.02.2012 | Versión actual bajo www.erco.com :

2.2.2.1. ILUMINACIÓN

Tipo de iluminación

Iluminación general directa e indirecta.

Se denomina iluminación general directa/indirecta la que, siendo una combinación de estas dos iluminaciones, está referida a un plano de trabajo horizontal. El techo o la pared sirven a su vez como superficies de reflexión. El aumento de la iluminación en las zonas perimetrales del espacio lo hacen aparentar más abierto (Pág. 118).

Bañar simétricamente

“El bañado simétrico produce una iluminación uniforme en los objetos o superficies. La iluminación bañadora se caracteriza por una elevada uniformidad y un gradiente cálido de la distribución luminosa. Los espacios iluminados adquieren realce mediante el bañado”. (Pág. 121).

Proyecciones

“Los proyectores sirven para proyectar signos, muestras e imágenes. De esta manera se va creando un plano perceptivo e informativo adicional”. (Pág. 127)

Se ha tomado en cuenta estos tipos de iluminación ya que son los recomendados para exposiciones, que es lo que necesitamos en el centro debido a que se adecuara la sala de exposiciones.

2.2.2.1.1. GRUPO DE LUMINARIAS

“Hay muchos tipos de luminarias disponibles, con los que se puede satisfacer una gran variación de necesidades de iluminación”.
(Pág. 130).

Railes electrificados.

“Los raíles electrificados son la base para un proyecto de iluminación variable y flexible, capaz de mantener su coherencia con los cambios en la configuración y aprovechamiento de un local.

Unos adaptadores correspondientes en las luminarias se hacen cargo, respectivamente, de la conexión tanto mecánica como eléctrica” (Pág. 131).

Proyectores

“Los proyectores iluminan una zona limitada. El lugar de montaje y la orientación son variables. Los proyectores se ofrecen con diferentes ángulos de irradiación y distribuciones luminosas” (Pág. 132).

Bañadores

“Los bañadores se caracterizan por su haz extensivo. Los mismos se ofrecen con una distribución luminosa mayormente simétrica” (Pág. 134).

Para la sala del centro cultural hemos tomado en cuenta estos tres tipos de luminarias: los railes electrificados que nos brindan versatilidad, los proyectores que nos ayudan con la exposición de videos, y con los bañadores obtenemos una luz simétrica, estas luminarias juntas nos ayudan a diseñar la iluminación que se necesite para cada exposición creando el ambiente adecuado.

2.3 FUNDAMENTACIÓN ARTÍSTICA

Se reconoce oficialmente a la fotografía de carácter artístico a partir de 1859, que es donde se muestran exposiciones bienales. En los primeros del siglo XX su popularidad aumenta. Siendo Europa el centro de ésta, pasando luego a Estados Unidos, con la apertura de una galería en New York por Stieglitz, en la que se expusieron escenas del cielo, nubes, árboles, denotando ciertos estados anímicos interiores.

Más tarde en la misma galería se expuso la obra de Steichen, renovado el periodismo con retratos de famosos, para luego fundar la sección fotográfica del Museo de Arte Moderno en New York.

Posteriormente pintores y fotógrafos crean imágenes insólitas de frutas, piedras, tallos y árboles. Man Ray y Moholy Nagy hicieron experimento con objetos tridimensionales, además de experimentar con nuevas técnicas. **(Caldas Malqui, Pág. 159,160, “Tradición”)**

La fotografía se manifiesta artística, después de pasar por etapas como la del fotógrafo que se dedica a la investigación y el profesional. Cada vez encontramos lugares donde se expone la fotografía en galerías, museos,

salas de arte, donde son vendidas y con ellas se han ganado concursos, se han publicado ensayos e historias de artistas destacados.

Y aunque los equipos y las cámaras evolucionan continuamente, sigue siendo importante buscar esa precisa instantánea, donde se destaca la genialidad del arte y la creatividad.

Hablar de fotografía siempre será extenso, por su creciente demanda evolutiva. Sin embargo no está por demás decir que cuando se consiga asimilar la propia percepción de los procesos y encontrar la capacidad de obtener una conciencia con sentido de nuestra realidad latinoamericana.

A continuación algunas frases que elevan a la fotografía al carácter de artística, por fotógrafos reconocidos, tomadas del libro: Otras Miradas a la Fotografía del ecuatoriano Jorge H Massucco:

-

“En otras palabras, se debe primero aprender a fotografiar, aprender el oficio, y al hacerlo se encuentra el camino para expresar todo lo que se quiera. Los viejos maestros fueron primero artesanos y después algunos llegaron a artistas.(...) La filosofía de la fotografía empieza a emerger”.

PAUL STRAND,
La motivación
artística en fotografía.
The British Journal of
Photography, 1923.

“He querido fotografiar las nubes para descubrir lo que me habían enseñado cuarenta años de fotografía. A través de las nubes, poner en el papel mi filosofía de la vida – mostrar que mis fotografías no se debían ni al contenido ni a los temas: a los árboles singulares, a los rostros, a los interiores, ni a los interiores, ni a los datos particulares...”

ALFRED STIEGLITZ
How I came to
photograph clouds. 1923

(PD)

-“No pretendo definir la fotografía para todo el mundo. Sólo intento definirla para mí mismo: para mí la fotografía es el reconocimiento simultáneo, en una fracción de segundo, de la significación de un hecho y la organización precisa de las formas que dan a ese hecho su expresión propia”.

HENRY
CAARTIER BRESSON
The
decisive moment,

Simon & Schuster Ed.,

New York, 1952

Esto nos lleva a pensar que el estudio de la fotografía puede llegar a ser amplio, debido a que día a día se está tecnologizando, y que siempre habrá algo pendiente por descubrir, y que si verdaderamente es del interés de las personas aprender, debe haber una buena disposición en ello. A más de invertir un gran tiempo en la práctica.

El arte de fotografiar debe llevar consigo mucho de diversión, debe tener mucho de pasión y no el hecho de ser un artista o un pintor. Fotografía debe ser para nosotros una aventura el manipular y utilizar la cámara y otros materiales, experimentar y tener una visión propia.

Cuando vayamos a capturar una imagen debemos hacerlo con ciertos conocimientos y técnicas, usando la intuición, probando con varios elementos, esto nos llevará a tomar imágenes con más brevedad y pericia.

En esta parte diremos que cuenta mucho la originalidad de cada quien, que puede tener mucho valor la autenticidad de cada quien, y que la imagen en muchas ocasiones habla por sí misma, y tiene su propia connotación.

2.4. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA.

2.4.1 APRENDIZAJE MEDIANTE IMÁGENES.

“Prestar atención a la comprensión de la cultura visual supone acercarse a todas las imágenes y estudiar la capacidad de todas las culturas para producirlas en el pasado y en el presente con la finalidad de conocer sus significados” (Hernández, 1996, Pág. 18).

Esta temática es favorable para nosotros en el sentido de que se puede aprender algo con ayuda de la imagen (fotografía), porque la imagen se considera por sí misma, capaz de promover varios procesos mentales, pero necesariamente acompañada de una coordinación de situaciones o fenómenos que eviten que se desgaste o se vuelva

superflua. Dicho de otra manera una representación gráfica también puede suponer complejidad y dificultad, si no está acompañada de texto porque puede representar una dualidad de conceptos en sí misma. En nuestro caso es esencial jugar con parámetros del diseño y publicidad para enmarcarle un valor único como pieza clave del desarrollo de procesos visuales.

Con la siguiente cita tenemos oportunidad de profundizar aún más en nuestro criterio de la importancia de la imagen en las personas.

“Las imágenes no son sólo un tipo de código destinado a favorecer el recuerdo... El carácter dinámico y flexible de las imágenes las hace un instrumento idóneo para generar “modelos espaciales” que puedan dar lugar a auténticos descubrimientos.” (Otero María, 1999,s.p)

Durante bastante tiempo las imágenes fueron desestimadas como objeto de estudio. En el siglo XIX, Galton solicitó a un grupo de científicos y universitarios que formaran una imagen de su mesa de desayuno y la describiesen, como la mayoría de los sujetos fracasaban en la tarea concluyó que las imágenes eran una mera invención de los poetas. Un escepticismo similar lo encontramos en Watson, que considera a las imágenes como supersticiones de "nuestro fondo salvaje". En 1948, en plena vigencia del conductismo, Tolman publicó el artículo "Mapas cognitivos en ratas y hombres" enfrentándose a las interpretaciones conexionistas del aprendizaje de laberintos. En su lugar propone un tipo analógico de representación denominado mapa cognitivo, que guía la conducta del organismo en su medio. Sus resultados se adelantan dos décadas a las investigaciones sobre mapas cognitivos de Kosslyn y otros.

Esto explica que una imagen fotográfica puede aportar enormemente tanto en el campo artístico como científico. La reivindicación de la fotografía como arte ha terminado con el cambio de siglo; o mejor dicho, el debate ha sido superado. Ya no hay dudas acerca de la sensibilidad del autor, de su intención creativa en la selección, de la búsqueda de una verdad —objetiva o subjetiva— que ofrece envuelta en una visión personal provocadora de aceptación, rechazo o indiferencia.

2.4.2. LA FOTOGRAFÍA CON LOS NIÑOS

En algunos países europeos se han hecho varios experimentos entregando cámaras fotográficas desechables y en movimiento a personas entre ellos niños de 7, 11 y 15 años para ver cómo ven ellos el mundo que les rodea, se cree que este método puede ser muy eficaz a las personas que tienen dificultades con el aprendizaje y con los que se aburren. Se les dio la oportunidad de expresar la fotografía como ellos la entiendan. Además se les permitió hacer fotos de lo que ellos quieran, es así que los más pequeños lo hacían de juguetes, otros sus pertenencias, los grandes se interesaron por su grupo de amigos, y los más grandes, ya se preocupaban por una buena composición. Con ello se determinó que no sólo los pequeños interpretaban su manera de ver el mundo sino su espacio en él, y los más grandes se preocupaban por relaciones interpersonales. También se mostraron sarcásticos en torno a la fotografía de adultos, viendo esto como una manera de poder del ser adultos. **(Banks Marcus, “Datos Visuales en Investigación Cualitativa”, 2010, s.p).**

Con esto establecemos claramente que el captar imágenes nos convierte en investigadores directos de una realidad social emergente desde las relaciones personales y sociales; esto implica que

continuamente las imágenes sean exteriorizadas y publicadas y que el observador se vuelva un testigo de la expresión socio-cultural.

En épocas anteriores ya se ha hecho uso de la fotografía como medio de comunicación y de registro en la historia de la sociedad, mediante nuevos procesos tecnológicos se ha desarrollado una gran motivación por la utilización de juntar imágenes antiguas con nuevas, y se ha podido contrastar fácilmente cada espacio temporal.

Nuestro pensar con esto, es que quien se dedicara a esta actividad de recrear por medio de las fotos se transforma en un crítico social, que crea, analiza, estudia e interpreta los grandes cambios del mundo y su estructura singular.

2.4.3. LA FOTOGRAFÍA CON LOS JÓVENES

Hemos encontrado en internet un documento del **Grupo Milenio, (2014)**: el que se evidencia la efectividad de proyectos individuales de jóvenes que han salido adelante con sus propios méritos, estableciendo así bases sólidas de cultura, donde no sólo se benefician ellos sino también la comunidad de Torreón Coahuila México.

Es el caso de Rafael Blando, quien inicia su carrera fotográfica en el 2003, cuando se capacita en el taller de Alfredo Esparza. Con más de nueve años de experiencia ha podido documentar y fotografiar en más de 30 países, nos dice:

“Mi trabajo fotográfico es la búsqueda incesante de la identidad humana”.

La obra que ha ido realizando es de una colección privada que corresponde al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey. Se han hecho publicaciones en las siguientes revistas: Premios INBAUAM 2010-2011, “Destino” de Marriot Internacional (2008), “Los Ojos del Tiempo” (2011).

Ha realizado dos exposiciones individuales y algunas itinerantes. Actualmente contribuye con la página web de viajes Minube.com.mx.

Aquí una frase del fotógrafo:

“Mis imágenes plasmadas servirán como un espejo, que si nos lo permitimos, nos llevará a recordar, reconocer y cuestionar quiénes somos nosotros. Y sobre todo quiénes son aquellos que miramos en la cotidianidad de nuestras vidas. En la sencillez de la fotografía a blanco y negro, he encontrado, la fuerza de la imagen del retrato”
**(http://www.milenio.com/cultura/Artistas_laguneros-el_arte_de_Torreon-cultura_de_Torreon-jovenes_y_el_arte_en_Torreon_0_403159728.html
Grupo Milenio, Jóvenes buscan respuestas en el arte).**

Con esto probamos que nuestro proyecto puede fomentar en los jóvenes el deseo de construir nuevas propuestas alternativas que giren en torno a la cultura y el arte como puentes para la ciudad, como también para el auto-sustento de nuevos fotógrafos.

La imagen tiene gran importancia entre los jóvenes, la expectativa de nuevas tendencias la convierte en un eje transformador de la revolución cultural. Si su uso es adecuado nos permite concebir relaciones

propositivas para la sociedad, lo que constituye una herramienta para romper fronteras físicas. Hemos escuchado muchas veces la expresión: “La imagen lo es todo” y vemos en todas partes fotos en el cine, tv, smartphones, pantallas LED, vallas publicitarias y muchas con un mensaje sexual y explícito, a tal punto que nos saturamos de ellas. Es aquí que tenemos la oportunidad, de recrear la imagen en fotografías que sean de carácter artístico, que promulguen una conciencia profunda a la realidad en que vivimos, transportándolas a un lugar digno de admirar. Sabemos que dentro de un joven vive un genio artístico escondido, que cada quien lleva poder para crear, pero está en cada uno el redescubrirse. Con salidas de campo hacia los parques, plazas, calles, y naturaleza viva, además del contacto interpersonal entre sujetos delante de un lente, para así adecuar las diferentes técnicas de precisión, permitiéndose como creativos jugar con colores, texturas, formas, planos y más expresiones artísticas.

2.4.4. LA FOTOGRAFIA CON LOS ADULTOS.

En este punto cabe anotar que por no encontrar información bibliográfica precisa como libros y otros materiales, sobre cómo aprenden los adultos con la imagen, es válido afirmar que por medio del internet hemos citado algo que supone importante dentro de este aspecto.

Tomado de Pérez Bilbao, “Actitudes frente al cambio en trabajadores de edad avanzada”:

Existen algunos factores que pueden hacer que la gente adulta manifieste reparos cuando es expuesta a tareas formativas y, entre estos factores, cabe ser destacado el miedo a encontrarse a sí mismos en situaciones de reentrenamiento, el miedo a ser expuesto a una situación

de competitividad con gente más joven a la que consideran más capaz o el enfrentarse a métodos pedagógicos no adecuados para la gente adulta. (Pág. 3)

Debemos anotar que para algunos adultos supone un desafío muy grande atreverse a manipular aparatos tecnológicos nuevos, esto trae consigo un desfase o un tema a discutir, ya que en la actualidad algunos pasatiempos y entretenimiento tiene referencia a una mecánica nueva. Sin embargo existen adultos que se animan a experimentar nuevos cambios, el resultado de ello es que se hacen personas competentes, para los que el miedo no cabe en sus vidas. También mejoran su autoestima porque se dice que ya están viejos y pueden dañar los artilugios, más su determinación nos convence de que son capaces de mucho y que pueden aportar aún a la sociedad. Lógicamente, esto depende del buen ánimo y disposición que cada uno muestre.

2.4.5 LA IMAGEN FOTOGRÁFICA COMO EXPRESIÓN DEL INDIVIDUO

La imagen como una expresión artística será siempre cuestionada y es que pasa a ser parte de ello cuando se exhibe, ya que cada quien tiene el poder de observar desde fuera sin ser creadores y lo que para unos tiene un significado para otros puede tener dentro de sí misma. Mucho se busca expresar con esta acción.

Massucco, (2007) dice:

En esta encrucijada, los fotógrafos de Latinoamérica están produciendo imágenes que intenten intervenir en la realidad. El interés por la gente y su destino son temas recurrentes de los cuales no pueden distanciarse, y la denuncia de las contradicciones sociales es su consecuencia inmediata. Sin embargo

es posible observar distintas miradas sobre la realidad: hay quienes fotografían recuerdos y quienes construyen memoria; unos desde adentro y otros desde afuera; de igual manera en el campo y en la ciudad. (Pág. 17).

La imagen fotográfica tiene gran participación en el tiempo y en el espacio, incluso es capaz de forjar la historia de nuestros pueblos, puede representar dos aspectos que llegan a contradecirse: hacer de la foto un medio de expresar la realidad o hacer de un hecho real un referente de expresión fotográfica. Buscando ser parte del fotoperiodismo y documentarla, o dirigirse a lo contrario e ir en bien de una cultura estética.

Así también ir de lo funcional a lo visual, o de la visualidad a la sociedad y de ésta a un plano subjetivo, a lo comunicacional, y a lo filosófico.

Se puede juzgar su significado, su forma, su expresión y siempre se llegará a lo simple, cómo un trozo de papel puede tener peso en el mundo.

Es una innegable realidad que hoy proliferan grandes cantidad de fotografías, hecho que puede dar paso a una observancia muy superficial, y que sea un acto más de consumismo, o peor aún porque hoy está en boga. Y sería triste que dejara de impresionarnos cuando en realidad lo que se trata es de reconocerla como una rama artística.

La industria, las modas y el desmesurado acercamiento de nuevos procesos le podrían dar un carácter efímero. Los verdaderos cimientos de la fotografía deben seguir causando fascinación por lo que es trabajo del

fotógrafo tener actitud creativa y una observancia amplia y verdadera de lo que le rodea.

Así también citamos a Coto Fernando, (2007) quien dice:

La mayor parte de lo que sabemos y aprendemos, compramos y creemos, identificamos y deseamos, viene determinado por el predominio de la fotografía sobre la psiquis humana. Y este fenómeno se intensificará aún más en el futuro. El aumento de influencia de la fotografía en sus numerosas variantes y permutaciones constituye un retorno a la importancia de nuestros ojos en la vida (Pág. 9).

Entonces decimos que tenemos la capacidad de tomar conciencia por medio de la experiencia visual, o sea de todo lo que observamos, y que paso a paso podemos llegar a tener una observación paciente, dentro de este contexto identificamos que tanto la verbalización como la visualización tienen gran implicación. Incluso se cree que en tanto más las personas observan mayor es su capacidad de comprensión y obtener mayor facilidad en la elaboración de un mensaje visual.

Como humanos es fácil ser permanentemente expuestos a una expresión visual, en razón de profundizar nuestro conocimiento. La fotografía puede ser y de hecho es interpretada de diferentes formas, debido a que todos somos seres exteriormente parecidos, pero interiormente con una infinidad de emociones, conflictos y pensamientos que nos transforman en seres unigénitos. Y que la verdad de un individuo no podría ser la misma de otro, por lo que este tema nos lleva a la subjetividad individual y condicionada.

2.5. FUNDAMENTACIÓN CULTURAL

El Estado Ecuatoriano tiene sus antecedentes culturales muy arraigados a su historia, tomando en consideración la evolución social que viene desde las épocas anteriores al descubrimiento de América, en esta época las expresiones giran en torno a las manifestaciones de los pueblos indios, quienes comparten entre sí sus creaciones y diversidades. Posteriormente con la conquista la cultura pierde su esencia para ser conquistados e influidos por el eurocentrismo que hasta la presente fecha ha sido predominante en las expresiones artísticas.

En el año 2008 el pueblo ecuatoriano a través de las urnas decidió dar un giro a su estructura, producto de la Constitución se eleva a la categoría de principio fundamental, la interculturalidad, de la siguiente manera:

Art. 1 El Ecuador es un Estado constitucional de derechos, justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Título I Elementos constitutivos del Estado, Capítulo primero Principios fundamentales).

La interculturalidad es el reconocimiento a esta diversidad de etnias, regiones y en base a ello, la regulación de una convivencia organizada, de aceptación y mutua cooperación. Esto implica no solamente el hecho de aceptarnos como seres diferentes, sino un compromiso de tolerancia, de abandono de prejuicios de todo tipo, racismo, sectarismo.

Así lo manifiesta **Enrique Ayala Mora (2005)**:

Una sociedad intercultural es aquella en donde se da un proceso dinámico, sostenido y permanente de relación, comunicación y aprendizaje mutuo. Allí se da un esfuerzo colectivo y consciente por desarrollar las potencialidades de personas y grupos que tienen diferencias culturales, sobre una base de respeto y creatividad, más allá de actitudes individuales y colectivas que mantienen el desprecio, el etnocentrismo, la explotación económica y la desigualdad social.(Pág.16)

Dentro de la Constitución Ecuatoriana, en el capítulo del Buen Vivir, las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales, lo que implica que es nuestro derecho expresarnos sobre nuestras raíces, a definirnos sobre nuestra pertenencia y reconocimiento. Asimismo se nos garantiza la libertad estética que implica el desarrollo libre de la personalidad. Al hablar de interculturalidad sabemos que necesariamente existe un reconocimiento a la memoria histórica y al acceso al patrimonio cultural, consecuentemente las personas tenemos derecho al desarrollo de nuestras capacidades creativas así como a la protección de la propiedad intelectual.

El ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, implica que el Estado protege cualquier manifestación artística, tal es así que el espacio público puede ser utilizado como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. Por ello como principio de aplicación de estos derechos el estado garantiza de que todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades, así lo manifiesta en el Artículo 11 numeral 2 de la República del Ecuador cuando dice: que nadie puede ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad,

sexo, identidad cultural, identidad de género, estado civil, religión, etc., ni por cualquier otra distinción personal o colectiva que tenga por objeto menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. Con este principio se garantiza cualquier manifestación cultural y se protege la diversidad de las expresiones; y, para que este principio sea materializado dentro del Código Orgánico Integral Penal se castiga todo tipo de conducta que atente contra el patrimonio cultural, contra las manifestaciones culturales y cualquier tipo de discriminación, incluyendo tipos penales, para que cuando una persona infrinja estas disposiciones pueda ser encarcelada, multada y obligada a reparar de una forma integral a la víctima, que puede ser en estos casos el Estado como tal, las comunidades y pueblos, y las personas tanto naturales como jurídicas.

2.5.1 INTERCULTURALIDAD REFLEJADA EN LOS MEDIOS

Como parte del desarrollo de los derechos del Buen Vivir se ha elaborado un plan nacional que abarca todas las áreas de los derechos del buen vivir. Producto de ello se desarrollan normas y se crean instituciones para la materialización de estos Derechos.

Dentro de la LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN se establece lo siguiente:

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tiene derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. (Ley de Comunicación, Capítulo II Derecho a la comunicación, Sección II Derechos de igualdad e interculturalidad, Pág. 15)

A fin de ejecutar las políticas públicas, se establece el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación para elaborar políticas públicas de comunicación orientadas a fomentar la Pluriculturalidad e Interculturalidad garantizada en la Constitución Ecuatoriana.

En relación al tema propuesto, es importante hacer un enfoque desde el área de la publicidad, tomando en consideración que la publicidad y cultura se encuentran íntimamente ligadas, la Publicidad es una técnica de la comunicación que pretende fomentar el consumo o la utilización de un producto o servicio a través de los diversos medios de comunicación. Mientras que Cultura es un conglomerado de acciones o prácticas humanas: económicas, políticas, científicas, jurídica, religiosas, discursivas, comunicativas, sociales en general. De aquí partimos su convergencia en el área del campo de las artes visuales que es lo que nosotros ofrecemos con la apertura del Centro Cultural de Fotografía "Ibarra", tanto la una como la otra se sirven de sí mismas para establecer una conexión directa en la que nosotros damos a conocer un servicio o llámese también conocimientos y prácticas tecnológicos que beneficien a la comunidad en el desarrollo de una integridad artístico-cultural.

Por lo tanto en el art. 92 de la Ley de Comunicación se establece lo siguiente:

Actores de la publicidad.-"La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario."(Pág.31, Ley

Orgánica de Comunicación, Título V Medios de comunicación social, Sección V Publicidad, 2014)

“La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual”.

Por lo tanto todas las piezas y demás materiales publicitarios de los que dispongamos para difundir, noticias, eventos, cursos y otros. Estarán protegidos por la ley y solo nosotros podremos hacer uso de éstos.

“Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos”.

Según Sylva Charvet Érika (2011) dice:

En el caso del Ecuador, el marco jurídico actual entrega responsabilidades muy concretas en el ámbito de la gestión cultural a los municipios y gobiernos parroquiales; éstos a los propios artistas, gestores culturales, redes culturales. Aquellos protagonistas de la creación y el desarrollo cultural del país que despliegan múltiples iniciativas en este ámbito, en el terreno de la sociedad civil, de manera autónoma o articulada al Estado central y a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD).Y, aunque no exista una normativa que regule las prácticas de apoyo a la cultura por parte de las empresas privadas, el hecho es que algunas de éstas han participado desde hace varios años en el impulso de actividades culturales (El Artículo 48 del Código Orgánico de Organización Territorial de los Gobiernos

Autónomos Descentralizados -COOTAD- perfila la viabilidad de reducir los impuestos de aquellas empresas privadas que intervienen en la cultura). (Pág. 27).

Si bien es cierto como gestores culturales tenemos responsabilidades para con el Estado y la comunidad a la que representamos, podemos manejarnos de manera autónoma, pero no hay un apoyo en el aspecto económico, por lo que es difícil ahora llevar a cabo un proyecto de tal índole, pero sin embargo, eso no ha impedido nuestra iniciativa de crear un espacio cultural. Tampoco existen normativas para la regulación de prácticas culturales, en las que la empresa privada pueda aportar. Lo que sí es beneficioso para nosotros es limitarnos al pago de algún impuesto, puesto que estamos fomentando el respeto a la conservación de las diversidades culturales de nuestro territorio, pues somos una organización social sin fines de lucro.

Tomando en cuenta el marco jurídico actual, con respecto a la gestión cultural, que hoy rige el país, nos consideramos protagonistas de su desarrollo, es así que la creación del centro de fotografía, con carácter cultural nos da oportunidad a proyectar y elaborar proyectos que reflejen capacidad, dinamismo y creatividad, beneficiándonos de instituciones gubernamentales y no gubernamentales para su desenvolvimiento efectivo.

En la misma Ley de Comunicación encontramos algunos artículos de vital importancia el Art. 10 sobre la protección de derechos de propiedad intelectual contenidos comunicacionales dice:

La propiedad intelectual y los derechos patrimoniales de los contenidos comunicacionales, audiovisuales e impresos, que se difunden a través de los medios de comunicación y los medios en internet, le pertenecen a la persona natural o jurídica que tenga la responsabilidad legal en la producción y comercialización de tales contenidos (Ley Orgánica de Comunicación, Capítulo II, Aplicación de derechos, 2014).

Cuestión que asegura nuestro trabajo, a manera de salvaguardar todo lo que vayamos creando, obras culturales, piezas y material publicitarios utilizando los procesos correspondientes para esta acción.

Con esto tenemos la necesidad de exponer que, lo que tomamos a continuación es sumamente necesario para poner a andar nuestro proyecto cultural, recalcando que después de cada política colocamos nuestro posicionamiento en lo referente al mismo.

Sylva Charvet explica:

1. Descolonizar el poder. Contribuir a la construcción de una sociedad democrática, intercultural, respetuosa de las diferencias, promotora de la equidad, conocedora y orgullosa de nuestra historia, de lo que somos y de nuestras características como pueblo (Pág. 40, "Políticas para una revolución cultural, 2011).

El centro cultural contribuye a la sociedad, sirviéndose de su variada interculturalidad, preservando sus costumbres, tradiciones y acciones que orgullosamente defendemos por ser rica y variada. Promoviendo la generación de eventos y difundiendo a través de ellos la innovación tecnológica.

“Aportar a la formación de una sociedad democráticamente consciente y crítica de todo tipo de discriminación y encaminada a la construcción de la autoestima, el orgullo y la unidad interna del país” (Pág. 43, “Políticas para una revolución cultural, Sylva Charvert Erika, 2011).

De esto nos servimos porque consideramos que en un país donde evidenciamos la democracia, es válido que las obras sean analizadas por el público, rompiendo barreras de discriminación social, para salvaguardar nuestra propia identidad nacional.

Estrategias

- **“Suscitar la recuperación y potenciación de la memoria social y el patrimonio cultural tangible (materia) e intangible (inmaterial) en todos los campos de la producción artística y cultural”.**

Toda obra producida en el centro cultural, debe tener carácter de memoria y preservación.

- **Impulsar la difusión de mensajes de integración cultural a través de las expresiones artísticas.**

Esto es importante porque cada artista tendrá un reconocimiento en nuestro medio a través de exposiciones abiertas como en nuestras salas.

- **“Fortalecer los referentes y emblemas culturales de identidad nacional y generar nuevos, recuperando la memoria de héroes, heroínas, ciudadanos/as, artistas e intelectuales de distintas**

regiones, así como de aquellas experiencias históricas nacionales y locales que elevan nuestro sentido de soberanía autodeterminación y autonomía”.

Tenemos la oportunidad de que no sólo sean difundidas las obras en la ciudad sino también en las diferentes regiones del país. Por la utilización de las redes sociales, como pieza fundamental en nuestra propuesta.

Así también hemos visto cómo se han ido olvidando acontecimientos y personajes que han marcado nuestra historia, de cuyo legado no podemos desprendernos debido a que eso nos diferencia quizá de otros lugares. En sí somos capaces de recopilar esa parte perdida a través de fotos que sirvan de archivo socio-cultural.

- **Apoyar investigaciones, estudios, análisis sobre expresiones culturales nacionales que rescaten y pongan en valor la identidad nacional en la diversidad.**

Sirviéndonos de ello, podemos capacitar al público en la instauración de técnicas y destrezas de lo inherente a la imagen fotográfica, alcanzando niveles de tecnología de punta, estableciendo relaciones empresariales, acuerdos y alianzas corporativas para la optimización de recursos relacionados con el aprendizaje y apreciación de cada obra creada, para darnos a conocer a nivel local nacional e internacional.

Descolonizar el saber. Contribuir al fortalecimiento de los procesos de creación cultural del Ecuador, revalorizando nuestras formas de conocimiento y prácticas en la difusión y consumo culturales.

Estrategias

- **Promover la recuperación y potenciación de la memoria social y el patrimonio cultural tangible (materia) e intangible (inmaterial) en todos los campos de la producción artística y cultural.**

La protección por nuestra parte de cada obra que se vaya plasmando será conservada y elevada a la calidad de patrimonio intangible.

- **Universalizar la producción artística y cultural ecuatoriana a través de su posicionamiento, promoción y difusión en el escenario internacional.**

Con estas estrategias demostramos la importancia de un historial cultural, reafirmando nuestra contribución con el proceso enseñanza-aprendizaje mediante los cursos de elaboración de obras, foros, talleres y exposiciones con nuestros discípulos y, ocasionalmente con invitados externos especializados, de los que su experiencia en el campo nos facilitaría el aprendizaje.

Los siguientes Derechos referentes al talento artístico y al acceso y uso del espacio físico son de gran aporte a la cristalización de nuestro proyecto cultural en las Pág. 56 a 61

Derecho al desarrollo del talento artístico: Promover el desarrollo del talento y la creatividad de la ciudadanía sin ningún tipo de discriminación.

Al crear el Centro Cultural de Fotografía “Ibarra” estaríamos cumpliendo con esto, porque existe la intención de dinamizando la

capacidad de creatividad y motivar a toda la ciudadanía sin ningún tipo de discriminación, sea racial, económica o de género.

- **Recuperar el patrimonio artístico promover la generación de nuevo patrimonio sonoro y musical, dancístico, plástico, literario y audiovisual.**

Todo aquello anterior a lo que no le habríamos dado un sentido de protección y expansión lo realizaremos, porque tenemos la potestad de crear archivos con las obras artísticas y los medios jurídicos para crear convenios con empresas privadas o estatales. Generando iniciativas que involucren al sector privado, con el fin de apoyar proyectos culturales.

Derecho al acceso y uso del espacio público. Promover el acceso a los espacios públicos a toda la ciudadanía, sin ningún tipo de discriminación.

- **Promover el derecho a la expresión cultural en los espacios públicos de todos los grupos sociales, especialmente de aquellos discriminados por políticos intolerantes y excluyentes por su condición étnica, de género etaria opción sexual, capacidades especiales, colectivas y tribus urbanas.**

Es beneficioso para nosotros saber que también podemos ocupar lugares públicos como parques y plazas lo que nos ayudará a cambiar de cuando en cuando el ambiente, y habrá oportunidad de que toda la gente pueda recrear la mente con la exposición de obras. Como medio de publicidad de paso para que se conozca lo que el centro hace.

En los siguientes párrafos encontraremos información esencial para la fortificación de nuestro proyecto para su sustentabilidad a través de ciertos parámetros o políticas estatales de La Constitución de la República

del Ecuador, Publicación Oficial de la Asamblea Nacional, Sección quinta, Cultura, Pág.170.

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

De la Constitución de la República del Ecuador (2008), Pág.171:

Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema.

Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.

5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.

6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural (Constitución de la República del Ecuador, Pág. 172, Sección Quinta, Cultura).

2.6 FUNDAMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

2.6.1. PLAN DE NEGOCIOS

“Un plan de negocios es una descripción del negocio que usted quiere iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo. Después de elaborar un plan de negocios, usted tendrá un buen conocimiento del mundo de los negocios” (Pág. 7, Thomsen Mogens, “El plan de negocios dinámico”, 2009).

El plan de negocios toma todos los componentes de su organización comercial. Esto ayuda a que el negocio este más ordenado y para acceder a las personas y establecer relaciones comerciales, y tener una idea más clara del giro del negocio.

El plan de negocios tiene las siguientes finalidades:
Colabora con la organización y realización de las visiones.
Junta los conocimientos y clasifica la información.
Ayuda a mejorar la toma de decisiones comerciales.
Persuade a inversionistas y demás del éxito de la inversión.
Es la base para lograr tácticas necesarias entre socios y cooperadores.

2.6.2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Vargas Belmonte (2013), dice: el plan de negocios tiene las siguientes fases;

Introducción: se realizará un resumen de la idea del negocio, el motivo, el nombre comercial, objetivos a alcanzar, aspectos sobre la localización y a lo que se dedica el negocio.

Estudio de mercado: en este tema se determinara los productos y servicios del negocio, se recabará información sobre la competencia, el tipo de clientes y el análisis de la demanda.

Plan comercial o de marketing: a partir del análisis de mercado se realiza una suposición mensual y anual para definir el número y salario de los trabajadores.

Organización y recursos humanos: en esta fase describiremos el organigrama de la empresa, al personal con sus respectivas funciones y sus remuneraciones. (Pág. 109).

2.6.3. FINALIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS.

Según Vargas Belmonte (2013), la finalidad del plan de negocios es la de definir objetivos cuantitativos y cualitativos para el logro de las estrategias planteadas en el proceso de planificación para la creación de una empresa.

Por lo tanto para el emprendimiento de una empresa hay que tomar en cuenta el entorno socioeconómico de la clientela y de los competidores, el nicho de mercado a cubrir y las necesidades a satisfacer (Pág. 90).

2.6.4. PLAN DE MARKETING.

“Un plan de marketing es un documento escrito que se resume lo que se conoce sobre el mercado e indica cómo es que la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing. Los planes de marketing se orientan cada vez más hacia clientes y competidores, están mejor razonados y son más realistas que en el pasado” (Pág. 60, Philip Kotler “Dirección de Marketing”, 2009).

En el plan de marketing se debe realizar un análisis de mercado interno y externo, analizar las características de los clientes a los que nuestro producto o servicio va dirigido y con esta información plantear los objetivos que la empresa quiere lograr.

2.7. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Requisitos para la organización del Centro Cultural de Fotografía “Ibarra”.

- Acta de constitución de la empresa.
- Si es una escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil (Empresas unipersonales y Sociedades civiles)
- Obtención del Ruc.
- Permisos municipales. (Patente municipal, Permiso de bomberos)
- Al ser una empresa constituida como sociedad podemos realizar convenios como por ejemplo:
 - Convenio por comodato del local
 - Convenio con el CGI.

2.8. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

En vista de analizar la realidad social de la región para la transformación social, es nuestro anhelo desarrollar competencias artísticas profesionales, impartiendo conocimientos para rescatar la historia y preservar el futuro con el arte y la cultura. Pues existe la imperiosa necesidad de identificarnos por medio del arte visual donde haya un espacio de intercambio cultural, un espacio de reflexión donde se oriente descubrir en sí mismos, sus talentos a manera de reflexión y sano esparcimiento.

Este proyecto expositivo, permite el entrecruce de sensaciones, razonamientos y expresiones creativas a lograr una concepción artística, encaminándola al lenguaje fotográfico no solo como registro meramente representacional sino, creando la posibilidad de a través de la imagen, abrir nuevas lecturas y diálogos que la coloquen en un alto lugar dentro de las artes visuales contemporáneas.

Contemplamos que no es una tarea fácil, pero por gozar de una provincia pluricultural, conlleva sobre sí la tarea de emprender.

2.9. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

2.9.1. ADOBE PHOTOSHOP

Adobe photoshop es una aplicación para la creación, edición y retoque de imágenes. Es desarrollado por la compañía Adobe Systems. Se lanzó originalmente para computadoras Apple, pero luego saltó a la plataforma Windows.

2.9.2. CALOTIPO.

El **calotipo** es un negativo en papel de alta calidad impregnado en yodo y copiado por contacto sobre papel salado. La importancia del proceso era que un negativo podía generar un número ilimitado de copias positivas.

2.9.3. CAMARA LEIKA

La Leica fue la primera cámara compacta de película de 35 mm. Los primeros prototipos fueron construidos por Oskar Barnack en *E. Leitz Optische Werke*, Wetzlar, en 1913. Barnack usó película estándar de cine de 35 mm, pero amplió el tamaño de la imagen hasta los 24x36 mm. Barnack eligió una relación de aspecto de 2:3, con una capacidad de 36 exposiciones por película.

2.9.4. CÁMARA OBSCURA

La **cámara oscura** es un instrumento óptico que permite obtener una proyección plana de una imagen externa sobre la zona interior de su superficie.

2.9.5. CIANOTIPIA

La cianotipia se basa en la química del hierro en lugar de la plata para crear una característica imagen cian/azul. El cianotipo, que se revela en agua después de una prolongada exposición a la radiación ultravioleta, es el primer contacto de mucha gente con los materiales fotosensibles en la escuela.

2.9.6. CREACIÓN.

En términos generales, creación se llama a aquella producción de algo a partir de la nada. También, cuando se quiere dar cuenta del origen de una cosa o cuestión se suele hablar de ella en términos de creación.

2.9.7. CENTRO CULTURAL

Un centro cultural, es el espacio que permite participar de actividades culturales. Estos centros tienen el objetivo de promover la cultura entre los habitantes de una comunidad.

2.9.8. DAGUERROTIPO.

El daguerrotipo era una placa pulida de cobre y recubierta de yoduro de plata. Tras ser expuesta a la luz, la imagen se revelaba con vapores de mercurio, lo que proporciona una imagen directa en negativo.

2.9.9. FOTOGRAFIA DIGITAL

Las fotografías digitales son imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

2.9.10. FOTONSENSIBLE.

Adj. Sensible a la luz. Las cámaras fotográficas utilizan película fotosensible.

2.9.11. IMAGEN.

Una **imagen** (del latín *imago*. Singular "imagen"; plural "imágenes") es una representación visual que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario.

2.9.12. MULTICULTURALISMO.

En su sentido meramente descriptivo, puede simplemente designar la coexistencia de diferentes culturas en el seno de una misma entidad política territorial.

2.9.13. OBTURADOR.

El obturador se utiliza para controlar la luz que entra en la cámara (nuestro cuarto oscuro), de igual manera que se usan los postigos para regular la entrada de luz en una habitación.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. TIPO DE ESTUDIO

La siguiente investigación es con el fin de la apertura y funcionamiento del centro cultural de fotografía Ibarra con lo que serán los cursos de nivel básico, medio, avanzado, talleres y foros lo que el centro quiere acceder a la auto sustentabilidad.

Para la realización de este proyecto efectuaremos; primero un diagnóstico, con entrevistas aplicadas a las diferentes entidades culturales de la ciudad y con encuestas dirigidas a la ciudadanía para conocer la opinión que tienen acerca de un centro cultural de este tipo y los servicios que este va a ofrecer.

Como segundo paso se desarrollará la propuesta tomando en cuenta los resultados obtenidos de las entrevistas y las encuestas ya que así conoceremos las necesidades que debemos cubrir con la creación de este centro cultural.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación fue bibliográfica ya que tendremos que realizar un recuento de la historia de la fotografía y nos remitiremos a fuentes como libros para la comprensión del problema.

También fue una investigación de campo por que realizaremos el sondeo en los centros fotográficos y no fue en un ambiente controlado.

Es una investigación propositiva ya que después de recopilar la información y analizarla podemos dar una propuesta y solución a las necesidades que presente el público.

3.2.1. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Para empezar con el desarrollo de la investigación se procederá a la recolección de información, utilizando toda variedad de conocimientos teóricos como lo son la consulta de bibliotecas y la lectura de textos sobre el tema que vamos a ampliar con la finalidad de llegar a entender la información recopilada.

Una vez realizadas las consultas podemos elaborar guías las cuales nos brindaron ayuda para poder sustentar los pasos a seguir para el desarrollo de la utilización de la información que fue recopilada.

3.2.2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

La información que recopilaremos durante la investigación serán datos primarios y secundarios.

3.2.2.1 Datos primarios. Estos se recopilan específicamente para el proyecto.

- Información de las encuestas realizadas a la ciudadanía.
- Información obtenida de las entrevistas que se realizaron a las entidades involucradas con la cultura en la ciudad.
- Diseño del plan publicitario para la oferta de los servicios del centro cultural.

3.2.2.2 Datos secundarios. Estos datos ya están disponibles y fueron recopilados para otra investigación.

- Información obtenida de las publicaciones de prensa.
- Información de internet.
- Información de personas externas (abogados, familiares, amigo, etc.)

3.2.3 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.

En esta investigación se identificarán las causas del porqué en la ciudad de Ibarra no existen lugares para exposiciones de fotografía y si existieran conocer por qué no se los conoce, también conoceremos si las autoridades que están involucradas con la cultura apoyan a este tipo de lugares. Así estableceremos cual es la situación en el mercado para este tipo de centros y si tendremos una buena acogida en el público al cual está dirigido nuestro proyecto.

3.2.4 INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA.

Una vez recolectada y analizada la información que se obtenga podremos elaborar un plan estratégico en cuanto a la publicidad que debemos utilizar para promocionar los servicios del centro cultural que tipo de mercado vamos cubrir y otras estrategias que nos ayuden a posicionarnos en el mercado como un centro cultural de fotografía reconocido.

3.3.MÉTODOS

Son los caminos que vamos a seguir para cumplir con un propósito planteado. Nosotros seguiremos los siguientes:

3.3.1. MÉTODO DEDUCTIVO.

En esta investigación la creación del centro cultural de fotografía sería el elemento macro, cada uno de los servicios que brindaremos al público serán los elementos que lo componen.

Para obtener la información empezamos por investigar si en la ciudad de Ibarra existían lugares en donde se dicta cursos de fotografía y de qué manera estaban estructurados, luego recurrimos a la población a través de la aplicación de encuestas para conocer la opinión que tendrían de un nuevo centro cultural que brindará diferentes servicios y por último se procede al desarrollo del proyecto en sí.

Este método sirve para obtener conclusiones de lo general a lo particular.

3.3.2. MÉTODO ANALÍTICO

Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Este método nos ayudará con el análisis e interpretación de los diferentes estudios que realizaremos para esta investigación, permitiéndonos resultados exactos y racionales.

3.3.3 MÉTODO SINTÉTICO

Es la unión de los elementos para formar un todo, es decir se juntan partes diversas, las cuales reúnen, integran y totalizan datos o información, utilizando adecuadamente la técnica del razonamiento.

Este método se lo utilizó en la elaboración de la propuesta a nuestra investigación, para dar conclusiones y recomendaciones a la información recolectada.

3.4. TÉCNICAS

Utilizaremos las técnicas de la observación para obtener información de lo que hace falta en los centros de fotografía.

3.4.1. ENTREVISTA

La entrevista es, tal vez, la forma más productiva, de obtener información.

Las entrevistas se las realizará con la finalidad de conocer qué tipo de apoyo tienen los centros culturales por parte de entidades gubernamentales, como se financian estos centros y su estructura

interna, al igual que podremos conocer la opinión de las autoridades con respecto a la creación de un centro cultural de este tipo.

3.4.2. ENCUESTAS.

Consiste en formular una serie de preguntas referentes a un tema, las encuestas pueden ser presenciales, telefónicas o postales.

La técnica de las encuestas servirá para conocer las necesidades de la población que el centro debe cubrir, podremos conocer la opinión del público y ver el grado de aceptación que tendrá nuestro centro, así como también podremos definir el público objetivo al cual estará dirigido el proyecto.

3.4.3. INSTRUMENTOS

Utilizaremos el cuestionario en la entrevista a personas que estén inmersas en el tema de cultura y la encuesta la aplicaremos al público para conocer que saben de fotografía y las necesidades que existen acerca de este tema.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La ciudad de Ibarra Cantón San Miguel de Ibarra perteneciente a la provincia de Imbabura cuenta con una población total aproximada de unos 139.721 habitantes de los cuales se eligió una muestra de 5 personas con edades comprendidas entre los 18 a 40 años, para la aplicación de las encuestas a los posibles consumidores.

3.5.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA.

Para el cálculo de la muestra se tomó en consideración la población comprendida entre los 15 hasta los 69 años de edad, en ella comprendido hombres y mujeres.

POBLACIÓN CANTÓN IBARRA

Edad	Hombres	Mujeres	Total
15 a 19	102	86	188
20 a 24	135	98	233
25 a 29	176	136	312
30 a 34	197	157	354
35 a 39	180	160	340
40 a 44	162	144	306
45 a 49	122	147	269
50 a 54	174	176	350
55 a 59	152	158	310
60 a 64	156	169	325
65 a 69	130	105	235
Total	1686	1536	3222

Fuente: www.INEC.gob.ec censo 2010

Elaborado por: Las Autoras

Información:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población

k = Nivel de confianza (2)

PQ = Varianza 0,25

E = Nivel de error (5% para población finita hasta 1000, 3% para población infinita más de 1000).

Fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) * \frac{E^2}{K^2} + P * Q}$$

$$n = \frac{0,25 * 3222}{(3222 - 1) * \frac{(0,05)^2}{(2)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{805,50}{2,26}$$

$$n = 356$$

Después de haber calculado la muestra debemos aplicar 356 encuestas.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

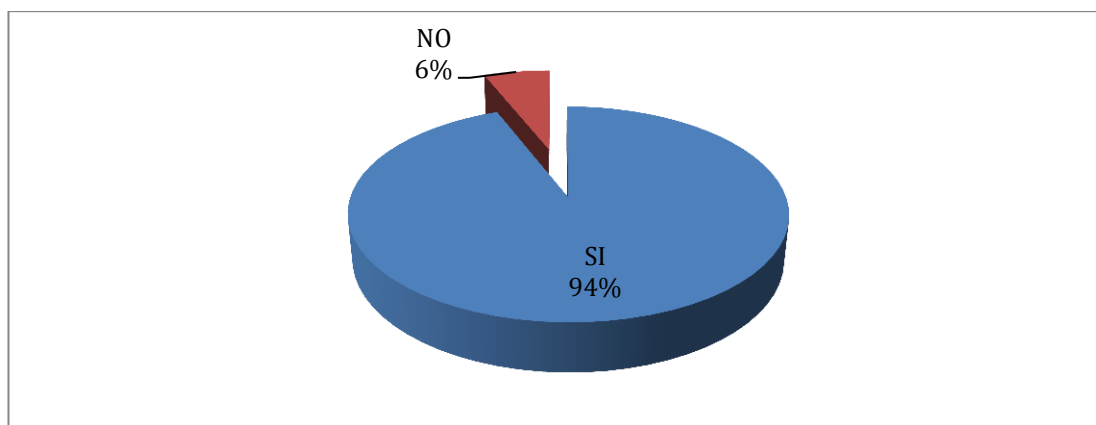
Como instrumento primario se aplicó una encuesta al público objetivo al cual nos dirigimos en la ciudad de Ibarra, para ello diseñamos esta para determinar la factibilidad de creación del centro cultural de fotografía.

A continuación detallamos los resultados arrojados por la encuesta.

4.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.

1. ¿En su tiempo libre le gustaría aprender técnicas de fotografía?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	331	93%
NO	25	7%
TOTAL	356	100%



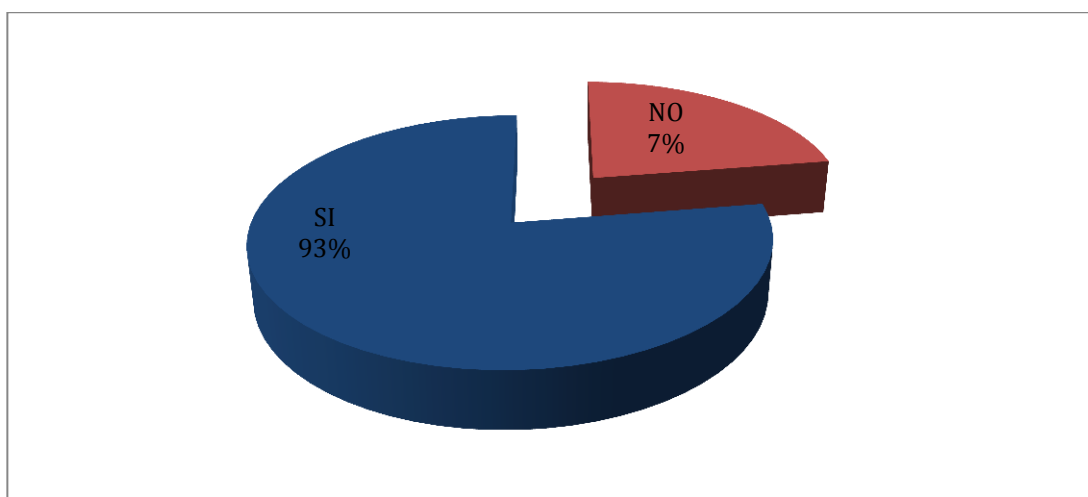
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. De las encuestas realizadas la mayoría de las personas opinan que si desean aprender técnicas de fotografía en su tiempo libre, lo que posibilita presentar una propuesta que cubra estas necesidades locales.

2. Le gustaría acceder a amplia información acerca de la fotografía y sus técnicas.

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	335	94%
No	21	6%
TOTAL	356	100%



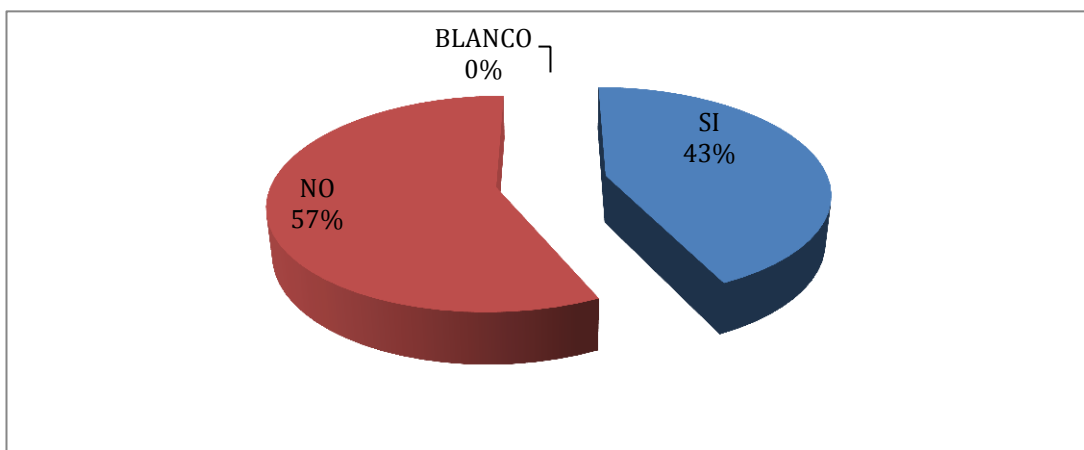
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjés y Andrea Ortiz.

Interpretación. Un gran número de encuestados opina que le gustaría acceder a amplia información sobre la fotografía; en la actualidad se puede obtener una gran cantidad de información pero no existen centros especializados que sistematicen la misma y la jerarquicen de acuerdo a la profundidad requerida.

3. ¿Ha tenido la oportunidad de asistir a una exposición fotográfica? Si la respuesta es sí conteste la pregunta 4.

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	43%
NO	204	57%
BLANCO	1	0%
TOTAL	356	100%



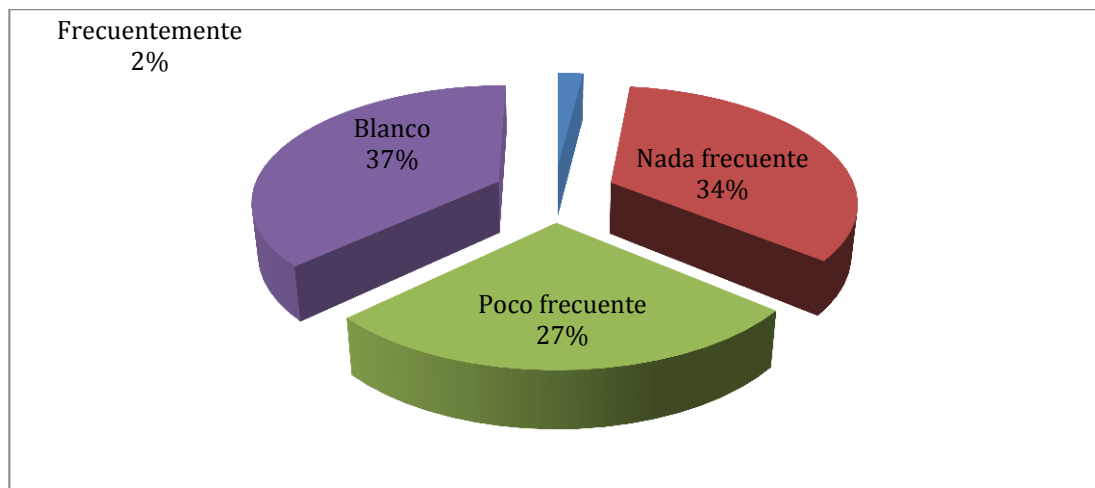
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. La mayoría de los encuestados opina que no ha tenido oportunidad de asistir a exposiciones fotográficas por lo tanto, será una buena oportunidad de realizar exposiciones y otros eventos culturales de fotografía.

4.- ¿Con qué frecuencia asiste a estas exposiciones?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	6	2%
Nada frecuente	121	34%
Poco frecuente	96	27%
Blanco	131	37%
TOTAL	356	100%



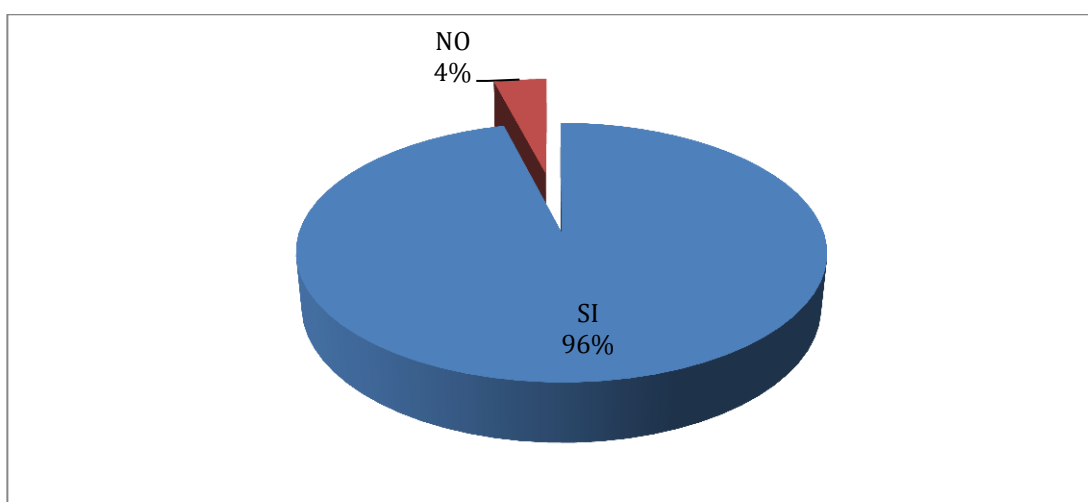
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. Una gran mayoría de personas respondió que no ha asistido a exposiciones fotográficas, lo que nos lleva a organizar un cronograma de actividades, donde regularmente la ciudadanía pueda gozar de este tipo de eventos.

5.- ¿Le gustaría que un Centro Cultural de fotografía desarrolle cursos de fotografía para todo público?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	341	96%
NO	15	4%
TOTAL	356	100%



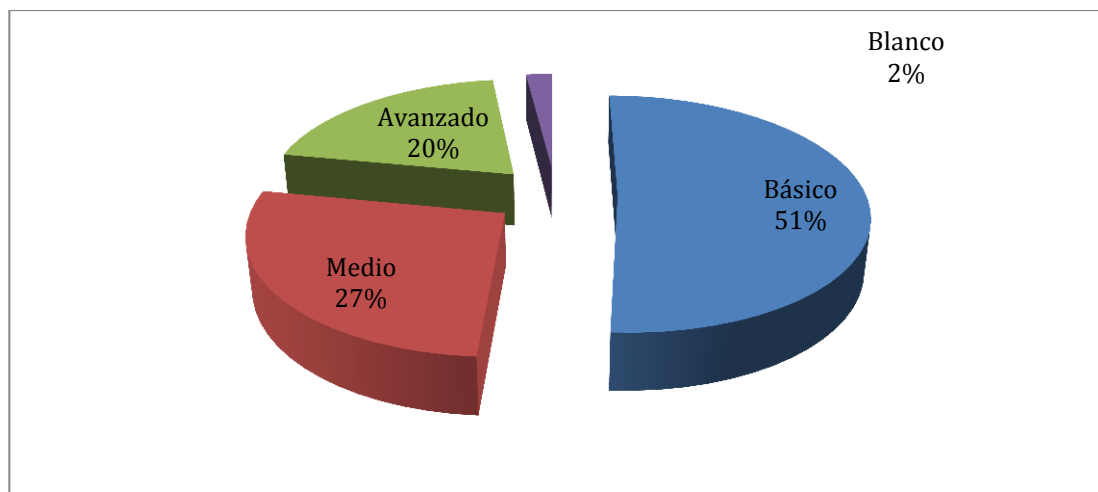
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. En conclusión se deduce que nuestra propuesta de centro cultural tendrá una gran acogida.

6.- ¿Qué tipo de curso de fotografía le gustaría recibir?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Básico	182	51%
Medio	98	27%
Avanzado	70	20%
Blanco	6	2%
TOTAL	356	100%



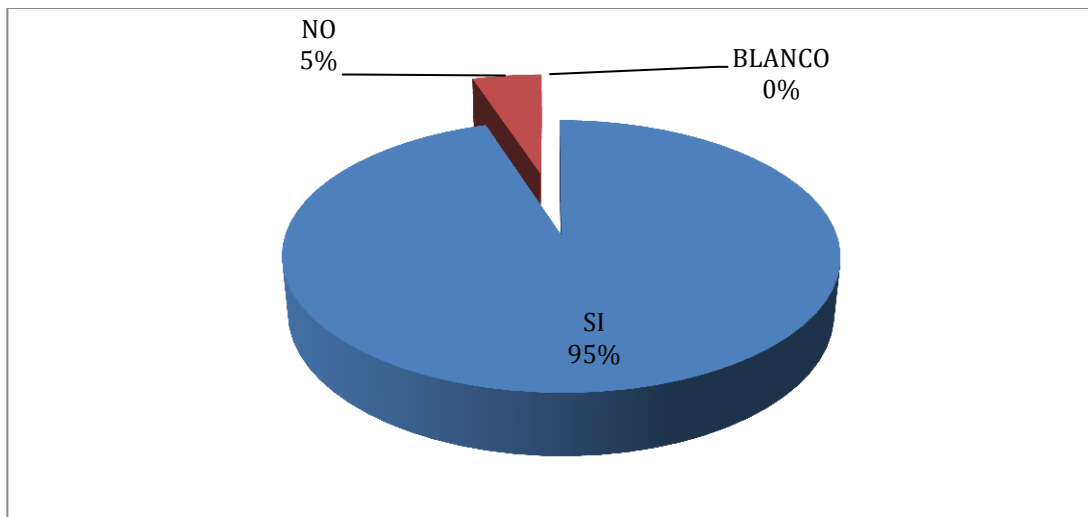
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjés y Andrea Ortiz.

Interpretación. En referencia a esta pregunta resaltamos que una gran mayoría de los encuestados posee conocimientos mínimos en fotografía, lo que nos lleva a determinar que se necesita prioritariamente el inicio de un curso básico.

7.- ¿Considera Ud. que la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	339	95%
No	16	5%
Blanco	1	0%
TOTAL	356	100%



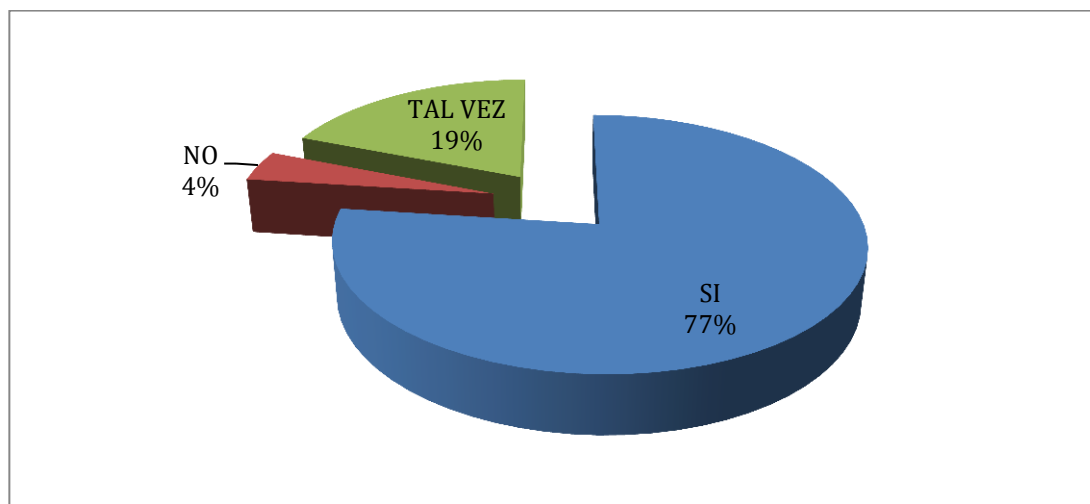
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjús y Andrea Ortiz.

Interpretación. La mayoría de las personas opinan que la creación de dicho centro si puede beneficiar su desarrollo integral, porque mediante su creación llegaran a descubrir su capacidad y creatividad, cambiando ciertos hábitos personales que no conllevan a nada positivo.

8.- ¿Piensa Ud. que la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría a la comunidad en el aspecto social y cultural?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	275	77%
NO	13	4%
TAL VEZ	68	19%
TOTAL	356	100%



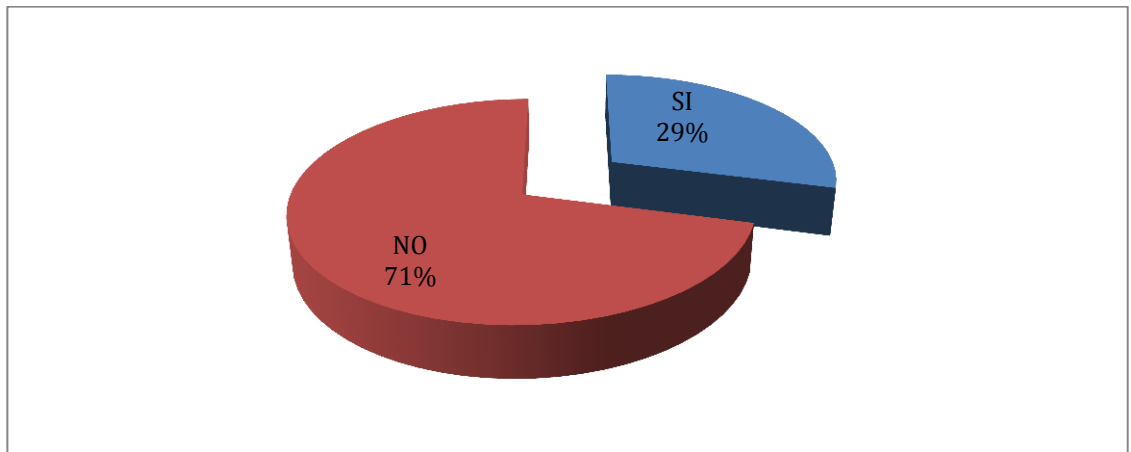
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. Un gran número de personas piensa que la existencia de un centro cultural si ayudaría a la comunidad en el aspecto social y cultural, pues con su creación estaríamos facilitando la oportunidad de preservar la cultura a través del arte de la fotografía.

9.- ¿Sabe Ud. si los lugares donde se presta servicios fotográficos, le brindan la información necesaria para lo que es tomar fotos, revelado y otras técnicas de manipulación fotográfica?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	104	29%
NO	252	71%
TOTAL	356	100%



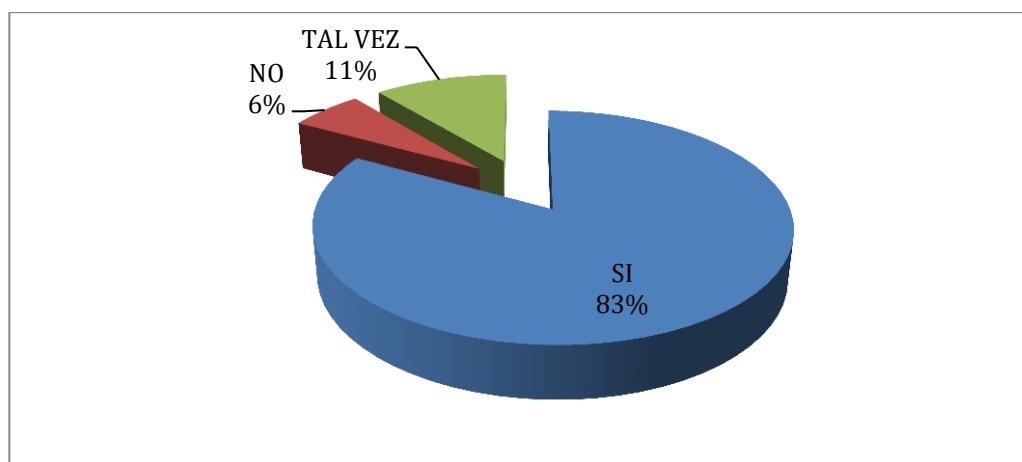
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibijés y Andrea Ortiz.

Interpretación. Por las respuestas se estima que el público no sabe si los centros fotográficos que existen brindan la información necesaria, basándonos en la respuesta de la mayoría podemos decir que esto nos beneficia porque nuestro centro si brindará amplios conocimientos acerca del tema.

10.- ¿Le gustaría que en dicho Centro Cultural se puedan realizar exposiciones especiales del material fotográfico de los alumnos que se capaciten en el mismo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	295	83%
NO	23	6%
TAL VEZ	38	11%
TOTAL	356	100%



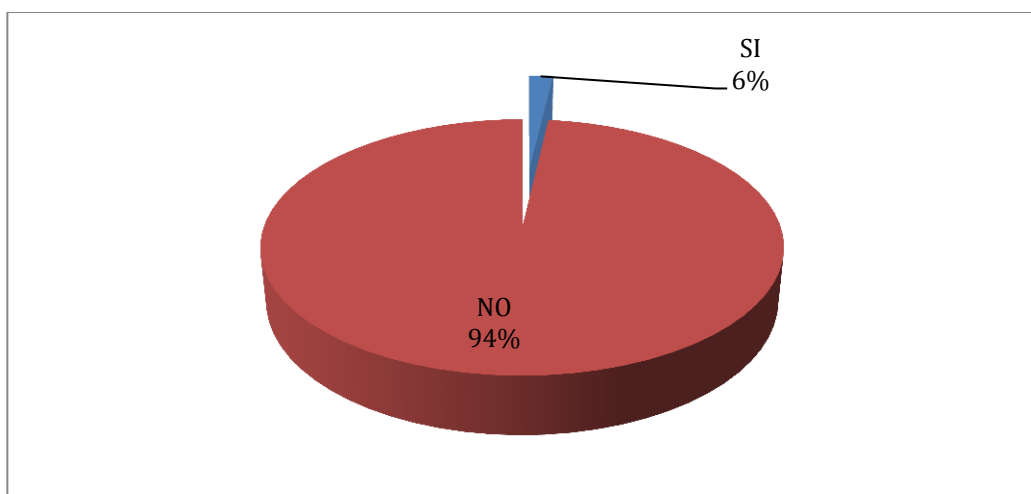
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. Gracias a la respuesta de la mayoría en esta pregunta podemos afirmar que las exposiciones y eventos en donde participen nuestros alumnos, será una gran motivación para ellos y una gran acogida por el público.

11.- Piensa usted que en el Centro Cultural de Fotografía se puedan ofrecer otros servicios como sesión fotográficas, revelados, impresiones a todo tamaño?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	6%
NO	333	94%
TOTAL	356	100%



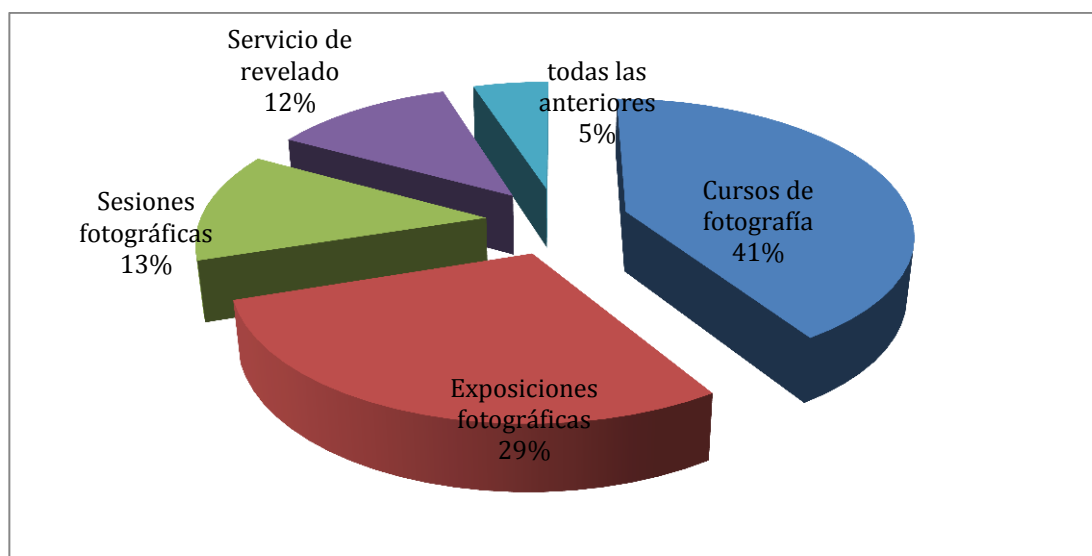
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. La mayoría opina que no debería ofrecer otros servicios, de tal manera que nosotros nos enfocaremos en los cursos, talleres, exposiciones y foros para no abarcar demasiados servicios.

12.-Si este centro llegara abrirse que tipos de servicio le gustaría que haya?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cursos de fotografía: básico, medio, avanzado	61	41%
Exposiciones fotográficas	44	29%
Sesiones fotográficas	20	13%
Servicio de revelado e impresiones	18	12%
Todas las anteriores	7	5%
TOTAL	356	100%



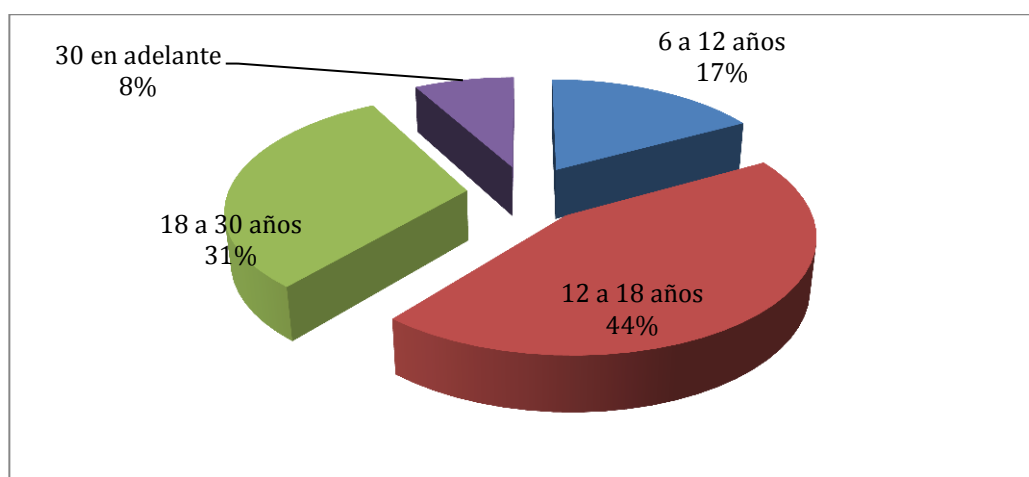
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjús y Andrea Ortiz.

Interpretación. De esta pregunta podemos concluir que los usuarios del centro se inclinan por los cursos de fotografía, luego por las exposiciones, muy pocos son a los que les gustaría que se ofreciera revelado. Esto nos muestra que las actividades planificadas darán buenos resultados.

13.- ¿A partir de qué edades considera que se deban tomar cursos de fotografía?

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6 a 12 Años	26	17%
12 a 18 Años	66	44%
18 a 30 Años	46	31%
30 en adelante	12	8%
TOTAL	150	100%



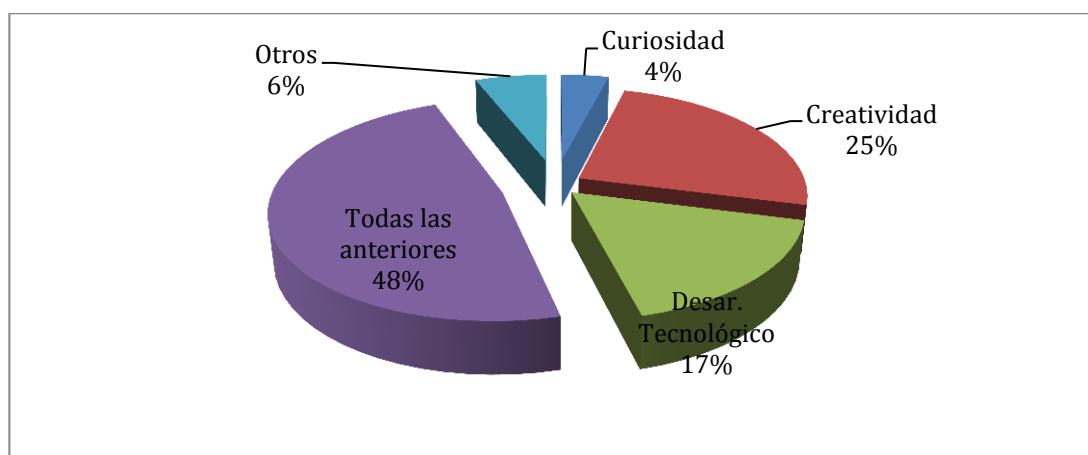
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibujés y Andrea Ortiz.

Interpretación. La mayoría de encuestados opina que la mejor edad para recibir un curso de fotografía está entre los 12 a 18 años y le sigue lo que serían personas adultas claro que los niños no quedan fuera también serán tomados en cuenta.

14.- De ser posible la creación de este centro qué aspectos cree usted que pueda destacar en su aprendizaje.

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Curiosidad	6	4%
Creatividad	37	25%
Desarrollo Tecnológico	26	17%
Todas las anteriores	72	48%
Otros	9	6%
TOTAL	150	100%



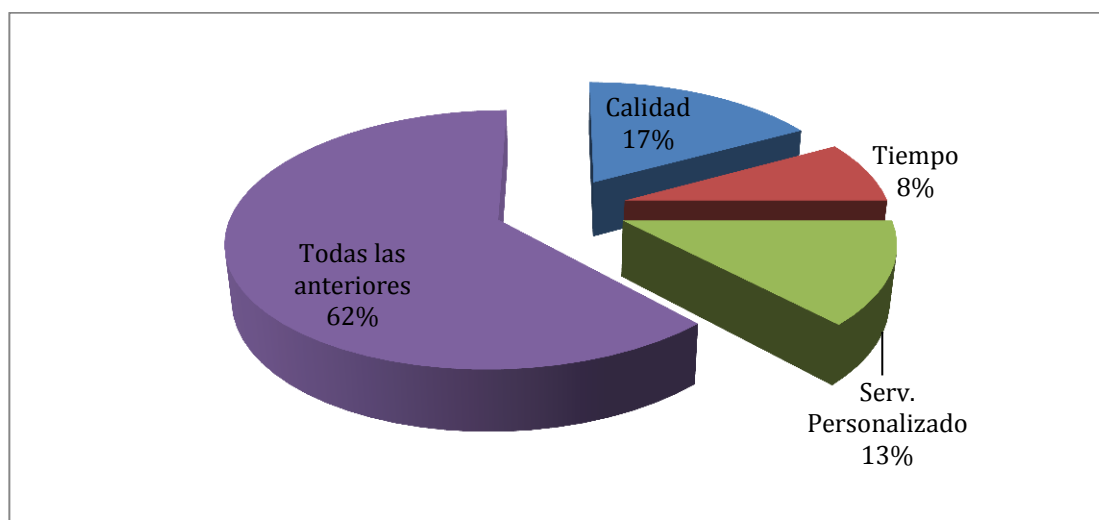
Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjúes y Andrea Ortiz.

Interpretación. En esta pregunta nos podemos dar cuenta que la fotografía nos ayuda a desarrollar varios talentos como curiosidad, creatividad, desarrollo tecnológico; pero no descartamos que puedan existir otros.

15.- Cree usted que el valor de nuestros servicios debería ser de acuerdo a:

OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	25	17%
Tiempo	13	8%
Servicio Personalizado	19	13%
Todas las anteriores	93	62%
TOTAL	150	100



Fuente: Encuestas realizadas al público.

Elaborado por: Marisela Ibjús y Andrea Ortiz.

Interpretación. De esta pregunta podemos concluir que nuestros clientes toman en cuenta a los tres primeros aspectos; y de allí nosotros tomaremos éstos como principios básicos para el funcionamiento de nuestro centro.

4.2 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

ENTREVISTAS A PERSONAS VINCULADAS AL TEMA CULTURAL DE LA CIUDAD IBARRA.

Entrevista al Lic. Fernando Revelo Ex Presidente Encargado de la Casa de la Cultura en Ibarra:

Me encuentro haciendo una entrevista al Lic. Fernando Revelo, él nos va a explicar algunas de las preguntas que nosotros nos hemos planteado para la creación del centro de fotografía.

1. De acuerdo a su percepción ¿cómo definiría la actividad cultural en el campo de la fotografía en la localidad?

Bien en el ámbito de la fotografía no hemos tenido una expresión bastante fuerte en este campo, más hemos visto que sean inclinados por la pintura; pero nosotros pensamos que habiendo un centro cultural que dé lugar a este tipo de expresiones, pienso que tendrá el éxito deseado dentro de la ciudad de Ibarra.

2. Cree Ud. ¿Qué la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?

La fotografía siempre capta aspectos triviales del acaecer cotidiano y esas fotografías siempre recuerda pues, las vivencias culturales, vivencias de todo tipo de manera que caería como anillo al dedo acá en nuestra ciudad la creación de un centro que vitalice, que incentive la cuestión fotográfica

3. Piensa Ud. ¿Qué la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría al desarrollo de la comunidad en el aspecto social y cultural?

Efectivamente nosotros nos hemos dado cuenta por ejemplo que cuando hablamos de la fotografía de la ciudad de Ibarra, que son fotos antiguas, eso capta la atención de la gente, y más aún cuando se trata pues de fotografías que captan los momentos contemporáneos, del ambiente contemporáneo que se vive entonces pienso que si ayudaría en todos los ámbitos a cultivar lo que se está desarrollando.

4. Estima conveniente ¿Qué una institución pública deba promover la práctica de fotografía como un arte?

Yo pienso pues que si se trata de promover un arte, precisamente la Casa de la Cultura es una de las entidades llamada a cultivar el incentivo de este arte.

5. De ser posible una alianza corporativa con una institución como la de ustedes, ¿qué posibilidad existe en que dicha entidad pueda encargarse del espacio físico para su funcionamiento?

La casa de la Cultura tiene la política de las puertas abiertas por lo tanto pienso pues personalmente que deberá ser un lugar específico para este menester, pues las puertas están abiertas para que haya el cultivo de este arte.

6. Al crear el centro cultural especializado en fotografía, según su criterio ¿qué tipos de servicio debería ofrecer el mismo?

Yo pienso que tiene que ser un servicio abierto al público donde jóvenes, maestros, aficionados puedan tener cabida en este lugar.

7. ¿Cuál sería el aporte a la comunidad al insertar este tipo de centro cultural?

Será una novedad para nuestra comunidad puesto que como manifesté anteriormente no se ha dado el incentivo que el caso amerita, entonces teniendo en ese sentido un centro cultural pienso que habrá jóvenes, habrá personas adultas que quieran formar parte y dedicar su tiempo a la fotografía como arte.

-Muchas gracias

Análisis.

En esta entrevista el Lic. Fernando Revelo explica que en la localidad se ha dado más importancia a otro tipo de artes como lo es la pintura y que la existencia de un centro cultural de fotografía en la ciudad sería un éxito, opina que las fotografías antiguas y contemporáneas reflejan un arte además se las toma como una vivencia importante en el acontecer diario; por lo tanto es conveniente que jóvenes y adultos aficionados a este tipo de arte puedan encontrar siempre un lugar en el cual capacitarse y además dedicar su tiempo libre.

Además manifiesta que la Casa de la Cultura daría apertura a la promoción de dicho centro para que se haga realidad y sea un aporte al arte.

Entrevista al Ing. Rubén Velalcazar Ex Director de Desarrollo Económico del Gobierno Provincial de Imbabura.

1. De acuerdo a su percepción ¿cómo definiría la actividad cultural en el campo de la fotografía en la localidad?

Bueno yo realmente he visto que es más bien limitado ese espacio hay fotógrafos talentosos, en la ciudad, personas con las que se organiza el trabajo que yo tengo de turismo, he tenido la oportunidad de conocer y poder ver el trabajo; pero lamentablemente no tienen un espacio donde poder mostrar sus capacidades, su talento y el resto de las demás personas que de alguna manera pueden tener afición por esta actividad tampoco se generan espacios y se brindan talleres o cursos sobre esta temática y realmente el trabajo artístico que tiene la fotografía pues graba lo que son testimonios de nuestra historia, de nuestras tradiciones, de nuestra cultura es un elemento que capta todo el interés y creo que merece ser atendido.

2. Cree Ud. ¿Qué la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?

Si, la apreciación que hacía hace un momento que nos lleva a conocer nuestro pasado, nuestras raíces culturales a través de la imagen.

3. Piensa Ud. ¿Qué la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría al desarrollo de la comunidad en el aspecto social y cultural?

Definitivamente pienso que es la expresión cultural, es ese testimonio que tenemos y de lo que somos y de ese modo tener un espacio donde poder encontrarnos y poder afianzar nuestra identidad, lo que somos, de dónde venimos, que es lo que hacemos.

4. Estima conveniente ¿qué una institución pública deba promover la práctica de fotografía como un arte?

Bueno ahora existe en la localidad un Ministerio de Cultura con esas competencias es la institución llamada a revelar, apoyar y hacer trabajo, aquí en la institución se veía hasta el mes de mayo, había una subdirección de cultura que se encargaba de ese trabajo que es el tema cultural; pero en el nuevo código de organismo territorial esas competencias ya no le corresponden al Gobierno Provincial sino el Ministerio de Cultura que es el ente encargado de ese tema.

5. De ser posible una alianza corporativa con una institución como la de ustedes, ¿qué posibilidad existe en que dicha entidad pueda encargarse del espacio físico para su funcionamiento?

Lo dicho, hay una entidad para el caso, en el tema del Gobierno Provincial en la primera planta se está adecuando un espacio, donde va a funcionar toda la parte de turismo, principalmente atado al tema artesanal, al tema cultural porque van de la mano, entonces vamos a tener nosotros un espacio para ese propósito, no como el tema específico de fotografía más bien un espacio para una galería para que puedan las diferentes asociaciones culturales tener un local donde manifestarse.

6. Al crear el centro cultural especializado en fotografía, según su criterio ¿qué tipos de servicio debería ofrecer el mismo?

Bueno estos espacios donde cuenten con facilidades, donde deban tener baterías sanitarias, debe tener cafetería, tener un espacio donde se produzcan reflexiones, donde se pueda charlar, se pueda reflexionar, muchas veces yo considero que a los imbabureños nos falta estos lugares, y es aquí donde esos encuentros se den sobre una mesa sobre una temática el comenzar a plantarse una hipótesis y empezar a

reflexionar, a proponer y no solo el calor de la problemática y de lo mal que estamos en una situación sino más bien ser objetivos.

7. ¿Cuál sería el aporte a la comunidad al insertar este tipo de centro cultural?

Como digo, el espacio de reflexión de charlas, el tema de nuestras raíces a través del conocimiento de nuestras culturas que son propios de nuestro territorio a través del servicio cultural. Yo pienso que ese es el mayor valor que tenemos porque muchas veces no admiramos lo que hay a nuestro alrededor solo cuando lo vemos plasmado en una fotografía, nos damos cuenta de la riqueza que tiene: cultural, de técnica artística de una obra.

-Muchas gracias

Análisis.

Estima que para quienes estén interesados en la fotografía no existe en la ciudad un lugar en donde puedan mostrar aquellas expresiones captadas en la fotografía y que si sería importante dar atención a este tipo de arte, pues las fotografías graban lo que son testimonios de nuestra historia, tradiciones, cultura; es un elemento que es fiel testimonio de nuestras raíces, de nuestras costumbres nos ayuda a saber más de nosotros, poder encontrarnos y poder afianzar nuestra identidad, lo que somos, de dónde venimos, que es lo que hacemos.

Además el Ing. Nos comunica que en la actualidad el Ministerio de Cultura es el encargado de promover prácticas relacionadas con el arte, en el Gobierno Provincial se está construyendo un espacio para una galería en donde se pueda mostrar las diferentes expresiones artísticas y culturales y nos hace una recomendación para nuestro centro el cual debería crear un espacio como una cafetería en donde se pueda charlar y reflexionar.

Entrevista a la Tecno. Flor M. Montalvo Ex Directora del Ministerio de Cultura de Imbabura

1. De acuerdo a su percepción ¿cómo definiría la actividad cultural en el campo de la fotografía con la localidad?

Bueno tenemos diversidad cultural en la provincia en el tema de la fotografía hay muchos fotógrafos que lo están encaminando en el tema artístico hemos tenido algunas propuestas pero en todo el tiempo que he estado vinculada acá hay algunos artistas que se dedican a la fotografía artística, otros que lo hacen para obtener recursos económicos, fotografía comercial, y otro tipo de fotografía que no tiene que ver con el arte. Yo creo que se tendría que visualizar probablemente como un centro audiovisual, porque yo creo que la fotografía está muy apegada al tema, es el complemento de lo que aquí tenemos una riqueza importantísima en lo que es audiovisual con grupos y colectivos que se refiere a documentales, recién se hizo un festival, aquí en Ibarra y fueron muchos los interesados entonces eso tiene que ver con el tema audiovisual.

2. Cree Ud. ¿Qué la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?

Bueno si todo lo que tenga que ver con el tema del arte es fundamental para el desarrollo tanto de la provincia como de la localidad. Yo pienso que es importantísimo; pero siempre debía más allá de solo enfocarnos al tema de la fotografía sino también un centro audiovisual.

3. Piensa Ud. ¿Qué la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría al desarrollo de la comunidad en el aspecto social y cultural?

Por su puesto la cultura abarca el tema arte es eje transversal de todas las actividades que desarrollan los seres humanos; del tema del desarrollo

económico, el tema de desarrollo de nuestra identidad, desarrollo social, educativo. Si es muy importante que todos los cantones especialmente Ibarra debiera contar con un centro cultural que permita contribuir a la sociedad.

5. De ser posible una alianza corporativa con una institución como la de ustedes, ¿qué posibilidad existe en que dicha entidad pueda encargarse del espacio físico para su funcionamiento?

Ya acá tenemos en el país once centros interculturales comunitarios. La lógica ha sido crear en zonas marginadas donde se pueda generar un desarrollo económico en la comunidad y nos pueda ayudar a mejorar ciertos aspectos. Por ejemplo en Imbabura tenemos uno de los centros más grandes del país, que es la Casa del Colibrí. La lógica sería sacar cualquier propuesta para presentar al Ministerio de Cultura donde el espacio físico sea del Municipio de Otavalo porque estos centros interculturales tienen la lógica de estar administrados por la comunidad, con los municipios, entonces lo que se hace es un convenio con el Ministerio de Cultura que sería encargado si es que existe la posibilidad de invertir en la infraestructura cultural y en este caso el Municipio de Otavalo en todo lo que sería el tema administrativo, porque necesitamos que exista sostenibilidad cultural, que se vayan a crear nuevos centros. El ministerio ahora trata de implementar y mantener una agenda viva permanente.

Análisis.

La Tecnóloga opina que hay diversidad cultural en la provincia en el tema de fotografía, que existen artistas dentro de este campo con diferente enfoque por lo tanto se debería pensar en un centro audiovisual.

Expresa que todo lo que tiene que ver con arte es fundamental para el desarrollo de un territorio; pero que no se debería enfocar solo al tema de

la fotografía, y considera que es un eje importante para el desarrollo económico y social y en el aspecto de identidad para cantones como el nuestro.

Además comenta que para la creación de estos centros se hace un convenio entre el Municipio y el Ministerio de Cultura el cual trata de implementar y mantener una agenda viva permanente, por otro lado se busca la vinculación de la comunidad en el manejo de estos con la finalidad de generar un desarrollo económico.

Comparación:

Entre una y otra opinión vertida en este trabajo encontramos lo siguiente.

El campo de la fotografía no está muy explotado en nuestro medio, hacen falta lugares dedicados a este arte en especial, en donde las personas aficionadas a la fotografía tengan un lugar en el cual puedan dedicar su tiempo libre.

En la segunda pregunta también hay una respuesta similar en cuanto a que un centro cultural beneficie el desarrollo integral de las personas.

En la tercera pregunta también existe una similitud de respuesta ya que la fotografía nos permite partir de quiénes somos y quienes fuimos.

En la cuarta pregunta encontramos variadas respuestas, desde una alianza con la Casa de la Cultura, una desvinculación resiente, y una posible alianza entre el Ministerio de Cultura y la municipalidad.

En la quinta pregunta existe una colaboración con el espacio ya existente en la casa de la cultura, en el Gobierno Provincial la prestación temporal de una sala para exposición fotográfica.

En la sexta pregunta opinan que debe haber un local abierto al público, que debe tener baterías sanitarias, una cafetería, una sala donde se puedan impartir charlas y haya reflexiones, además de un lugar adecuado para la práctica de la fotografía

En la séptima pregunta, el primero nos dice que será novedoso en la ciudad, y el segundo argumenta que será un aporte indispensable pues la fotografía nos recuerda nuestra historia tradiciones y cultura.

Recomendaciones.

Se recomienda en general que se tomen en cuenta ciertos aspectos que hemos considerado importantes en este estudio que son:

En los tiempos libres de jóvenes y adultos ampliar los conocimientos y aprender técnicas de fotografía, con la finalidad de proyectar a la ciudadanía una amplia evidencia de lo que es la cultura en la ciudad, resaltando que hacen falta lugares o plazas donde se pueda demostrar la creatividad de cada quien.

En cuanto a lo que distracción se refiere en el público que no tome la capacitación sugerida y sola se limite a ser observador, tampoco existen lugares donde con cierta frecuencia se exponga fotografías, ya que estas son el reflejo fiel de una identidad propia y colectiva.

Conclusiones:

Determinamos con los medios antes utilizados, que en la ciudad de Ibarra sería de gran importancia la creación de un Centro Cultural de Fotografía, pues es de interés general que las personas puedan acceder a amplia información de fotografía, técnicas, revelado y otros mecanismos para perfeccionar este arte y vincularlo al crecimiento y desarrollo integral de las personas, a más de culturalizar dicho entretenimiento plasmado en una fotografía, cuestión que sintetiza el convivir diario, el experimentar sensaciones e impregnar recuerdos que sean imperecederos.

Otras personas han opinado que la fotografía debe estar ligada al campo audiovisual donde no necesariamente se quede en el sí de la

imagen sino más bien en una expresión pluralista de lo que puede ser un centro cultural audiovisual.

Terminamos diciendo que queda aún mucho por investigar y sintetizar en esto que es del sentir general de la ciudadanía el planteamiento, los recursos, infraestructura y demás instrumentos, que deba llevarse a cabo dicho estudio para el centro cultural de fotografía contemporánea.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Se evidencia que en la ciudad de Ibarra no existen lugares donde se pueda hablar de la fotografía como un referente que pueda comprometer gran parte de su cultura y su identidad. Por ello la idea de dirigirnos estratégicamente a este grupo que está comprendido entre los 12 y 24 años, niños y jóvenes que tengan inquietud por conocer lugares, que les guste la aventura, que respeten la naturaleza, que sean sensibles a expresiones artísticas, todo esto tomando en cuenta lo que hoy se considera en el país como el *sumak kawsay* o el plan del buen vivir.

Los servicios que ofrecemos son cursos de capacitación básico, medio y avanzado, foros, talleres y exposiciones de los alumnos y de fotógrafos invitados nacionales e internacionales. Ya que al realizar las encuestas se arrojó como resultado la organización y planificación de los mismos.

El proyecto de la creación del centro cultural ha sido de gran interés para nosotros porque creemos que la fotografía es un medio necesario para la expresión artística de las personas, con ello pueden difundir sus tradiciones, pensamientos y sentimientos para que la comunidad conozca, aprecie y valore aquellos artistas que están empezando su labor y enriquezcan sus conocimientos culturales.

El resultado de la investigación en el mercado ibarreño tiene un alto porcentaje de 77% de aceptación para la implementación de un centro de fotografía que ayude a fomentar el arte y que se convierta en un arquetipo cultural.

5.2.RECOMENDACIONES

A las instituciones relacionadas con la imagen; ofertar capacitaciones y talleres en donde se trabaje temas relacionados al fortalecimiento cultural, directamente centrados en el tema fotográfico y su variada clasificación, haciendo hincapié en los aspectos más relevantes de la cultura y el comportamiento como participantes y observadores.

Los organismos culturales deben concienciar a la gente que la identidad de un pueblo es algo propio de su cultura y enseñarles a apreciar nuestros valores, dándoles el reconocimiento que merecen.

Los gobiernos de turno deberían prestar más atención a los pueblos con valor cultural el cual nos identifica como tal en un país multicultural y multiétnico.

Las autoridades a través de los centros culturales debe considerar sensibilizar a los adultos, jóvenes que la fotografía no es solo una imagen instantánea captada por un lente sino un medio artístico de expresión, generando el interés por su pueblo, que es otro camino para la conservación cultural así como en la provincia, lo es la escultura, la pintura y seamos una ciudad próspera.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

“CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA”.

6.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Lo que se puede acotar al respecto de la fotografía y la cultura es que cada vez existen nuevos procesos adaptativos a la época; se toma en cuenta así, que la fotografía se inició como una actividad de carácter burgués puesto que tradicionalmente se retrataban para tratar de inmortalizar o impregnar en la memoria de la gente su existencia y el poderío que tenían.

Es ahora cuando se ha ido evolucionando tanto, que esta actividad se ha vuelto tan popular y normal como tener un servicio básico es así que nos vemos en la necesidad de crear un plan para un centro cultural donde se proyecte el expresionismo sin límite de las personas.

Nuestro centro cultural en su imagen guarda estrecha relación con los colores ocres, que son los utilizados por los indígenas en épocas pasadas, usados para decorar sus artesanías, tomados de los materiales de la naturaleza.

La fotografía tiene un papel importante en la cultura porque puede transformar una realidad lejana a una cercana, lo que nos permite analizar y reflexionar sobre cierto hecho. Es capaz de mostrar acontecimientos pasados a través del tiempo, considerándola así como un archivo histórico plasmándolos en un papel puede mostrar también hechos de actualidad por eso la frase: “Una imagen vale más que mil palabras.

La fotografía es considerada como un arte porque implica creación, imaginación e innovación. es pues, un testigo fiel que deja huella y evidencia de cada hecho.

6.3 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.

El Centro Cultural de Fotografía Ibarra estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Ciudad de Ibarra, en la Calle Olmedo y García Moreno Esq. en el Parque de La Merced diagonal al antiguo Cuartel Militar; Telf.: 06 2642 823; Cel.: 0980141754; Fax: 06 2642 824; **Email: ccfi@gmail.com**

6.4 MISIÓN

Somos un centro cultural fotográfico cuya misión es arraigar las tradiciones y vivencias plasmadas en la fotografía conjugando diversas técnicas de diseño, promoción y ejecución fotográfica; enfocados en realizar actividades culturales y artísticas para lograr impulsar la creación de nuevos talentos y fomentar convenios de cooperación para el fortalecimiento y desarrollo de la pluriculturalidad y establecer vínculos que fomenten el interés por preservar nuestra identidad.

6.5 VISIÓN

El centro cultural de fotografía se proyecta para el 2020 como un referente de la región norte del país , atrayente de talentos, que aporte a la cultura con la fotografía y la tecnología necesaria, como entidad de vanguardia que promueva el desarrollo humano sustentable proporcionando la igualdad de oportunidades, ofreciendo conocimientos con los últimos avances tecnológicos, con una perspectiva global y comprometida para propiciar proyectos sociales que se llevan a cabo en colaboración con actores externos a nivel local, nacional e internacional.

6.6 ESTRATEGIAS

- Elaborar salidas y talleres de campo, para identificar los diferentes tipos de fotografía.
- Realizar exposiciones clasificadas de acuerdo al nivel de aprendizaje y conocimientos de cada estudiante, con el apoyo de la Ilustre Municipalidad de Ibarra.
- Establecer alianzas estratégicas con la Municipalidad de Ibarra para la preparación de concursos fotográficos donde los más destacados puedan publicar sus fotografías en revistas, folletos turísticos e informativos de la ciudad.
- Luego de preparar las exposiciones fotográficas, previo la elaboración de alianzas estratégicas con el Ministerio de Cultura se hará un análisis de las más relevantes, para darles un valor monetario y cultural.
- Ofrecer otros servicios como sesiones fotográficas a particulares.
- Revelado y retoque de fotografías de ser necesario.

6.7 VALORES CORPORATIVOS

- Respeto. Es un valor que conduce a crear un ambiente de armonía, solidaridad, compañerismo y a entender la libertad de expresión de cada persona.
- Responsabilidad. Cumpliendo a cabalidad con el trabajo a cada uno encomendado.
- Competitividad. Ofreciendo un servicio de calidad, estar a la par con los cambios en el mercado en un mundo globalizado y tecnología cambiante.
- Lealtad. Hacer un compromiso, sentir orgullo de nuestra empresa y además hacia nuestros clientes.
- Honestidad. Ser pulcros, tener una ética profesional al momento de desarrollar un trabajo ya sea para nosotros mismos o para nuestra empresa.
- Trabajo en equipo. Generar relaciones de confianza y respeto mutuo al trabajar en equipo para que estos sean capaces de lograr grandes cosas.

6.8 POLÍTICAS

- El centro cultural se compromete a cumplir con los requisitos que el cliente solicite.
- Siempre debe estar mejorando su rentabilidad para permanecer en el mercado.
- Debe permanecer a la vanguardia de los cambios en el mercado.
- El centro cultural debe poner a disposición de sus clientes en las oficinas y en la página web, las direcciones de su local, código postal, los contactos para contratar los servicios del mismo.
- La empresa al ser un centro cultural de fotografía está en la obligación de actualizarse en cuanto a nuevas tendencias dentro de la fotografía se refiere.

- El personal que trabaja en el centro debe estar en constante capacitación y sujetos a los cambios de las tendencias.
- Todo el personal debe someterse a una evaluación cada determinado tiempo.
- Los empleados deben cumplir con el horario de trabajo establecido.
- Cada trimestre los departamentos deberán entregar un informe detallado de las actividades realizadas durante ese periodo.
- Al adquirir un compromiso con un cliente se lo cumplirá de manera puntual siempre a tiempo, no debe haber retrasos en la entrega.
- Cuando la empresa necesite personal se realizará un concurso abierto en donde se realizarán pruebas selectivas, entrevistas personales y escogeremos a la persona con más alto puntaje.
- Los empleados tienen prohibido hablar o comentar algo acerca de los clientes, fuera de la empresa.
- En caso de haber un reclamo por parte de los clientes sobre un trabajo deberá presentarse por escrito y adjuntar las pruebas del incumplimiento del trabajo.
- Los documentos de reclamó deberán presentarse en el plazo de 30 días a contar desde el día en que se hubiese entregado el proyecto.
- Dentro de cada uno de los departamentos habrá autonomía para tomar decisiones dentro del tema que les compete.
- Los cargos de directores de departamentos tendrá una duración de 2 años y podrá ser renovado cuantas veces se considere oportuno.
- La persona que ingrese trabajar en la empresa no podrá ostentar otro cargo fuera de ella.
- Al existir una vacante dentro de la empresa el plazo para llenarla será de 30 días.
- Estas políticas podrán ser modificadas si los directivos de la empresa consideran necesario.

6.9 PLAN DE NEGOCIOS

6.9.1 ELABORADO POR:

Nombres y Apellidos: Eliana Marisela Ibujés Narváez.

Dirección: San Gabriel

Celular: 0980141754

Correo electrónico: elymar4@yahoo.es

Nombres y Apellidos: Andrea Jimena Ortiz Mier.

Dirección: Ibarra Av. El Retorno

Celular: 0991836016

Correo electrónico: andreaortiz281@hotmail.com

6.9.2 LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Provincia de Imbabura. Cantón San Miguel de Ibarra.

6.9.3 SECTOR ECONÓMICO DE EJECUCIÓN.

Ibarra.

6.9.4 TIPO DE SOCIEDAD.

El centro cultural de fotografía se lo constituirá como una Sociedad Civil de Hecho de carácter privado, con fines de lucro, creada mediante escritura pública celebrada el 10 de Julio del 2014, ante el Notario Primero del Cantón San Miguel de Ibarra Dr. Diego Andrade Armas, celebrada entre las señoras Andrea Jimena Ortiz Mier y Eliana Marisela Ibujés Narváez, regulada por el Ministerio de Cultura.

6.9.5 ACTIVIDAD.

La idea de crear este centro cultural nació a partir del interés por la fotografía en la aulas de la universidad, analizando la carencia de lugares como este, donde además de entretenimiento se puedan afianzar los conocimientos de fotografía y visualizarla como un arte inexplorado en la ciudad. Además como un vínculo importante y necesario para nuestra carrera de Diseño y Publicidad.

Con ello buscamos el interés por el arte, que sea capaz de distraer en una manera sana y dé la oportunidad de ampliar el conocimiento.

La oportunidad de negocios es muy buena porque no hay un lugar a fin al nuestro, como hemos mencionado anteriormente la fotografía es un arte que aún no se explota en la ciudad y las encuestas realizadas han demostrado un real interés por la apertura de éste.

Los servicios que estamos ofertando están encasillados a un grupo de economía media alta.

El centro cultural de fotografía procura involucrar a la cultura, creatividad e imaginación vinculando elementos de Diseño y Publicidad.

Como un nuevo servicio que ofertaremos posteriormente será la creación de una sala de audiovisuales completamente equipada y con una buena acústica.

El centro de fotografía estará ubicado en un lugar estratégico de la ciudad en una casa antigua que fue remodelada entre las calles García Moreno y Olmedo en el Parque de La Merced diagonal al Antiguo Cuartel Militar.

El centro de fotografía se inaugurará en el mes de septiembre, aprovechando las festividades cantonales de San Miguel de Ibarra. El centro tendrá el siguiente horario de Lunes a Sábado de 8:30 a 13: 30 y de 15:00 a 19:00.

6.10 PLAN DE MARKETING.

6.10.1 ANÁLISIS EXTERNO DEL MERCADO.

El centro cultural está dirigido a un mercado en general, los potenciales clientes serán tres tipos: personas que tengan afición a la fotografía que la vean como un pasatiempo; jóvenes estudiantes que deseen mejorar y adquirir más conocimientos en técnicas de fotografía y otro tipo de cliente serán las personas que les guste asistir a foros, talleres de fotografía, claro está que estos eventos están dirigidos para todos nuestros clientes potenciales.

Los lugares que hemos identificado como competencia para nuestro centro cultural serían la existencia de otro centro cultural de fotografía que ofrezca los mismos servicios que el nuestro; así como los centros culturales que tengan a disposición una sala de audiovisuales.

6.10.2 ANÁLISIS INTERNO DEL MERCADO.

El centro cultural al ser una empresa nueva en el mercado tendría que trabajar mucho para posicionar su nombre y marca en el mercado esto sería una desventaja, lo que se compensaría con los precios, con la atención personalizada hacia nuestros clientes, publicidad, los diferentes servicios que ofreceremos. Un punto débil también sería el poco capital con el que vamos a iniciar.

6.10.3 ANÁLISIS FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Estructura interna.• Personas calificadas y eficientes.• Implementación de área para capacitación y exposiciones.• Hacemos nuestra propia publicidad.• Uso de tecnología de punta.• Ubicación estratégica.	<ul style="list-style-type: none">• Capital pequeño para apertura del centro.• Inexistencia de apoyo económico por parte de las autoridades en proyectos de cultura.• Es una institución nueva en el mercado.• Falta de posicionamiento y promoción.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Somos un centro cultural legalmente constituido• Somos el único Centro cultural de fotografía en Ibarra.• Buenas relaciones públicas en el ámbito cultural.• Buena disponibilidad por parte de autoridades locales en los eventos a realizarse.• Público interesado en fomentar la cultura.	<ul style="list-style-type: none">• Apertura de un centro afín al nuestro.• Escasez de ética profesional• Personas reacias a la cultura.

6.10.4. COMBINACIONES MATRIZ FODA

6.10.4.1 FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

Estar constituido legamente permite establecer convenios corporativos y alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y privadas.

Altas probabilidades de ser reconocidos rápidamente.

Afianzar las capacidades de la creatividad en los participantes.

Incentivar a las autoridades y a la ciudadanía a exposiciones secuenciales de fotografía.

Realizar exposiciones en lugares públicos con el fin de darnos a conocer.

6.10.4.2 FORTALEZAS Y AMENAZAS

Capacitaciones continuas para el personal del centro cultural.

6.10.4.3 DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES

Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas en el beneficio de la cultura.

6.10.4.5 DEBILIDADES Y AMENAZAS

Por la escasez del presupuesto solo contrataremos personal ocasionalmente.

6.11 DISEÑO DE ESTRATEGIAS

NECESIDAD	MARKETING MIX	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD
Institución nueva	Promoción	Plan de marketing	Desarrollo del plan de marketing
Falta de posicionamiento y promoción	Promoción Publicidad	Imagen e identidad corporativa Medios publicitarios	Diseño de la imagen e identidad Desarrollo del plan
Competencia indirecta	Promoción Plaza	Redes sociales Estructura física	Diseño de las páginas de las redes sociales Adecuación del local para el centro
Falta de promoción cultural	Promoción Publicidad Plaza Precio	Descuentos en servicios Piezas publicitarias Ubicación del centro Precios acordes a los servicios	Diseño de las piezas publicitarias Diseño del plan de negocios.
Falta de interés por la fotografía	Promoción Publicidad	Capacitación Información Conocimiento Documentación	Desarrollo del plan de estudios del centro. Información acerca del manejo de archivos fotográficos

Ref: Cuadro elaborado por Andrea Ortiz y Marisela Ibujés.

6.12 OBJETIVOS

6.12.1 OBJETIVO GENERAL.

Educar a la ciudadanía ibarreña en el campo de la fotografía para fomentar la cultura y los valores artísticos permitiendo la exteriorización de la sensibilidad del ser humano frente al medio en el que se desenvuelve.

6.12.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos a corto plazo.

- La utilización de una casa antigua ya remodelada para el funcionamiento del centro cultural.
- Proveernos de los principales aparatos tecnológicos para las posteriores capacitaciones.
- Contar con el personal necesario para el buen funcionamiento del centro.
- Lograr alianzas estratégicas con entidades públicas.
- Presentar una propuesta corporativa a entidades públicas y privadas, donde podamos ofrecer nuestros servicios como centro cultural.
- Incrementar en un 10% las inscripciones para las capacitaciones.

Mediano plazo.

Para el 2016:

- Trabajar con empresas privadas mediante alianzas estratégicas.

- Realizar foros, talleres y exposiciones donde invitaremos a fotógrafos nacionales e internacionales para que el público pueda interactuar con ellos.
- Equipar una sala de audiovisuales para exposiciones.
- Incrementar en un 20% las inscripciones para las capacitaciones.
- Producir una manera de recursos constantes, con lo que se permita cumplir con la planificación del centro.

Largo plazo.

En un plazo de cinco años:

- Posicionarnos en el mercado como un centro cultural reconocido.
- Extender nuestros servicios a un nuevo mercado geográfico.

6.12.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO.

El Centro Cultural de Fotografía Ibarra, ha visto necesarias algunas alianzas estratégicas para el buen desenvolvimiento del mismo: La Alianza Francesa, La Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Imbabura, Radio Exa, Ing. Fernando Enríquez, Soluciones Publicitarias, Centro de Gráfica Internacional.

Una de las alianzas estratégicas que el centro cultural ha logrado es con el Ing. Fernando Enríquez, propietario del local en el cual funcionará el centro, hemos firmado un Convenio de Comodato.

Con el Centro de Gráfica Internacional se ha firmado un contrato en el cual ambos centros aportan para el crecimiento de ambas.

6.13 MARKETING MIX.

6.13.1 PRODUCTO.

Los cursos de fotografía se dictarán en tres niveles: básico, medio y avanzado éstos serán de carácter permanente, con horarios de 15:00 a 18:00, los días Lunes, Miércoles y Viernes. Estos cursos están dirigidos a personas desde los 12 años en adelante.

Los talleres a realizarse serán tres al año, con la participación de fotógrafos reconocidos nacionales e internacionales. Tendrán una duración de dos a tres días dependiendo del tema de cada taller, en horarios de 9.00 a 12:00 y de 15:00 a 17.00.

Los foros serán realizados cada mes a partir de 15:00 a 17:00 los días jueves.

Realizaremos exposiciones de dos tipos:

Exposiciones de los participantes, los días Viernes y Sábado de 9:00 a 19:00, serán bimensuales.

Exposiciones de artistas o fotógrafos reconocidos, la duración será de una semana a un mes dependiendo de la disponibilidad del expositor, en horarios de 9.00 a 19:00.

6.13.2 PLAZA

El canal de distribución que el centro cultural utilizara para darse a conocer será a través de internet utilizando las redes sociales y su página web, además se utilizará publicidad tradicional a través de flyers en donde estará un código Qr. con el cual se conectarán más rápido con nuestra página web.

Además el centro cultural cuenta con el local adecuado para la atención a sus clientes.



6.13.3 PRECIO

Los cursos de fotografía que son permanentes tendrán un costo de 35 dólares mensuales, 10 alumnos por curso.

Por dos familiares el costo será de 50 dólares y por 3 el costo será de 70 dólares (cursos permanentes), los 10 primeros inscritos tienen derecho a una sesión de fotos.

Los talleres tendrán un costo de 52 dólares para particulares, para estudiantes tendrán un costo de 10 dólares.

Para empresas privadas al inscribirse 20 personas se otorga un pequeño catálogo de fotografía publicitaria de la empresa.

Los foros tendrán un costo de 50 dólares y las exposiciones tendrán un costo promedio de 3 dólares.

6.13.4 PROMOCIÓN

Campaña.

El eje de la campaña se basará en medios tradicionales y no tradicionales.

Medios tradicionales: radio, televisión y prensa escrita.

Medios no tradicionales: web, redes sociales, etc.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

- El uso de las redes sociales nos beneficia para publicitar los eventos y servicios que organice el centro.
- Una manera de generar cultura será la aplicación de tips, también noticias para estar a la vanguardia de la fotografía. Todas las redes serán monitoreadas a diario.
- Enganchar a un gran número de seguidores para informar sobre los eventos y servicios.

- Promocionar eventos, exposiciones y dar a conocer los cursos a dictarse.

Objetivos:

Abrir un espacio informativo dentro de los medios de comunicación para difundir la gestión que se realiza en el interior del centro cultural de fotografía.

Disminuir las percepciones negativas de los clientes potenciales frente a la creación del centro cultural de fotografía.

Incentivar a los clientes a que participen de las promociones y exposiciones del centro cultural de fotografía.

Posicionar el centro cultural de fotografía Ibarra como una marca de alto nivel.

Se utilizará los medios tradicionales y alternativos para difundir la información que se genere desde la administración, para que la gente se informe sobre los proyectos que organice el Centro Cultural.

La estrategia de comunicación se la realizará en medios escritos y emisoras.

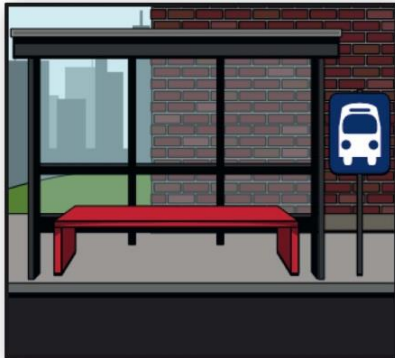
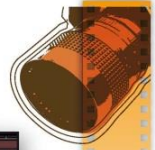
6.13.4.1. MEDIOS TRADICIONALES

Para televisión:

- **SPOT PUBLICITARIO**

Pautaremos en el Canal Universitario, mediante un convenio con este medio, en TVN que tiene la cobertura en Imbabura en horarios rotativos, el spot también estará en las redes sociales del centro.

A continuación se encuentra el detalle del story board para el lanzamiento y promoción del Centro Cultural de Fotografía Ibarra.



TOMA 1 : Plano general
 Sonido: Flash de camaras sonidos referentes a la fotografia.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal



TOMA 2 : Plano General
 El personaje Carlos aparece en una parada de bus denotando una actitud pensativa, confundido ,desesperado.
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal



TOMA 3 : Plano General
 El personaje Ana se acerca a Carlos y pregunta que te sucede parece muy desesperado a lo que el responde es que me gusta la fotografia y nose que hacer tendre que viajar a quito para seguir un curso de fotografia.
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal



TOMA 4 : Plano General
 El personaje Ana se acerca a Carlos y le dice tranquilo Carlos no sabias que en ibarra se acaba de inaugurar el nuevo C.C.F ibarra es un centro de fotografia para todos es muy bueno Carlos denota una actitud de entusiasmo y sorpresa
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal





TOMA 5 : Plano General
 El personaje Ana le explica a Carlos que actividades se realizan en el C.C.F de Ibarra, mientras esperan el bus.
 Ana denota una actitud de alegría y Carlos denota una actitud de entusiasmo.
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal



TOMA 6 : Plano General
 Se visualiza el C.C.F de Ibarra y
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal

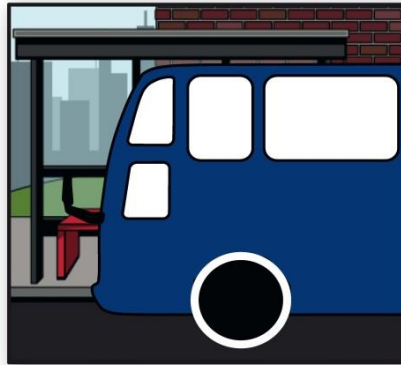


TOMA 7 : Plano General
 El personaje Ana finaliza la explicación a Carlos y luego se levantan de la silla de la parada del bus donde estaban sentados.
 Ana denota una actitud de alegría y Carlos denota una actitud de entusiasmo
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal



TOMA 8 : Plano General
 El personaje Ana le manifiesta a Carlos y le dice es más ya me animaste a tomar un curso de fotografía vamos te acompaño y continúan esperando el bus
 Carlos y Ana denotan una actitud de entusiasmo
 Sonido: Ambiental fotografico.
 Música: Ambiental
 Movimiento de Cámara:
 Panorámica horizontal
 Angulo de la toma: Frontal





TOMA 9 : Plano General
Los personaje Ana y Carlos toman el bus
y se dirijen al C.C.F de Ibarra
Sonido: Ambiental fotografico.
Música: Ambiental
Movimiento de Cámara:
Panorámica horizontal
Angulo de la toma: Frontal



TOMA 10 : Plano General
Se observa la parte posterior del bus donde se
aprecia el logo C.C.F de Ibarra y los logo de las redes
sociales donde pueden buscarnos y seguimos.
Sonido: Ambiental fotografico.
Música: Ambiental
Movimiento de Cámara:
Panorámica horizontal
Angulo de la toma: Frontal



Imagen. Diseño de story board para el spot por Marisela Ibijés y Andrea Ortiz.

- **TRÍPTICO.**

Utilizaremos trípticos para la promoción de nuestro centro cultural el cual contendrá información de la institución y de los cursos que dictaremos.





Centro Cultural de Fotografía Ibarra

f t i



MISIÓN

Somos un centro cultural fotográfico cuya misión es arraigar las tradiciones y vivencias plasmadas en la fotografía conjugando diversas técnicas de diseño, promoción y ejecución fotográfica: enfocados en realizar actividades culturales y artísticas para lograr impulsar la creación de nuevos talentos y fomentar convenios de cooperación para el fortalecimiento y desarrollo de la pluriculturalidad y establecer vínculos que fomenten el interés por preservar nuestra identidad.

VISION

El centro cultural de fotografía se proyecta para el 2020 como un referente de la región norte del país, atrayente de talentos, que aporte a la cultura con la fotografía y la tecnología necesaria, como entidad de vanguardia que promueva el desarrollo humano sustentable proporcionando la igualdad de oportunidades, ofreciendo conocimientos con los últimos avances tecnológicos, con una perspectiva global y comprometida para propiciar proyectos sociales que se lleven a cabo en colaboración con actores externos a nivel local, nacional e internacional.

📍 José Joaquín Oimedo y Sanchez y Cifuentes (frente al parque La Merced)

☎️ Teléfonos: 06-2642823 fax 062-642824

📞 Celular: 0980141754

✉️ ccfi@gmail.com

🌐 CentroCulturaldeFotografiaIbarra.

SERVICIOS:

Los cursos de fotografía se dictarán en tres niveles: básico, medio y avanzado éstos serán de carácter permanente, con horarios de 15:00 a 18:00, los días Lunes, Miércoles y Viernes. Estos cursos están dirigidos a personas desde los 11 años en adelante.

Los talleres a realizarse serán tres al año, con la participación de fotógrafos reconocidos nacionales e internacionales. Tendrán una duración de dos a tres días dependiendo del tema de cada taller, en horarios de 9:00 a 12:00 y de 15:00 a 17:00.

Los foros serán realizados cada mes a partir de 15:00 a 17:00 los días jueves.

Realizaremos exposiciones de dos tipos:

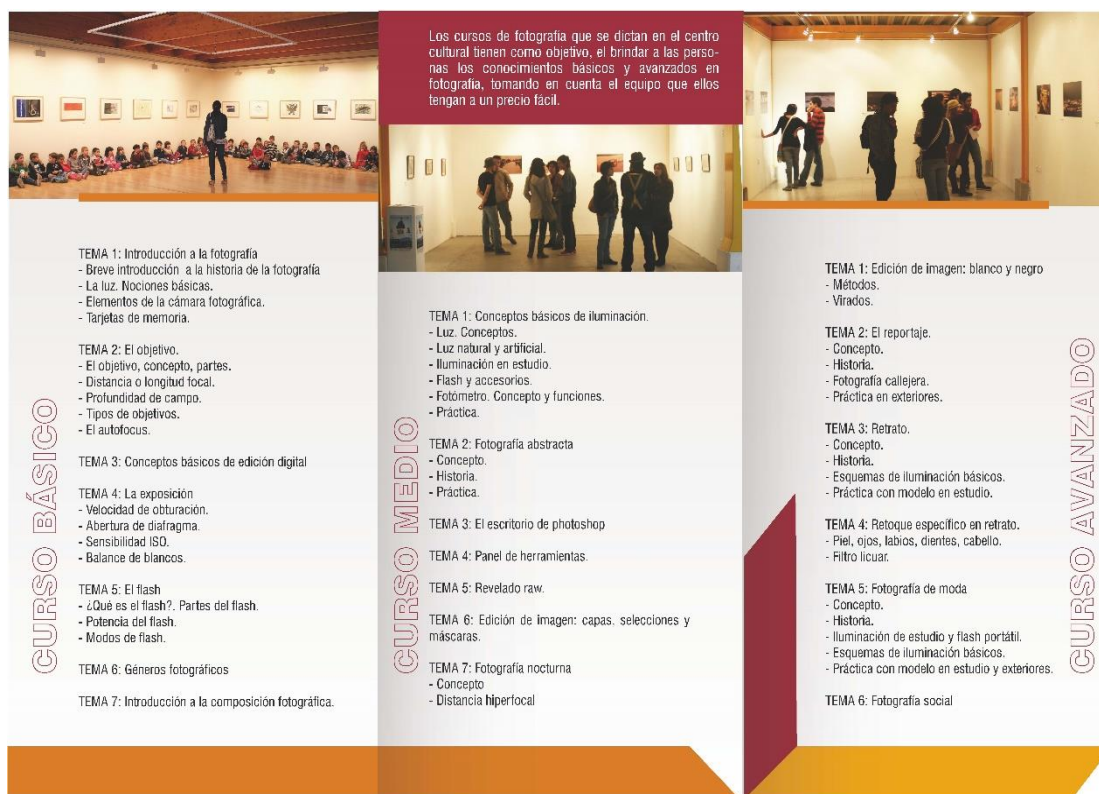
Exposiciones de los participantes, los días Viernes y Sábado de 9:00 a 19:00, serán bimensuales.

Exposiciones de artistas o fotógrafos reconocidos, la duración será de una semana a un mes dependiendo de la disponibilidad del expositor, en horarios de 9:00 a 19:00.

El centro cultural está constituido como una sociedad civil de hecho que nos permite realizar convenios y alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas.

CURSO	35 Usd. Mens.	10 Asistentes
TALLER Estudiantes	10 Usd	20 Asistentes
TALLERES particulares	52 Usd.	20 Asistentes
FOROS	50 Usd.	20 Asistentes
EXPOSICIONES	5 Usd.	50 Asistentes

www.centroculturalfotografiaibarra.ec



Ref: Diseño del tríptico por Andrea Ortiz – Marisela Ibijés.

6.13.4.2. MEDIOS NO TRADICIONALES

- **CÓDIGO QR.**

Las aplicaciones móviles han adquirido gran importancia en los últimos años, es así que en un mercado tan tecnológico no podemos quedarnos atrás y hemos decidido crear un código Qr con el fin de llegar a nuestros clientes potenciales y estos tengan un fácil acceso desde donde se encuentren a nuestra página y a la información sobre cursos, descuentos, noticias en el ámbito de la fotografía entre otras.

El código Qr del centro cultural se lo dará a conocer a través de volantes el día de la inauguración, además se pedirá la colaboración de

las entidades ligadas a la cultura para que nos permitan colorar nuestros afiches con el código para de esta manera llegar a más público.



- **PÁGINA WEB**

Crear una Página Web que nos permita una organización empresarial reconocida, lo que nos ofrecerá más herramientas para promocionar el centro. La información disponible en esta será visible para todos, con lo que lograremos establecer estadísticas de impacto, interacción y seguidores.

En la página web se encontrará toda la información referente al centro cultural como lo es su misión y su visión, los valores corporativos bajo los cuales trabajaremos, se encontrará la información de los cursos como lo son horarios, costos, pensum de estudios, cronogramas de talleres, foros que elaboraremos conforme a las necesidades de los alumnos.

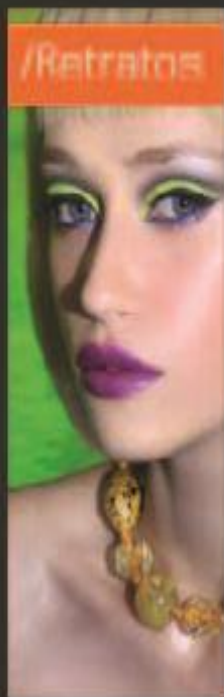


Imagen: Diseño de Web del CCF Ibarra por Marisela Ibijés y Andrea Ortiz.



ccf
Centro Cultural de Fotografía Ibarra

Inicio Retratos Moda Alimentos Naturaleza Contactos CURSOS



/fashion



/Naturaleza



Centro Cultural de Fotografía Ibarra
c.c.dcfotografiaibarra@gmail.com



Imagen. Las imágenes utilizadas en la página son de las autoras.

- FACEBOOK

Crearemos nuestra fan page en Facebook para estar más cerca de nuestros clientes, la página se la alimentará continuamente con información de los cursos, talleres que se realizarán, información de

fotógrafos además información de eventos a realizarse en otras ciudades referentes a la fotografía.



Ref: Diseño página de Facebook del CCF Ibarra por Marisela Ibujés y Andrea Ortiz


- **ROLL UP.**

Servirá para lo talleres, exposiciones y foros del centro cultural de fotografía Ibarra.



- PAPELERÍA Y TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Llevarán nuestro logo de identidad los documentos como: oficios, carpetas, sobres, tarjetas de presentación (con los contactos del centro).

 **ccf**
Centro Cultural de Fotografía Ibarra

► PAPELERIA.


► HOJA DE CARTA

Medidas: 210 x 297 mm
Papel 90 gr.
4 tintas.

Tipografía para datos del destinatario:
Helvetica
Helvetica 57 Condensed

Tipografía para texto de la carta:
Helvetica
Helvetica 57 Condensed

Tipografía para datos del C.C.F de Ibarra
Helvetica
Helvetica 57 Condensed




Fuente: Diseño de imagen corporativa.
Autoras: Marisela Ibijés – Andrea Ortiz.

 **ccf**
Centro Cultural de Fotografía Ibarra

► TARJETA CORPORATIVA

Medidas: 85 x 55 mm
Papel 240 gr.
4 tintas.
Tipografía para datos del C.C.F de Ibarra
Helvetica
Helvetica 57 Condensed




Fuente: Diseño de imagen corporativa.
Autoras: Marisela Ibijés – Andrea Ortiz.

- **RELACIONES PÚBLICAS.**

Realización de una rueda de prensa previa a la inauguración del centro cultural.

Desarrollo de la primera exposición fotográfica con la participación de: “Ibarra ayer y hoy”, en el Parque Ciudad Blanca en el mes de Septiembre, como participación en homenaje a la cantonización de Ibarra.

Se realizarán otras exposiciones en este año a medida del cumplimiento de nuestro cronograma de actividades.

6.14 TARGET GROUP.

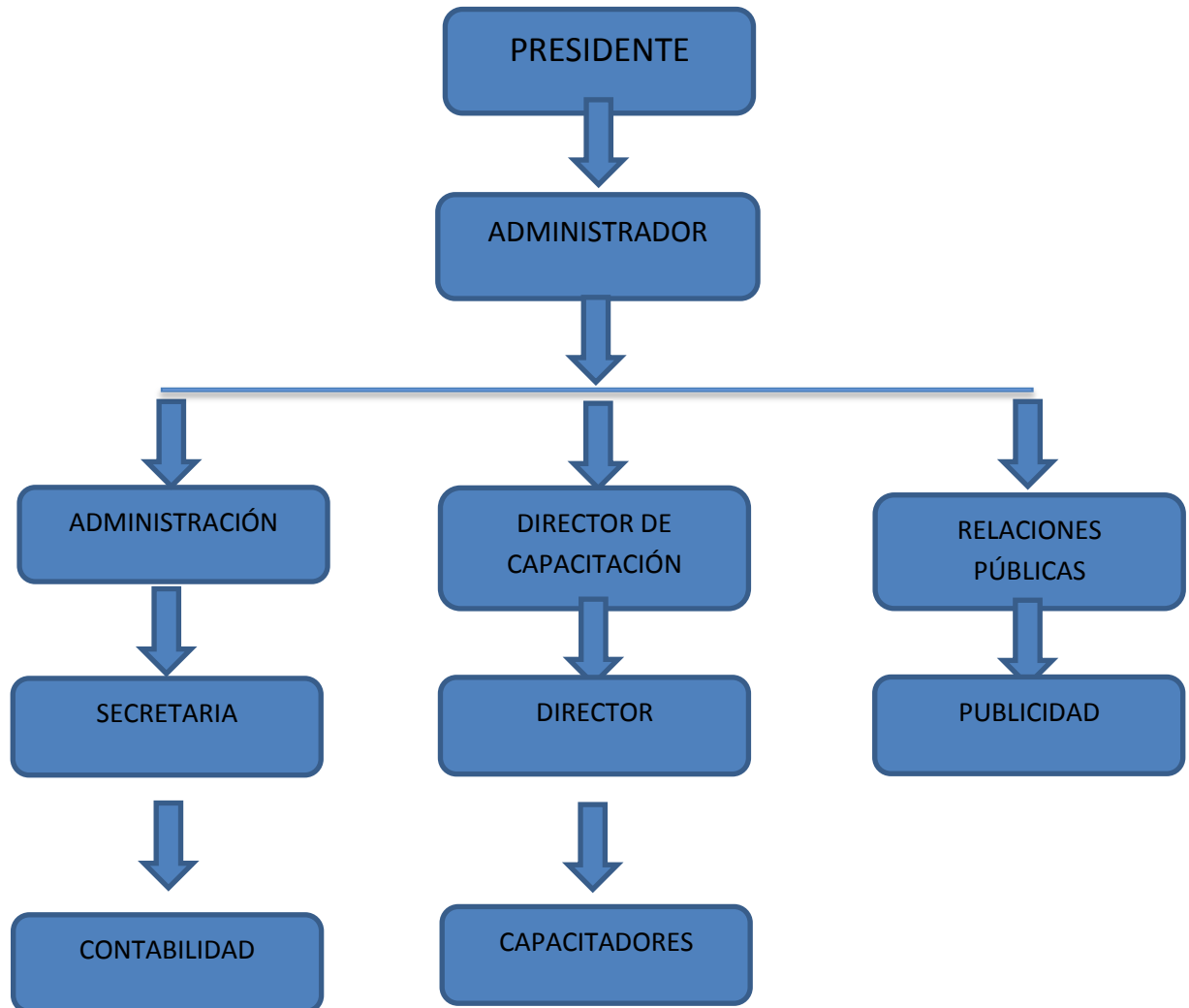
Nuestros servicios estarán enfocados a los siguientes grupos:

Niños y jóvenes desde los 12 a 24 años, población económicamente activa y de clase media a media alta.

El Centro Cultural de Fotografía está dirigido a jóvenes intelectuales, joviales, estudiantes universitarios que cursen carreras afines al Diseño, Publicidad, Marketing, y que deseen aprender nuevas técnicas o mejorar las que ya se conocen; en fin a todos aquellos que miren a la fotografía como una forma de arte, como un pasatiempo, como una manera diferente de expresión, jóvenes amantes a la cultura, el arte, la naturaleza a todos aquellos que disfruten de viajar y deseen conservar sus recuerdos a través de la fotografía.

6.15 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.15.1 ORGANIGRAMA



El centro cultural utiliza este organigrama para el buen funcionamiento de cada uno de sus departamentos, en este organigrama las cabezas principales son el presidente y el gerente, los demás departamentos están en una misma jerarquía.

6.15.2 EQUIPO, FORMACIÓN Y EXPERIENCIA.

NOMBRE	CONOCIMIENTOS	APORTE	CONTACTOS	OBJETIVOS COMUNES
Andrea Ortiz	Licenciatura en Diseño y Publicidad	Manejo de Relaciones públicas	Desarrollo en su rama y contactos estratégicos del medio cultural.	Colabora diligentemente con la administración del centro cultural
Marisela Ibujés	Licenciatura en Diseño y Publicidad	Conocimiento en fotografía	Desarrollo en su rama y contactos estratégicos del medio cultural.	Colabora con la organización en la administración del centro cultural.
Instructor	Título de tercer nivel en fotografía y carreras afines	Conocimientos prácticos y teóricos de fotografía	Contactos con instituciones y personas que están inmersos en el medio de la fotografía	Capacitación técnica y asesoramiento del manejo de equipos tecnológicos.

Ref: Cuadro elaborado por Andrea Ortiz y Marisela Ibujés.

6.15.3 SALARIOS

Según el Ministerio de Relaciones Laborales los salarios de los empleados del centro cultural mediante la tabla de asignación de salarios están regidos de esta manera:

Administrador 365.00 USD americanos
Instructor 365.00 USD americanos
Secretaria 365.00 USD americanos

Los sueldos están unificados ya que al momento de la apertura del centro todos los empleados serán iguales, por esto a continuación está detallado en el siguiente cuadro el crecimiento de los sueldos de acuerdo a un crecimiento que tenga el centro cultural

En este cuadro se proyecta el salario mínimo vital (SMV) de cada año más el incremento que tiene cada empleado (Administrador, instructor y secretaria) de acuerdo a su función.

Años Proyectados	SMV Proyectado	Salario Administrador	Salario Instructor	Salario Secretaria
2015	365	383,5468	375,83	371,97524
2016	376,63	396,855031	388,87047 5	384,881963 3
2017	384,03	404,652411	396,51097 5	392,444097 3
2018	407,26	429,129862	420,49595	416,183066 6
2019	453,72	478,084764	468,4659	463,661005 2

Ref: Cuadro de sueldos elaborado en base al cuadro de sueldos de la página del Ministerio de Relaciones Laborales.

6.16 PRESUPUESTO

6.16.1 PLAN DE MEDIOS

MEDIO	HORARIO / DIAS	No. DIAS	CUÑAS MENC. DIARIAS	VALOR	MESES	VALOR
				MENSUAL		TOTAL
RADIO						
40 PRINCIPALES	7:00 A 20:00	30	10	290,00	1	290,00
SATELITE	7:00 A 20:00	30	10	260,00	1	260,00
CANELA	7:00 A 20:00	30	10	390,00	1	390,00
ARTE DE PRENSA 1/2 PAG		30	1	130,00	1	130,00
CUÑAS						
CUÑA DE RADIO		30	1	350,00		350,00
TV						
UTV	ROTATIVO	30	10	600	1	600,00
TV9	ROTATIVO	30	10	800	1	800,00
IMPRESIÓN						
AFICHES			1000	265,00		265,00
FLYERS			3000	165,00		165,00

WEB						
PAGINA WEB			1	600,00		600,00
CAMPAÑA						
DISEÑO CONCEPTO			1	400,00		400,00
TOTAL						4250,00

6.16.2 PRESUPUESTO DE GASTOS.

Local (Comodato)

EQUIPOS DE OFICINA		
Computadoras	2	1.200
Impresora	1	200
Proyector	2	1.000
Teléfono/Fax	2	300
Cámara Nikon	1	700
Cámara Cannon	1	800
Micrófono inalámbrico	2	400
Impresora fotográfica	1	250
Trípode para cámara	3	140
Filmadora	2	400
Kit de luces	2	700
Equipo de amplificación	2	800
Pantalla de proyección	2	300
Control remoto inalámbrico para proyección	2	40
Adquisición de software e instalaciones eléctricas		200
TOTAL		7.430

MUEBLES DE OFICINA		
Escritorio	2	180
Estación de trabajo	2	400
Archivador	2	200
Archivador aéreo	2	180
Silla de espera x3	2	200
Silla ejecutivas	2	120
Silla para secretaria	2	80
Pizarra de tiza líquida	3	300
Pupitres	60	1.500
TOTAL		3.160

OTROS GASTOS	
UTILES DE OFICINA	500
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	95
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	300
GASTOS VARIOS	300
PAGO A PROFESIONALES (POR HORAS) AL MES	960
PUBLICIDAD	3000
TOTAL	5155
TOTAL GASTOS	
EQUIPOS DE OFICINA	7.430
MUEBLES DE OFICINA	3.160
OTROS GASTOS	5.155
TOTAL	15745

Ref: Cuadros elaborados en base a información recabada por las autoras.

6.16.3. PROYECCIONES DE INGRESOS.

- Cursos fotografía, costo 35.00 mensuales, 10 alumnos por curso (Básico, medio, avanzado).
- Talleres para estudiantes, costo 10.00, frecuencia 3 al año ,20 asistentes, el taller durará 1 día
- Talleres para particulares, costo 52.00, frecuencia 3 al año, 20 asistentes, el taller durará 1 días
- Foros, costo 50.00, frecuencia 3 al año, 20 asistentes, el foro durará 2 horas
- Exposiciones, costo 3.00, frecuencia 3 al año, 50 asistentes, las exposiciones durarán 2 meses.

A continuación detallamos la manera en que se determinó el costo de los cursos y demás servicios que el centro va a ofrecer.

Cuadro N 1: Precios cursos de fotografía (básico, medio, avanzado)

Empresa	Precios
1	35,00
2	20,00
Total	55,00
Promedio	27,50

Cuadro N 2: Precios talleres para estudiantes

Empresa	Precios
1	15,00
2	75,00
Total	90,00
Promedio	45,00

Cuadro N 3: Precios talleres para particulares

Empresa	Precios
1	15,00
2	90,00
Total	105,00
Promedio	52,50

Cuadro N 4: Precios foros

Empresa	Precios
1	15,00
2	75,00
Total	90,00
Promedio	45,00

Cuadro N 5: Precios exposiciones

Empresa	Precios
1	3,00
2	5,00
Total	8,00
Promedio	4,00

**INGRESOS PROYECTADOS A 5
AÑOS**

SERVICIO/ACTIVIDAD	AÑO					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Precios cursos de fotografía (básico, medio, avanzado)	28	29	30	31	32	33
Precios talleres para estudiantes	45	47	48	50	52	54
Precios talleres para particulares	53	54	57	59	61	63
Precios foros	45	47	48	50	52	61
Precios exposiciones	4	4	4	5	5	5
TOTAL INGRESOS	2.185 ,50	2.192 ,95	2.200 ,64	2.208 ,58	2.216 ,79	2.231 ,99

6.17 OBLIGACIONES LEGALES.

Las obligaciones que deberá cumplir el Centro Cultural son la declaración al Impuesto a la Renta y el pago a los Servicios Básicos.

6.17.1 PERMISOS.

A continuación los requisitos para el funcionamiento del centro cultural son:

- RUC del representante legal.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.

- Patente Municipal.

6.17.2 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA EN EL MEDIO CULTURAL Y PATRIMONIAL

Ibarra cuenta con un índice bajo de crecimiento con respecto a cultura por lo que ha nacido en nosotros el desafío de impulsar la creatividad hacia su desarrollo y aporte a la sociedad.

La ciudad carece de normativas reguladas por el Municipio de Ibarra con lo que respecta a costos de capacitaciones (foros, talleres, cursos), publicidad, costos de insumos y diseños. Esto exigiría también la necesidad de trabajar con personal idóneo para el mejor desarrollo de las instituciones.

6.18. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA:

Para el diseño de la sala en lo que se refiere a museografía e iluminación por ser un centro cultural “contemporáneo” manejamos nuevas tendencias de arte, lo que quiere decir que por ser de estos días no se ciñe a estrictas normas sino a las más básicas.

En el Ecuador no existen estándares para la organización y diseño de una sala de exposiciones, la distribución es básica, esto se lo realiza de acuerdo a la persona encargada o sea el curador o del diseño y concepto que tenga el artista que hará la exposición; dependiendo del tema se hace una curaduría, de acuerdo al espacio que se tenga se distribuye la obra tomando en cuenta la temática de lo que se exponga. Si son formatos

grandes el espacio debería ser más amplio si el artista desea todos los detalles se observen.

Para el montaje de las obras en el Ecuador la altura máxima es de 1.50 se pone al centro no importa si son formatos diferentes todo va de acuerdo a la distribución dentro de la sala, hay norma vigentes de acuerdo a la altura promedio, en Europa por ejemplo es de 1. 80; esto varía si hay accesibilidad para niños y jóvenes.

El espacio entre imágenes depende de la distribución, no existe una medida estándar de separación entre una obra y otra, por lo que aquí también depende de la obra que el artista tenga a bien exponer.

En cuanto al diseño de luces, estas van enfocadas, también está sujeto a lo que se disponga en la adecuación de la sala, se pueden manejar tachos de luces, con luz cálida o luz fría, luz puntual o luz en general, estas tienen más o menos unos 24 grados de temperatura, como recomendación en el manejo de luces hay que tomar en cuenta el material de la obra que se vaya a exponer como lo son lienzos, acuarelas u otro tipo de materiales ya que hay que realizar una planificación para revisar la intensidad de la luz , si no se toma en cuenta estos datos la luz puede dañar la obra, en el cuidado de estas obras existen materiales que se le colocan a las imágenes para protegerlas como acrílicos, vidrios antirreflejo o filtros, también está el tema de seguridad en cuanto a la enmarcación de la obra que hay que tomar en cuenta lo que son los tornillos y el anclaje.

DESCRIPCIÓN DE LOS PLANOS DEL CENTRO CULTURAL.

PLANO PLANTA BAJA

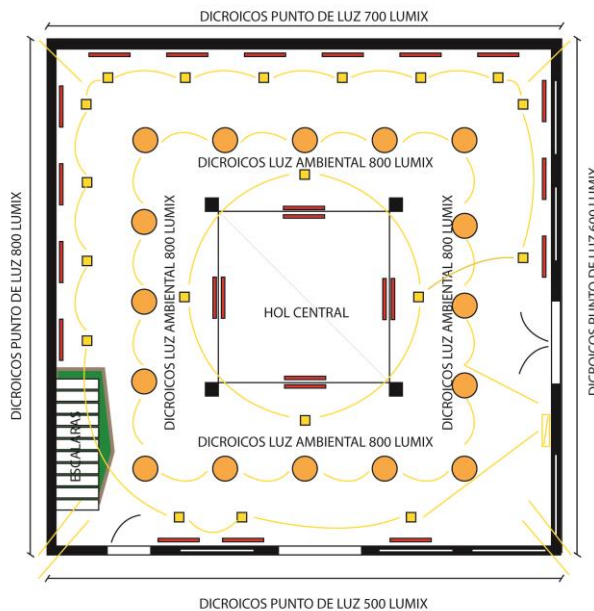


TABLA DE ELEMENTOS	
	AREA DE EXPOSICIN
	DICROICO LUZ AMBIENTAL
	DICROICO PUNTO DE LUZ
	RED ELECTRICA
	CAJA TERMICA

PLANO ELECTRICO
PLANO : ESCALA1/100
PLANTA BAJA

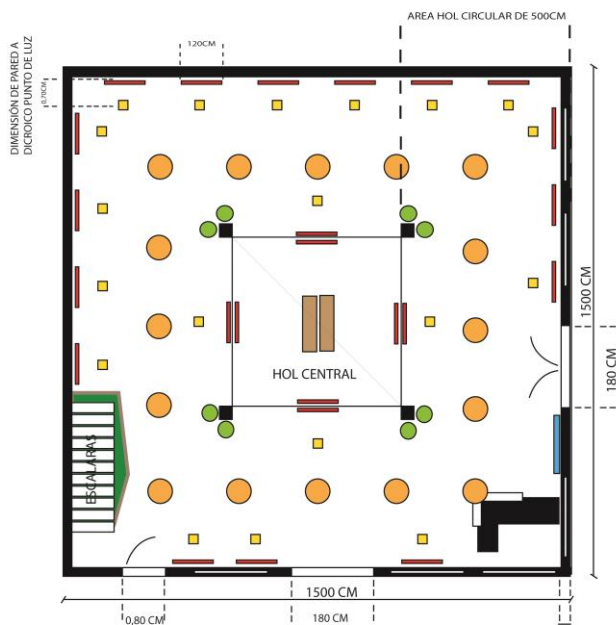


TABLA DE ELEMENTOS	
	AREA DE EXPOSICION
	CABALLETE DE EXPOSICION
	DICROICO LUZ AMBIENTAL
	DICROICO PUNTO DE LUZ
	DISPLAY DE SEÑALETICA
	BUTACA DE TRES PUESTOS
	COLUMNAS CENTRALES
	PLANTA ORGANICA
	JARDINERA ORGANICA
	CAUNTER ATENCIÓN

PLANO : ESCALA1/100
PLANTA BAJA

De acuerdo a la exhibición que caracteriza una exposición de arte, pintura, u otra, se ha descrito la ubicación de los elementos utilizados en el área de la planta baja.

En el primer punto observamos veinte áreas útiles de exposición de fotografía, con un espacio de 1,20 cm de largo x 1,20 cm de alto, en concordancia con las normas de exposición de obras de arte se ha tomado en cuenta que la altura de exhibición se determina a partir de 1,20 cm del piso al marco expuesto.

Segundo elemento podemos ver veinte puntos de luz para exposición para cada área de exposición o fotografía, Cada punto de luz está dirigida a cada área de exposición con una intensidad tenue de 100 lumix de intensidad, además se ha tomado en consideración las medidas adecuadas de retiro de luz a la fotografía no menos de 70 cm, y no más de 70 cm de la pared a la obra expuesta.

Como tercer elemento se pueden localizar 16 lámparas de 9 pulgadas de luz ambiental con una carga de 1500 lumix para ambientar el área de exposición.

Como cuarto elemento hallamos un Counter de recepción y atención al cliente con un área de 2 m². El counter se encuentra ubicado en un área estratégica para brindar un buen servicio.

Como quinto elemento encontramos un display de señalética informático para ubicación de cada departamento administrativo y cada área de exposición de fotografía, su ubicación se encuentra al lado

derecho del Counter, y a la entrada de la puerta principal para mayor visibilidad.

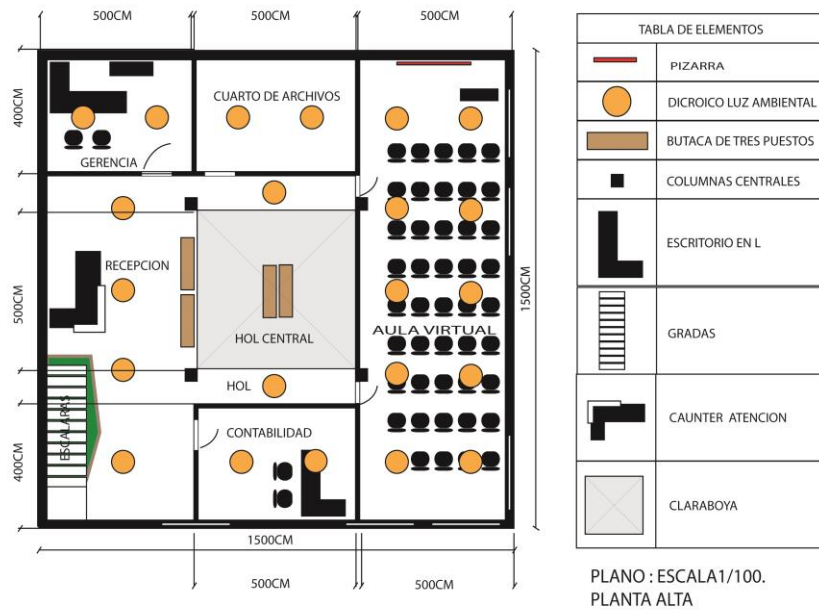
Como sexto elemento, está el área de descanso comprendida por el espacio central de 2 ms. de largo por 1,20 cm de ancho de 8 puestos.

Como séptimo elemento tenemos 8 plantas orgánicas decorativas que se encuentran ubicadas en los cuatro pilares centrales, estas plantas forman parte de la decoración armonizando el ambiente para así dar un espacio confortable.

Como octavo elemento tenemos un área de 2mts cuadrados de jardinera decorativa, tal jardinera se encuentra ubicada bajo las gradas de la primera planta.

Como noveno elemento, dentro del diseño arquitectónico una grada de acceso a la segunda planta, esta grada se encuentra al lado izquierdo como parte estratégica para un acceso directo al área administrativa y capacitación.

PLANO PLANTA ALTA.



Para un buen servicio de atención al cliente se ha distribuido el área de la planta alta de la siguiente manera.

Área de recepción de 20 ms cuadrados: consta por un Counter de recepción y un área de espera para 6 personas.

Oficina gerencial con un área de 20mts cuadrados: consta de un escritorio gerencial con dos sillas de espera

Oficina de contabilidad con un área de 20 ms cuadrados: consta de un escritorio operativo y un archivador para carpetas.

Cuarto de archivos con un área de 2 ms cuadrados: costa de 8 estanterías para archivar carpetas y material de contabilidad.

Aula de capacitación y auditorio virtual con un área de 75 ms cuadrados: costa con 45 butacas de auditorio individual, un escritorio operativo, un infocus para proyectar videos o dictar conferencias, y pizarra en acrílico.

Como último elemento encontramos 22 lámparas de luz ambiental para iluminación de la planta alta.

6.19. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

En el manual de identidad corporativa se encuentran todos los elementos de la imagen visual del centro cultural de fotografía.

Este manual contiene las tipografías y las diferentes aplicaciones de la marca con el fin de que sea un material que sirva para el buen manejo de los productos.

6.19.1. LA MARCA

El centro cultural de fotografía tendrá fines educativos, culturales, brindara varios servicios como lo serán el de enseñar a ver a la fotografía como un pasatiempo para las personas que estén dispuestas a practicarlo y que disfruten de plasmar una imagen como forma de expresión de lo que cada uno refleja.

6.19. 2. SIGNOS DE IDENTIDAD VISUAL.

Los signos del centro cultural son:

Isologotipo

Los cuadros de varios colores nos dan la apariencia del lente de la cámara, la cual está en tonos ocres (colores tierra) ya que a través de estos queremos simbolizar la palabra recuerdos, cultura; nostalgia y las fotografías.

Los químicos utilizados en toda fotografía antigua se vuelven de estos tonos al pasar del tiempo.



6.19.3. PROCESO PARA LA CREACIÓN DEL LOGOTIPO DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA

PRIMER BOCETO que se utilizó para la elaboración final del isologotipo del C.C.F de Ibarra



SEGUNDO BOCETO



TERCER BOCETO



CUARTO BOCETO



Logo final del Centro Cultural de Fotografía Ibarra el cual se utilizará en todas las aplicaciones publicitarias a desarrollar para dar a conocer el centro.



DESCRIPCIÓN DEL IMAGOTIPO:

COLOR:



El color negro se lo utiliza porque es seriedad y nos da referencia a los negativos de las fotografías.



El color magenta se lo utiliza como color principal del degradado ya que hace referencia al color que llegan a tomar las fotografías con el transcurso del tiempo.



Estos colores son derivados del color naranja, se lo ha escogido porque como lo hemos dicho antes las fotografías se tornan de estos colores al momento en que están expuestas a los factores ambientales como el agua, el sol, el viento, así mismo el pasar de los años.

6.19.3. DISEÑO DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.

El Centro Cultural de Fotografía Ibarra estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Ciudad de Ibarra, en la Calle Olmedo y García Moreno Esq. en el Parque de La Merced diagonal al antiguo Cuartel Militar
Telf.: 06 2642 823; Cel.: 0980141754; Fax: 06 2642 824; Email: c.c.fotografiaibarra@gmail.com

MISIÓN

Somos un centro cultural fotográfico cuya misión es arraigar las tradiciones y vivencias plasmadas en la fotografía conjugando diversas técnicas de diseño, promoción y ejecución fotográfica, enfocados en realizar actividades culturales y artísticas para lograr impulsar la creación de nuevos talentos y fomentar convenios de cooperación para el fortalecimiento y desarrollo de la pluriculturalidad y establecer vínculos que fomenten el interés por preservar nuestra identidad.

VISIÓN

El centro cultural de fotografía se proyecta para el 2020 como un referente de la región norte del país, atrayente de talentos, que aporte a la cultura con la fotografía y la tecnología necesaria, como entidad de vanguardia que promueva el desarrollo humano sustentable proporcionando la igualdad de oportunidades, ofreciendo conocimientos con los últimos avances tecnológicos, con una perspectiva global y comprometida para propiciar proyectos sociales que se lleven a cabo en colaboración con actores externos a nivel local, nacional e internacional.



**Centro Cultural de
Fotografía Ibarra**



Centro Cultural de Fotografía Ibarra

▶ VALORES CORPORATIVOS

El Centro Cultural de Fotografía Ibarra se regirá bajo los siguientes parámetros.

▶ RESPECTO.

Es un valor que conduce a crear un ambiente de armonía, solidaridad, compañerismo y a entender la libertad de expresión de cada persona.

▶ RESPONSABILIDAD.

Cumpliendo a cabalidad con el trabajo a cada uno encomendado.

▶ COMPETITIVIDAD.

Ofreciendo un servicio de calidad, estar a la par con los cambios en el mercado en un mundo globalizado y tecnología cambiante.

▶ LEALTAD.

Hacer un compromiso, sentir orgullo de nuestra empresa y además hacia nuestros clientes.

▶ HONESTIDAD.

Ser pulcros, tener una ética profesional al momento de desarrollar un trabajo ya sea para nosotros mismos o para nuestra empresa.

▶ TRABAJO EN EQUIPO.

Generar relaciones de confianza y respeto mutuo al trabajar en equipo para que estos sean capaces de lograr grandes cosas.



Centro Cultural de
Fotografía Ibarra



Centro Cultural de Fotografía Ibarra

► POLÍTICAS.

El centro cultural se compromete a cumplir con los requisitos que el cliente solicite.

Siempre debe estar mejorando su rentabilidad para permanecer en el mercado. Debe permanecer a la vanguardia de los cambios en el mercado.

El centro cultural debe poner a disposición de sus clientes en las oficinas y en la página web, las direcciones de su local, código postal, los contactos para contratar los servicios del mismo.

La empresa al ser un centro cultural de fotografía está en la obligación de actualizarse en cuanto a nuevas tendencias

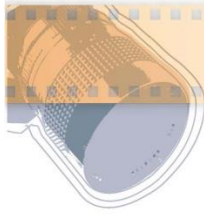
El personal que trabaja en el centro debe estar en constante capacitación y sujetos a los cambios de las tendencias. Todo el personal debe someterse a una evaluación cada determinado tiempo.

Los empleados deben cumplir con el horario de trabajo establecido.

Cada trimestre los departamentos deberán entregar un informe detallado de las actividades realizadas durante ese periodo.

Al adquirir un compromiso con un cliente se lo cumplirá de manera puntual siempre a tiempo, no debe haber retrasos en la entrega.

Cuando la empresa necesite personal se realizará un concurso abierto en donde se realizarán pruebas selectivas, entrevistas personales y escogeremos a la persona con más alto puntaje.



Centro Cultural de
Fotografía Ibarra



► POLÍTICAS.

Los empleados tienen prohibido hablar o comentar algo acerca de los clientes, fuera de la empresa. En caso de haber un reclamo por parte de los clientes sobre un trabajo deberá presentarse por escrito y adjuntar las pruebas del incumplimiento del trabajo.

Los documentos de reclamó deberán presentarse en el plazo de 30 días a contar desde el día en que se hubiese entregado el proyecto.

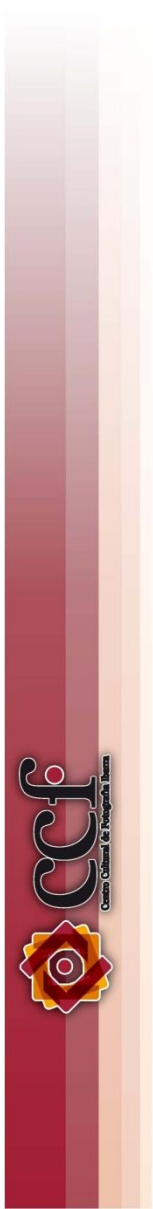
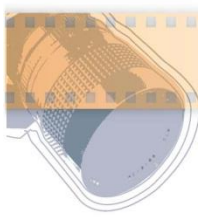
Dentro de cada uno de los departamentos habrá autonomía para tomar decisiones dentro del tema que les compete. Los cargos de directores de departamentos tendrá una duración de 2 años y podrá ser renovado cuantas veces se considere oportuno.

La persona que ingrese a trabajar en la empresa no podrá ostentar otro cargo fuera de ella.

Al existir una vacante dentro de la empresa el plazo para llenarla será de 30 días.

Estas políticas podrán ser modificadas si los directivos de la empresa consideraran necesario.

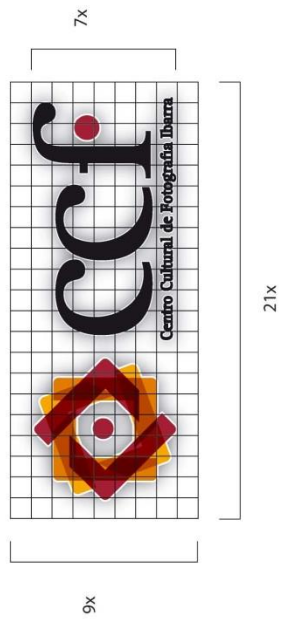




► **ÁREA DE CONTRUCCIÓN**

Aquí se muestra la construcción y las proporciones de las diferentes formas, alturas y anchos que conforman la imagen corporativa. Para ello establecemos un valor mínimo X.

1x

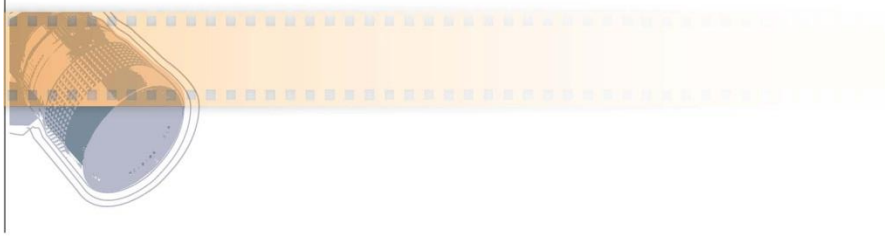
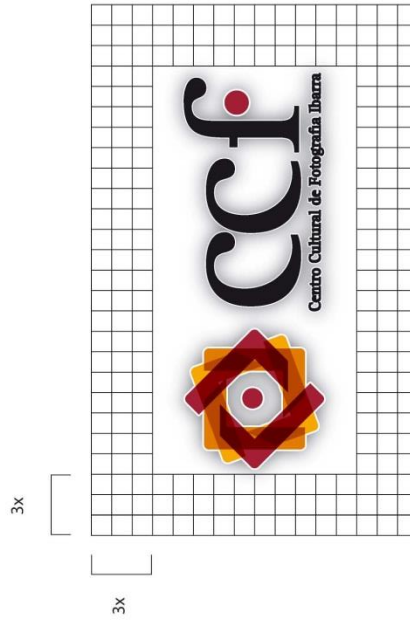


**Centro Cultural de
Fotografía Ibarra**



► **ÁREA DE AISLAMIENTO**

Se ha de preservar un área vacía entre los límites de la Marca y cualquier otro elemento, con el fin de preservar y realzar la Imagen de la Marca



Centro Cultural de
Fotografía Ibarra

► TIPOGRAFÍA.

Para el texto CCF, se ha escogido la tipografía Helvetica, una tipografía de formas curvas que aporta modernidad al conjunto.

La familia tipográfica escogida para los textos es la Helvética.

Es una familia muy completa y de uso extendido.

Se utilizará fundamentalmente para componer todos aquellos textos necesarios en impresos y folletos.

En el caso de que no fuera posible utilizar la Helvética utilizaremos la Arial como alternativa.

Aa
Helvética

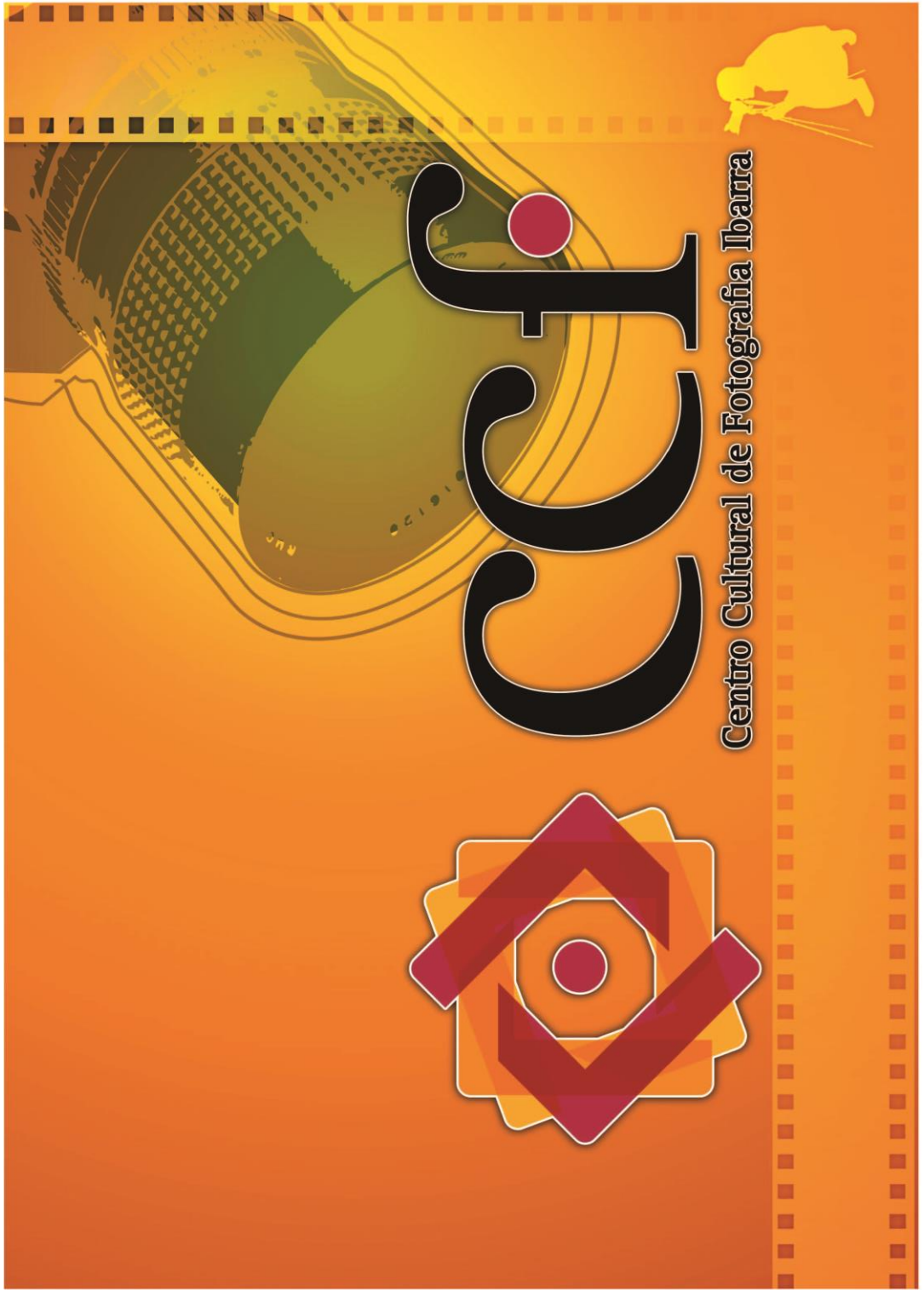
Helvetica
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

Aa
Helvética
57 Condensed

Helvetica 57 Condensed
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

Aa
Arial

Arial
ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890









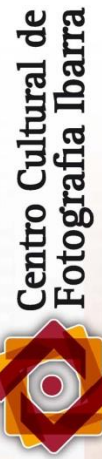
Centro Cultural de Fotografía Ibarra

► **COLOR.**

Siempre que sea posible, la Marca ha de ser representada en sus colores corporativos, el Pantone Black / Pantone 130C / Pantone 138C / Pantone 201C .Habrà ocasiones en las que no sea posible utilizar los colores corporativos, y para ello se ha creado una serie de alternativas teniendo en cuenta las limitaciones de cada soporte, intentando asemejarse lo mas posible a los colores originales.

Se utilizaron estos colores tono ocre (tierras) porque a travez de estos queremos simbolizar la palabra recuerdos , cultura; nostalgia y la fotografia.- Toda fotografia antigua al pasar el tiempo los quimicos utilizados se vuelven de estos tonos .

			
1C1C1B	A31F34	F7A800	E17D08
C/ 0% M/ 0% Y/ 0% K/ 100%	C/ 24% M/ 97% Y/ 70% K/ 20%	C/ 0% M/ 39% Y/ 100% K/ 0%	C/ 8% M/ 58% Y/ 100% K/ 1%
R/ 28 G/ 28 B/ 27	R/ 163 G/ 31 B/ 52	R/ 247 G/ 167 B/ 0	R/ 225 G/ 125 B/ 8
Alternativas			
CMYK			
RGB			





► TAMAÑOS DE REPRODUCCIÓN.

Los tamaños utilizables para el imogotipo irán proporcionales al soporte en el que se utilizarán, siempre teniendo en cuenta el máximo y el mínimo obligatorios.

El tamaño del imogotipo podrá ser modificado según las aplicaciones en donde se vea expuesto, si bien no hay especificaciones exactas es necesario trabajarlo con coherencia haciendo que el mismo quede estéticamente bien representado.

Tamaño en web

49 pixeles



Tamaño en papelería

Tamaño en papelería mínimo





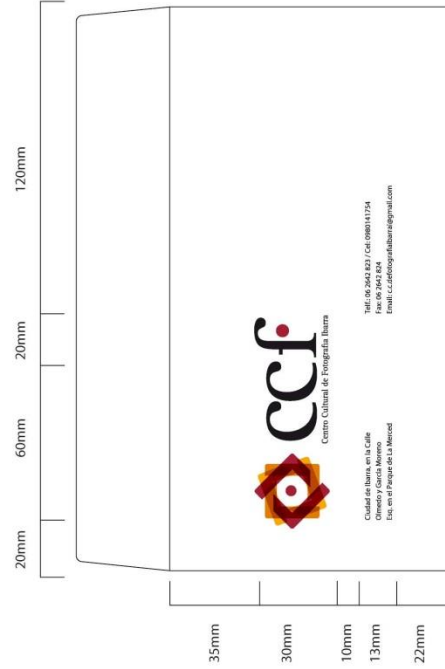


► PAPELERIA.

► SOBRE

Medidas: 210 x 297 mm
Papel 90 gr.
4 tintas.

Tipografía para datos del C.C.F de Ibarra
Helvetica
Helvetica 57 Condensed

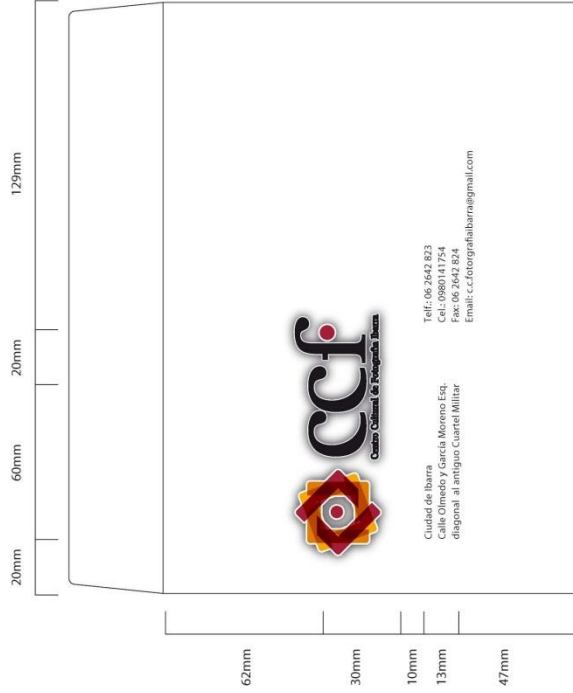
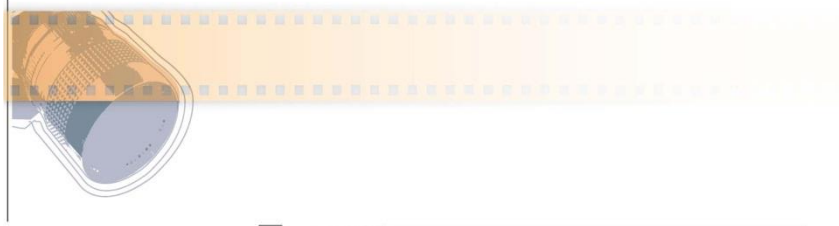


Centro Cultural de
Fotografía Ibarra



► SOBRE C5

Medidas: 229 x 162 mm
Papel 90 gr.
4 tintas.
Tipografía para datos :
Helvetica 57 Condensed



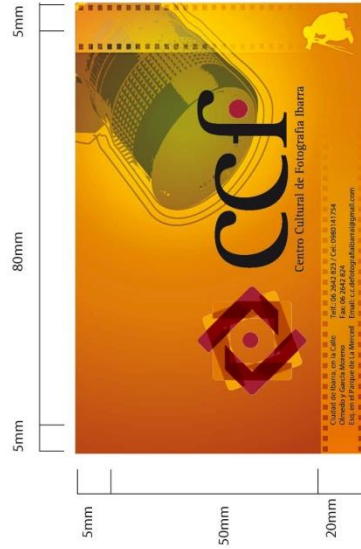


► **TARJETA CORPORATIVA**

Medidas: 85 x 55 mm

Papel 240 gr.
4 tintas.

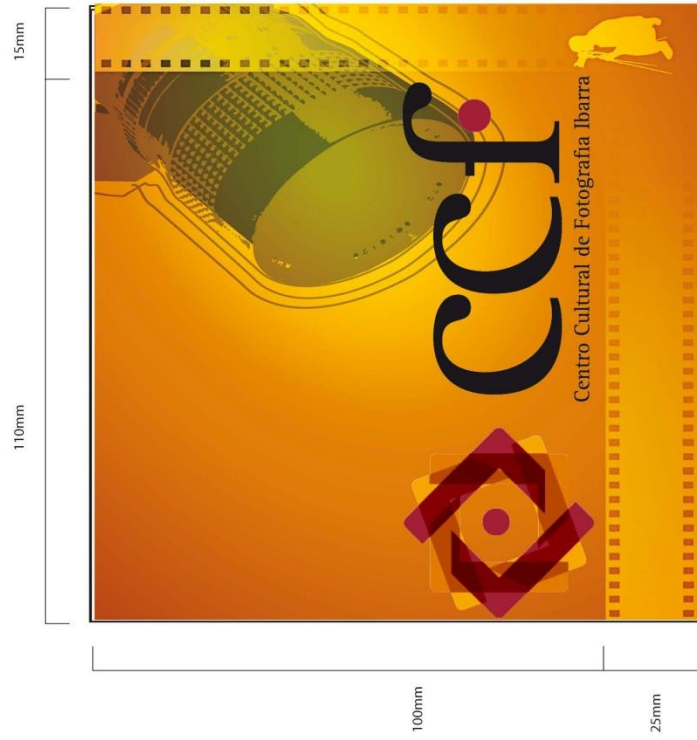
Tipografía para datos del C.C.F de Ibarra
Helvetica
Helvetica 57 Condensed





► CD FUNDA DE CARTÓN

Medidas: 125 x 125 mm
Papel 240 gr.
6 tintas.



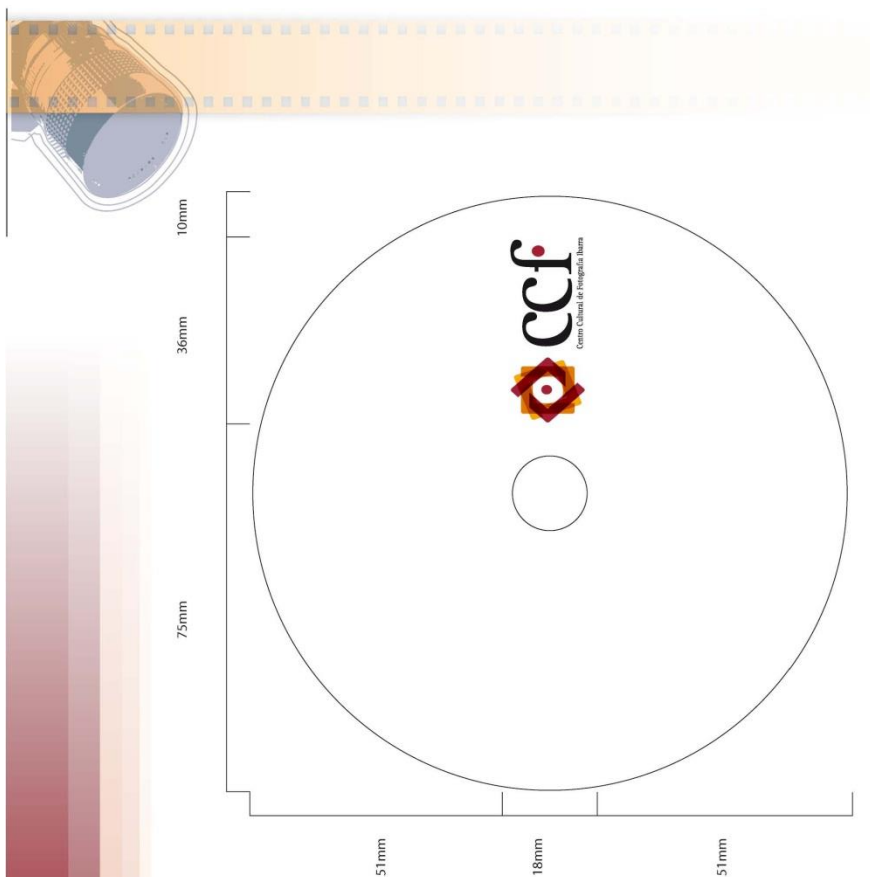
Centro Cultural de
Fotografía Ibarra



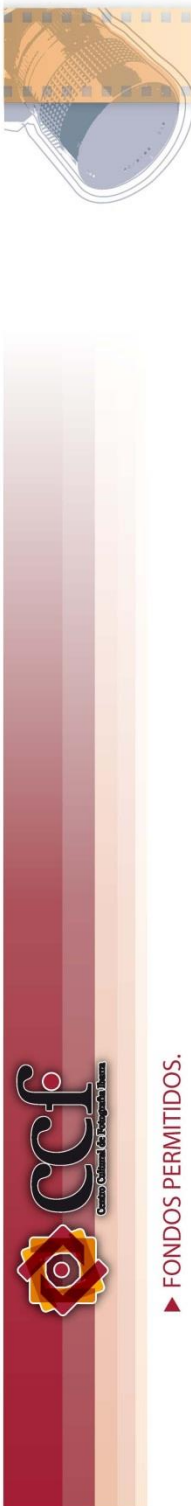
Centro Cultural de Fotografía Ibarra

► CDS.

CD.
4 tintas.
Tipografía para datos del C.C.F de Ibarra
Helvetica
Helvetica 57 Condensed

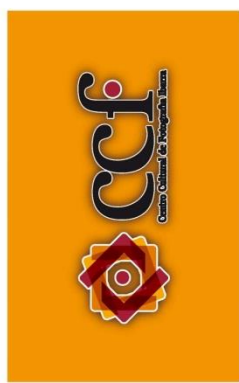
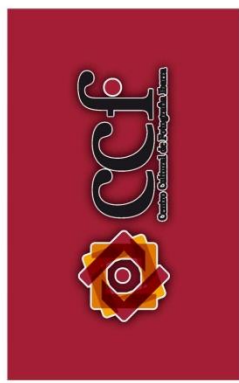


Centro Cultural de
Fotografía Ibarra

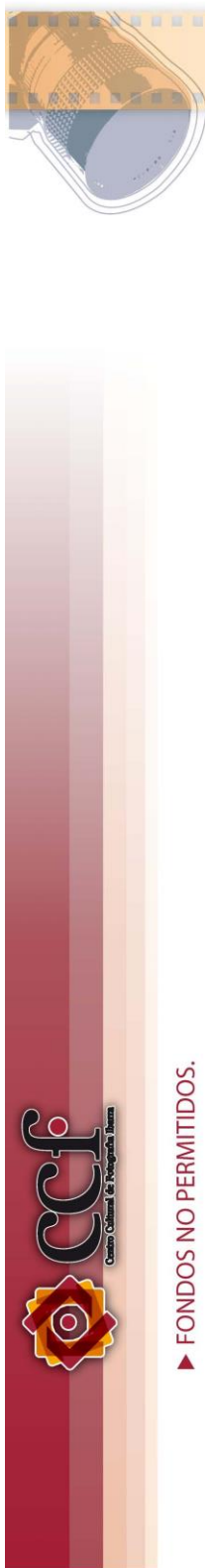


► FONDOS PERMITIDOS.

Queremos dotarle de libertad a la marca y que pueda convivir con otros elementos cercanos, como fotografías, fondos, texturas. Si bien es permitido utilizar el imogotipogo sobre imágenes, se deben escoger aquellas en las que el imogotipo no elimine el concepto y el mensaje de la imagen. Los fondos de color deberán ser cuidadosamente escogidos, donde el imogotipo no vibre visualmente, ni sobre fondos de color que sean los mismos a sus colores corporativos al 100%



Centro Cultural de
Fotografía Ibarra



► FONDOS NO PERMITIDOS.

VARIACIONES NO AUTORIZADAS DEL IMAGOTIPO

Siguiendo los parámetros corporativos establecidos de la Marca se muestran las combinaciones no autorizadas del imagotipo .
Las variaciones no autorizadas del imagotipo serán sujetas a reclamos ya sean personales , empresariales y judiciales por parte del represent-
ante de Centro Cultural de Fotografía Ibarra





► ROOL UP.

Medidas: 800mm x 1800mm
Lona impresa.
Full Color.



► **INDUMENTARIA.**

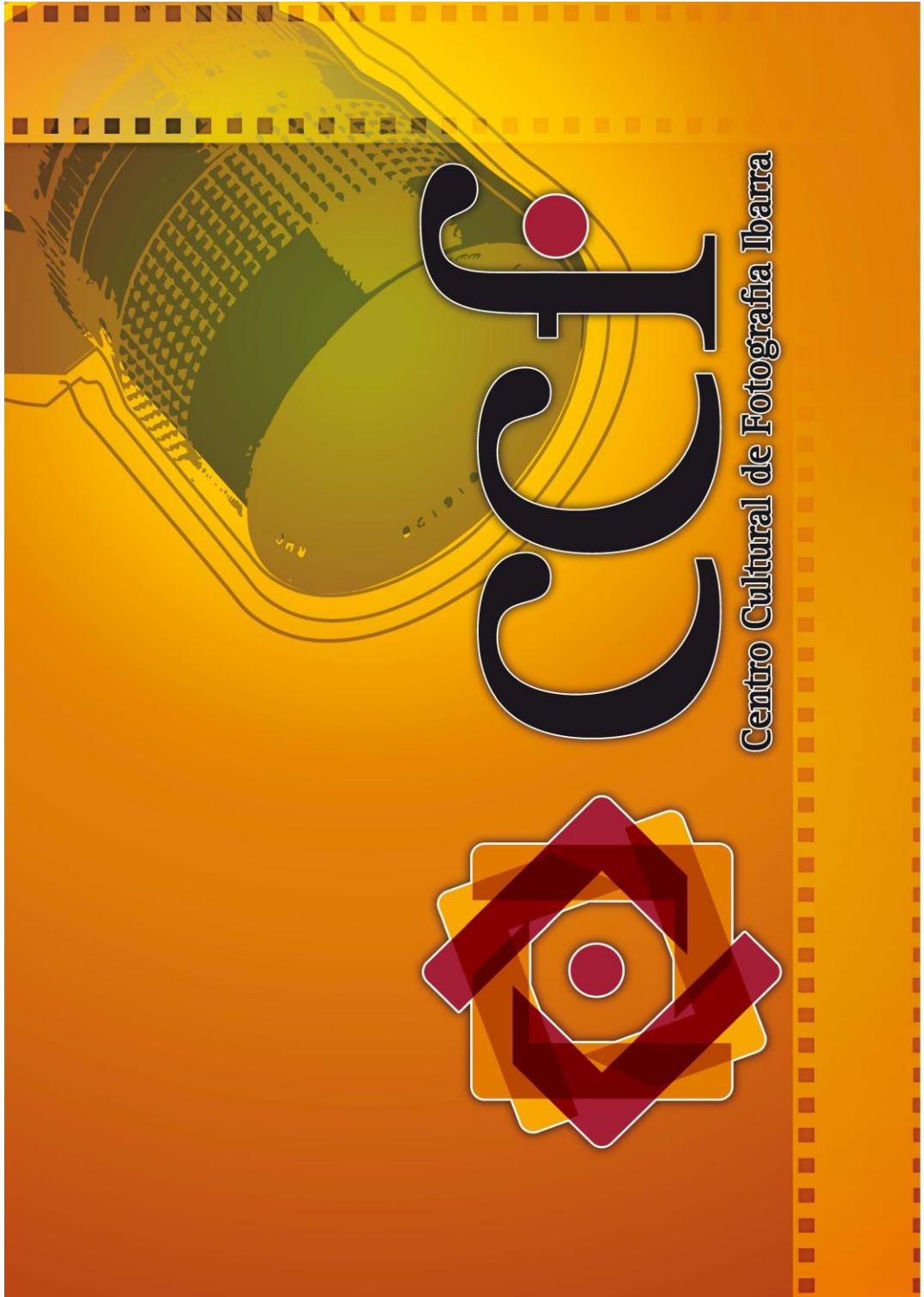
El imogotipo en la indumentaria deberá ir ubicado en el centro de la misma ya sea de hombre o mujer .
En caso de haber coexistencia con otros logotipos, estos deberán ir ubicados a los lados en las mangas o en un lugar que no sea afectado su area de visibilidad.

INDUMENTARIA MUJER



INDUMENTARIA HOMBRE





6.20. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES							
Tiempo	1)Inauguración del centro	2)Inicio de curso	3) Finalización de cursos	4) Foros	5) Talleres	6) Exposiciones	7) Cursos vacacionales
Enero		X	X	X		X	
Febrero		X	x	X	X		
Marzo		X	X	X			
Abril		X	X	X		X	
Mayo		X	X	X			
Junio		X	X	X	X		
Julio		X	X	X			X
Agosto		X	X	X		X	X
Septiembre	x	X	X	X			
Octubre		X	X	X	X		
Noviembre		X	X	X		X	
Diciembre		X	X	X			

6.21. PENSUM DE CURSOS DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA “IBARRA”

Los cursos de fotografía que se dictan en el centro cultural tienen como objetivo, el brindar a las personas los conocimientos básicos y avanzados en fotografía, tomando en cuenta el equipo que ellos tengan a un precio fácil.

CURSO BÁSICO

TEMA 1: Introducción a la fotografía

- Breve introducción a la historia de la fotografía
- La luz. Nociones básicas.
- Elementos de la cámara fotográfica.
- Tarjetas de memoria.

TEMA 2: El objetivo.

- El objetivo, concepto, partes.
- Distancia o longitud focal.
- Profundidad de campo.
- Tipos de objetivos.
- El autofocus.

TEMA 3: Conceptos básicos de edición digital

TEMA 4: La exposición

- Velocidad de obturación.
- Abertura de diafragma.
- Sensibilidad ISO.
- Balance de blancos.

TEMA 5: El flash

- ¿Qué es el flash?. Partes del flash.
- Potencia del flash.
- Modos de flash.

TEMA 6: Géneros fotográficos

TEMA 7: Introducción a la composición fotográfica.

CURSO MEDIO

TEMA 1: Conceptos básicos de iluminación.

- Luz. Conceptos.
- Luz natural y artificial.
- Iluminación en estudio.
- Flash y accesorios.
- Fotómetro. Concepto y funciones.
- Práctica.

TEMA 2: Fotografía abstracta

- Concepto.
- Historia.
- Práctica.

TEMA 3: El escritorio de photoshop

TEMA 4: Panel de herramientas.

TEMA 5: Revelado raw.

TEMA 6: Edición de imagen: capas, selecciones y máscaras.

TEMA 7: Fotografía nocturna

- Concepto
- Distancia hiperfocal
- Práctica.

CURSO AVANZADO.

TEMA 1: Edición de imagen: blanco y negro

- Métodos.
- Virados.

TEMA 2: El reportaje.

- Concepto.
- Historia.
- Fotografía callejera.
- Práctica en exteriores.

TEMA 3: Retrato.

- Concepto.
- Historia.
- Esquemas de iluminación básicos.
- Práctica con modelo en estudio.

TEMA 4: Retoque específico en retrato.

- Piel, ojos, labios, dientes, cabello.
- Filtro licuar.

TEMA 5: Fotografía de moda

- Concepto.
- Historia.
- Iluminación de estudio y flash portátil.
- Esquemas de iluminación básicos.

TEMA 6: Fotografía social

TEMA 7: Fotografía de estudio e iluminación espectacular.

- Práctica con modelo en estudio y exteriores.

6.22. DOCUMENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL.

Para la constitución legal de una empresa debemos cumplir algunos requisitos como acta de constitución de la empresa y permisos por parte del municipio de la ciudad en donde estará ubicada la empresa.

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA “IBARRA”

Según <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/registro-de-fundaciones-y-corporaciones-culturales> dice:

REQUISITOS QUE DEBE CONTENER UNA ACTA:

Las Actas deberán contener, al menos lo siguiente:

- a) Indicación del lugar exacto, fecha y hora;
- b) Quien preside la Asamblea (nombres y apellidos completos);
- c) Quien actúa como Secretario y/o Secretaria (nombres y apellidos completos);
- d) Constatación de Quórum;
- e) Lectura del Orden del Día;
- f) Desarrollo del Orden del Día;
- g) Firma de la persona que presidió la Asamblea
- h) Firma de la persona que actuó como Secretaria.

REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC.

Que es el RUC: Es un sistema de identificación, creado por el SRI, de personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas y que tiene obligaciones tributarias (impuestos por pagar).

Los requisitos son los siguientes:

Trámite personal.

Obligatorio tener correo electrónico y un número de celular o de un familiar.

Original de cédula de identidad y papeleta de votación vigente.

Para registrar la dirección de la actividad económica y domicilio debe traer original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono de máximo tres meses atrás a nombre del contribuyente, cónyuge, padres o hermanos.

Contrato de arriendo a nombre del contribuyente.

Pago del Impuesto Predial (año actual o año anterior) a nombre del contribuyente.

Documentos adicionales

Profesionales: original y copia del título universitario refrendado o copia del carné, si consta en la cédula copia de cédula a color.

PERMISO DE BOMBEROS.

Para obtener el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos primero hacemos una solicitud de inspección, una vez que el personal designado por los bomberos realice la inspección estos presentan un informe, pagamos una cierta cantidad adjuntando la copia del pago del impuesto predial 2014.

PATENTE MUNICIPAL.

Requisitos para pago de patente municipal sociedades.

- Declaración del Impuesto a la Patente Municipal formulario N°. 02^a (Comprar en la ventanilla 11 de la tesorería Municipal costo 1,00)(Formulario 02 hasta el 2010. 02A 2011 en adelante, 02B otros cantones).
- Declaración de Activos Totales formulario N° 002 (Comprar en ventanilla 11 de la Tesorería Municipal costo 0,50).
- Original y copia de la declaración de Impuesto a la Renta del año anterior al de la declaración.
- Detalle justificativo del pasivo.
- Copia de la cédula y copia del nombramiento del representante legal en caso de haber cambiado.

INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS SOCIEDADES.

- RUC
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Formulario de Registro de Actividad.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.

- Escritura de constitución.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificación de votación.

Requisitos para la inscripción de sociedades del sector privado civiles, de hecho, patrimonios independientes o autónomos con o sin personería jurídica, contrato de cuentas de participación, consorcio de empresas, empresas unipersonales.

- Formulario RUC 01-A debidamente firmado por el representante legal. En caso de tener establecimientos adicionales a la matriz, adjuntar también el formulario RUC 01- B debidamente firmado por el representante legal.
- Identificación de la sociedad.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil.
- Identificación representante legal
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.

- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:
- Original y copia de la planilla de servicios básico (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y a última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia del contrato de arrendamiento. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.
- Original y copia de la escritura de propiedad o de la compra venta del inmueble, debidamente inscritos en el Registro de la Propiedad, o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses de la fecha de emisión. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.

- Original y copia del contrato de concesión comercial o contrato en comodato. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.

Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentran a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente y documento de ubicación. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular.

CONVENIO

En la ciudad de Ibarra a los veinte y cuatro días del mes de julio del año dos mil catorce libre y voluntariamente, comparecen a la celebración de este Convenio de Cooperación Intercultural, para cuyo efecto se lo reduce a las siguientes cláusulas que siguen:

PRIMERA: Intervinientes: Intervienen en la celebración del presente Convenio de Cooperación Interinstitucional la señora Andrea Jimena Ortiz Mier, portadora de la cédula de ciudadanía número: 040108701-0, estado civil casada, de 39 años de edad, empleada privada, ecuatoriana, domiciliada en esta ciudad de Ibarra, cantón San Miguel de Ibarra, provincia de Imbabura, a nombre y en representación del Centro Cultural de Fotografía de Ibarra, en su calidad de Presidenta, a quien para efectos del presente convenio, se denominará simplemente “El Centro Cultural” ; por otra parte el Doctor Luis Vinuesa Carlosama, portador de la cédula de ciudadanía número: 100207256-7, estado civil soltero, de 44 años de edad, empleado privado, ecuatoriano, domiciliado en esta ciudad de Ibarra, cantón San Miguel de Ibarra, provincia de Imbabura a por sus propios derechos en su calidad de propietario del Centro de Gráfica Internacional; a quien para efectos del presente convenio, se denominará simplemente “ CGI”,

SEGUNDA.- ANTECEDENTES

- a) El “Centro Cultural” es una Sociedad Civil de Hecho de carácter privado, sin fines de lucro, creada, mediante escritura pública celebrada el diez de julio del dos mil catorce, ante el Notario Primero del Cantón San Miguel de Ibarra Dr, Diego Andrade, celebrada entre las señoras Andrea Jimena Ortiz Mier y Eliana Marisela Ibujés Narváez, cuya finalidad y objeto es el de promover el desarrollo cultural, artístico, histórico y social, en el desarrollo de destrezas del arte fotográfico, capacitación al público interesado en cursos de fotografía, realización de exposiciones temporales, con expositores locales, nacionales e internacionales, elaboración de foros, talleres y conversatorios.
- b) El CGI, es una entidad socio- cultural, de propiedad del señor Dr. Luis Vinuesa Carlosama, sin fines de lucro, adquirido por compra venta realizada ante el Notario Tercero del cantón Ibarra, mediante escritura pública celebrada el dos de agosto del año dos mil ocho, inscrita en el Registro de la Propiedad el dos de septiembre del mismo año; cuya finalidad y objeto es el dictar cursos permanentes de arte audiovisual: dibujo, pintura, grabado, montaje, catalogación, diseño y publicidad, servicios de Curaduría y Museografía de arte.

TERCERA.- OBJETO DEL CONVENIO

Con los antecedentes expuestos por medio del presente instrumento, las partes acuerdan lo siguiente:

- a) El “Centro Cultural”, en razón del cumplimiento de sus objetivos, realizará cursos de fotografía, dentro de los niveles básico, medio y avanzado, a fin de capacitar a personas comprendidas dentro de los veinticinco en adelante y a jóvenes de doce a 24 años de edad, a fin de contribuir con el crecimiento cultural de la sociedad y como medio dichos cursos tienen un costo significativo, inherente a gastos de funcionamiento; por lo tanto se compromete: 1.- Donar ocho cupos para que alumnos del Centro de Gráfica Internacional asistan a las capacitaciones a impartirse. 2.- Ejecutar una vez al año una exposición de fotografía en la sala principal de exposiciones del CGI.

- b) El “CGI”, e contraprestación de los cupos recibidos por el “Centro Cultural” se compromete a 1.- Prestar los servicios gratuitos de curaduría y museografía para las exposiciones que el “Centro Cultural” realice el marco de la celebración del presente convenio, 2.- Brindar servicios de asesoramiento al “centro Cultural” para la adquisición de colecciones fotográficas y artísticas.

CUARTA.- PLAZO

El plazo de duración del presente convenio es de 2 años que se contará a partir de su fecha de celebración, sin que para su terminación sea necesario desahucio, por lo cual una vez fenecida la fecha, se declarará automáticamente terminado el contrato.

QUINTA.- APORTES

Por tratarse de un convenio celebrado entre las partes sin fines de lucro, los aportes y utilidades recaudados se reinvertirán en la adquisición de obras de arte.

SEXTA.- ACEPTACIÓN

Las partes en total conformidad con las cláusulas anteriormente establecidas, manifiestan su aceptación al contenido de las mismas; y en caso de controversia renuncian fuero y domicilio, para someterse al Centro de Mediación y Arbitraje del Consejo de la Judicatura, de la ciudad de Ibarra, para la resolución de sus conflictos internos.

En fe de lo dicho firmamos por triplicado:

Por el Centro Cultural de Fotografía de Ibarra
Internacional

Por el Centro Gráfica

Andrea Jimena Ortiz Mier

Luis Vinueza Carlosama

**ESCRITURA DE CONSTITUCION DE
SOCIEDAD CIVIL “CENTRO CULTURAL
DE FOTOGRAFÍA IBARRA”**

CUANTIA: INDETERMINADA

OTORGAN: ANDREA JIMENA ORTIZ
MIER, MARISELA IBUJÉS NARVÁEZ, y
OSCAR FERNANDO ENRÍQUEZ
MONTENEGRO

A FAVOR DE: SI MISMOS

Escritura No.

Di dos copias.-

GB

En la ciudad de Ibarra, hoy día Lunes, diez de julio del dos mil catorce, ante mí Doctor Diego Andrade Armas, Notario Primero de este Cantón, comparecen: por una parte las señoras Licenciada ANDREA ORTIZ MIER y Licenciada MARISELA IBUJÉS NARVÁEZ; y, por otra parte el señor FERNANDO ENRÍQUEZ MONTENEGRO; todos son mayores de edad, ecuatorianos, las primeras de estado civil casadas, el último soltero, domiciliados en esta ciudad, hábiles para contratar y obligarse, a quienes de conocerles doy fe; y en las calidades que luego se indicarán, dicen que elevan a escritura pública, la Minuta, que me presentan la misma que copiada literalmente es del tenor que sigue:

“SEÑOR NOTARIO: En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar y autorizar una de comodato o préstamo de uso, al tenor de las siguientes cláusulas: **PRIMERA.-**

COMPARECIENTES: Comparecen a la suscripción del presente contrato, las señoras:

Licenciada Andrea Jimena Ortiz Mier, de estado civil casada, Licenciada Eliana Marisela Ibijés Narváez de estado civil casada, Ingeniero Oscar Fernando Enríquez Montenegro estado civil soltero, los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados la primera y en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, la segunda en la ciudad de San Gabriel, Provincia de Carchi, el tercero en la ciudad de Quito, República del Ecuador, y declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la Sociedad Civil de Hecho **“CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA”**, la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas de manera especial, por el Código Civil y siguientes estatutos: **SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD CIVIL DE HECHO “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA” CAPÍTULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN. ARTÍCULO UNO.-** Constitúyase en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, República de Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la Sociedad Civil de Hecho **“CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA” ARTÍCULO DOS.-** La sociedad Civil de Hecho **“CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA”**, tiene por objeto social y finalidad: A).- Celebrar el comodato del espacio físico en un lugar estratégico, donde el Centro cultural pueda establecerse normalmente ; B).- Adquirir los bienes muebles necesarios para su objeto, cumpliendo con todos los requisitos que exige la Ley; C).-Desarrollar y modificar un calendario anual de actos y programas en el que se defina el tipo de actividades o eventos, que puedan llevarse a cabo, de acuerdo con su objeto, y se comprenda un listado de reservaciones para utilizar o aprovechar las instalaciones del Centro, durante el período de que se trate; D).- Coadyuvar con cualquier otra dependencia, entidad, institución u organismo que persiga fines similares o que puedan relacionarse con el uso y aprovechamiento del Centro, ya sea en el ámbito municipal, regional, estatal, nacional e internacional, previa celebración de acuerdos o convenios respectivos, y de conformidad con el Reglamento Interior; E).- Ofrecer y ejecutar cursos de fotografía, en los niveles básico, medio y avanzado; F).- Instalar una sala de exposiciones con el equipamiento necesario para la realización de eventos de carácter necesariamente cultural. G.-) Realizar exposiciones, talleres, foros y conversatorios de fotografía, con la finalidad de promover el desarrollo cultural, artístico, histórico y social; H).- Capacitar a personas de 25 años en adelante y a jóvenes de 12 a 24 años en el manejo y asesoramiento técnico de equipos tecnológicos de última generación; I).- Motivar a nuestros alumnos y demás

expositores a donar una de sus obras como legado para el centro cultural, con el fin de preservar y difundir, el patrimonio cultural y promover la obra de artistas; J).- Reinvertir en bienes y servicios, todas las utilidades que se obtuvieren por el ejercicio de cualquiera de las actividades detalladas en la presente cláusula del objeto social; K).- Realizar toda clase de actos y contratos permitidos por la ley y que guarden relación con su objeto social. **ARTÍCULO TRES.** La Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad. **ARTÍCULO CUATRO.** El plazo de duración de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, es de cincuenta años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la misma; puede prorrogarse por resolución de la Junta General de Socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en el Código Civil. **CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL. ARTÍCULO CINCO.** El capital social de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, es de CINCO MIL DÓLARES, dividido en cinco mil participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con el Código Civil y estos estatutos, certificados que serán firmados por el presidente y gerente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”. El capital está íntegramente suscrito en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones. **ARTÍCULO SEIS.** La Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de todos los socios, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. **ARTÍCULO SIETE.** El aumento se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley. **ARTÍCULO OCHO.** La Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, entregará a cada socio el certificado de aportaciones que les corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará

constar la denominación de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, el capital suscrito y capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios. **ARTÍCULO NUEVE.** Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno. **ARTÍCULO DIEZ.** Las participaciones de esta sociedad podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones del Código Civil. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios, En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. **CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES. ARTÍCULO ONCE.** Son obligaciones de los socios; **a)** las que señala en Código Civil; **b)** cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta General de Socios, el presidente y gerente; **c)** cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, cuando y en la forma que decida la junta general de socios; y, **d)** las demás que señalen estos estatutos. **ARTÍCULO DOCE.** Los socios de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” tienen los siguientes derechos y atribuciones; **a)** intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto; **b)** elegir y ser elegido para los órganos de administración; **c)** a percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **d)** los demás previstos en el

Código Civil y en estos estatutos. **ARTÍCULO TRECE.** La responsabilidad de los socios de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA DE IBARRA” por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” salvo las excepciones de Ley. **CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN. ARTICULO CATORCE.** El gobierno y la administración de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el directorio, el presidente y el gerente. **ARTÍCULO QUINCE.** DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum. **ARTÍCULO DIECISÉIS.** Las sesiones de la Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, para su validez podrá celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y cálidamente constituida. **ARTÍCULO DIECISIETE.** Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones será nula. **ARTÍCULO DIECIOCHO.** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación, la convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión. **ARTÍCULO DIECINUEVE.** El quórum para las sesiones de la Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presente, lo que se indicará en la convocatoria, la sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido. **ARTÍCULO**

VEINTE. Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y el Código Civil. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. **ARTÍCULO VEINTIUNO.** Las sesiones de Junta General de Socios serán presididas por el presidente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” y a su falta, por la persona designado en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la junta elija en cada caso. **ARTÍCULO VEINTIDÓS.** Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de Junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta. **ARTÍCULO VEINTITRÉS.** Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios; **a)** resolver sobre el aumento o disminución de capital de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración; y en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos; **b)** nombrar al presidente y al gerente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos; **c)** conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores; **d)** resolver sobre la reinversión de utilidades; **e)** resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios; **f)** acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley; **g)** resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **h)** Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto; **i)** Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **j)** aprobar los reglamentos de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **k)** aprobar el presupuesto de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **l)** resolver la creación supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”; **m)** las demás que señalen

el código Civil y estos estatutos. **ARTÍCULO VEINTICUATRO.** Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente. **ARTICULO VEINTICINCO.** El Directorio es el órgano directivo de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” y estará integrado por el número de Directores Principales que la Junta General de Socios estime necesario en cada quinquenio. Los Directores designados durarán cinco años en sus funciones y podrán ser reelegidos indefinidamente o podrán ser cesados en sus funciones en cualquier tiempo, previa resolución de la Junta General de Socios, la que deberá designar inmediatamente a un nuevo Director en reemplazo del cesado. Presidirá el Directorio el Presidente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” y actuará como Secretario el Gerente, salvo que la Junta General de Socios nombre un Secretario fuera de su seno. Los miembros del Directorio percibirán Dietas por cada sesión a la que asistan. El valor fijo de las dietas será determinado por la Junta General de Socios. El presidente del Directorio podrá recibir un rubro por gastos de representación que no supere el cincuenta por ciento de la dieta mensual. El Directorio se reunirá de forma ordinaria de ser el caso por lo menos una vez al mes, y de forma extraordinaria, cuantas veces el Presidente lo estime necesario, teniendo plena facultad para solicitar la comparecencia del Gerente o Jefes de Área, o de cualquier otra persona de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” cuando lo consideren necesario. Las convocatorias a las reuniones del Directorio las realizará el Presidente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”. Compete al Directorio organizar los negocios de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, asesora a la Junta General de Socios y al Presidente y al Gerente en el desempeño de sus funciones. El Directorio cumplirá también cualquier encargo que le llegare a efectuar la Junta General de Socios. **ARTÍCULO VEINTISÉIS. DEL PRESIDENTE** El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará cinco años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no. **ARTÍCULO VEINTISIETE.** Son deberes y atribuciones del presidente de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, supervisar la marcha general de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA DE IBARRA” y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la Junta General de Socios; **a)** convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas; **b)** velar por el cumplimiento de los objetivos de la

Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA" y por la aplicación de sus políticas; **c)** reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y aunque no se le haya encargado la función por escrito; **d)** firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo; **e)** las demás que le señalan el Código Civil, estos estatutos, reglamentos de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA" y la Junta General de Socios. **ARTÍCULO VEINTIOCHO. DEL GERENTE** El gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará cinco años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no. **ARTÍCULO VEINTINUEVE.** Son deberes y atribuciones del gerente de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA"; **a)** representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial; **b)** conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA"; **c)** dirigir la gestión económica financiera de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA"; **d)** gestionar, planificar coordinar y ejecutar las actividades de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA"; **e)** realizar pagos por concepto de gastos administrativos; **f)** realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de cien salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente; **g)** suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; **h)** llevar los libros de actas y expedientes década sesión de Junta General de Socios; **i)** manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones; **j)** presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA", el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley y el objeto social, que es la reinversión de utilidades en la adquisición de bienes y servicios culturales relacionados con el objeto social, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; **k)** cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios; **l)** ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece el Código Civil, estos estatutos, los reglamentos de la Sociedad Civil "CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA". **CAPÍTULO QUINTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD. ARTÍCULO TREINTA.** La

disolución y liquidación de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, se regla por las disposiciones pertinentes del Código Civil especialmente por lo establecido en el art. 2002 y siguientes del mismo cuerpo legal, y lo previsto en estos estatutos. DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA”, ha sido suscrito en la totalidad en la siguiente forma:

SOCIO	CAPITAL USD	PORCENTAJE %
ANDREA JIMENA ORTIZ MIER	5.000,00	40%
ELIANA MARISELA IBUJES NARVAEZ	5.000,00	40%
OSCAR FERNANDO ENRIQUEZ MONTENEGRO	3.000,00	20%
TOTAL	13.000,00	100%

La señora ANDREA JIMENA ORTIZ MIER con tres mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de cinco mil dólares, la señora ELIANA MARISELA IBUJES NARVAEZ con mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de cinco mil dólares y el señor OSCAR FERNANDO ENRIQUEZ MONTENEGRO con mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de tres mil dólares. El capital social de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” es de trece mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de trece mil dólares (USD 13.000,00) íntegramente suscrito y pagado en dinero efectivo. Las otorgantes expresamente autorizan al señor Dr. Javier de la Cadena Correa, para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la Sociedad Civil “CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFIA IBARRA” y su inscripción en el Registro Mercantil. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez. Para la celebración de la presente escritura, se observaron todos y cada uno de los preceptos legales del caso; y, leída que les fue a los comparecientes, aquellos lo aprueban en todas sus partes, vuelven a ratificarse en todo lo que tienen expuesto y firman, conmigo el Notario, en unidad de acto. De todo lo que doy fe.-

LIC. ANDREA JIMENA ORTIZ MIER

CC N° 040108701-0

LIC. ELIANA MARISELA IBUJES NARVAEZ

CC N° 040156036-2

ING. OSCAR FERNANDO ENRIQUEZ MONTENEGRO

CC N° 040087137-2

DR. DIEGO ANDRADE ARMAS

NOTARIO PRIMERO DEL CANTON IBARRA

**ESCRITURA DE COMODATO O
PRESTAMO DE USO**

CUANTIA: INDETERMINADA

OTORGA: INGENIERO FERNANDO
ENRÍQUEZ MONTENEGRO
IMBABURA

A FAVOR DE: CENTRO CULTURAL
DE FOTOGRAFÍA IBARRA

Escritura No.

Di dos copias.-

GB/

En la ciudad de Ibarra, hoy día Lunes, tres de Agosto del año dos mil catorce, ante mí Doctor Diego Andrade Armas, Notario Primero de este Cantón, comparecen: por una parte las señoras Licenciada ANDREA ORTIZ MIER y Licenciada MARISELA IBUJÉS NARVÁEZ; y, por otra parte el señor FERNANDO ENRÍQUEZ MONTENEGRO; todos son mayores de edad, ecuatorianos, las primeras de estado civil casadas, el último soltero, domiciliados en esta ciudad, hábiles para contratar y obligarse, a quienes de conocerles doy fe; y en las calidades que luego se indicarán, dicen que elevan a escritura pública, la Minuta, que me presentan la misma que copiada literalmente es del tenor que sigue: **“SEÑOR NOTARIO:** En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar y autorizar una de comodato o préstamo de uso, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES:

Comparecen a la suscripción de la presente

escritura pública de comodato o préstamo de uso, por una parte, el señor Oscar Fernando Enríquez Montenegro, por sus propios derechos a quien, para efectos del presente contrato, denominaremos “el comodante”; y, por otra parte, el CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA, legalmente representado las señoras Licenciada Andrea Ortiz Mier y licenciada Marisela Ibujés Narváez, en sus calidades de Gerente y Presidenta respectivamente conforme lo acreditan los documentos habilitantes que se anexan, a quienes para los efectos consiguientes denominaremos “el comodatario”, por los derechos que representan, mayores de edad, domiciliados en el cantón Ibarra, debidamente autorizados, libre y voluntariamente, siendo hábiles y capaces para contratar, convienen en las siguientes cláusulas y estipulaciones:

SEGUNDA.- ANTECEDENTES: A).- El “Comodatario” es una Sociedad Civil de Hecho de carácter privado, sin fines de lucro, creada, mediante escritura pública celebrada el diez de julio del dos mil catorce, ante el Notario Primero del Cantón San Miguel de Ibarra Dr, Diego Andrade, celebrada entre las señoras Andrea Jimena Ortiz Mier y Eliana Marisela Ibujés Narváez, cuya finalidad y objeto es el de promover el desarrollo cultural, artístico, histórico y social, en el desarrollo de destrezas del arte fotográfico, capacitación al público interesado en cursos de fotografía, realización de exposiciones temporales, con expositores locales, nacionales e internacionales, elaboración de foros, talleres y conversatorios. B) Mediante escritura de compraventa otorgada por el señor Guillermo Efraín López, a favor del señor Oscar Fernando Enríquez Montenegro, el quince de julio del año dos mil cinco, ante el Doctor Manuel Almeida S., Notario Segundo del Cantón Ibarra, el comodante

adquirió el dominio, posesión material y propiedad del inmueble, ubicado en la parroquia urbana El Sagrario, cantón Ibarra, cuyos LINDEROS son: NORTE, con calle Olmedo en 20 metros; SUR, con propiedad de Eduardo Moncayo en 20 metros; ORIENTE, con calle García moreno en treinta metros; y, OCCIDENTE, con terreno de la señora Mercedes Cevallos viuda de Dávila, en treinta metros. SUPERFICIE: seiscientos metros cuadrados.- **TERCERA.- OBJETO DEL COMODATO:** Con los antecedentes expuestos, el Comodante Oscar Fernando Enríquez tiene a bien entregar en comodato o préstamo de uso, a favor del comodatario CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA IBARRA, el inmueble de su propiedad descrito en la cláusula de antecedentes, con todos sus muebles, aparatos, instalaciones y demás bienes constantes en inventario que se anexa, de conformidad con las disposiciones previstas en el Título XXVIII, Libro IV del Código Civil Ecuatoriano. El objeto principal del presente comodato o préstamo de uso es SERVIR A LA CULTURA, de conformidad con el objeto social el #centro Cultural” que se anexa.- **CUARTO.- PLAZOS:** La duración y vigencia del presente contrato es por diez (10) años calendario, contados a partir de la celebración del presente instrumento.- **QUINTO.- TERMINACION:** El presente contrato podrá terminarse por alguna de las siguientes causas debidamente motivadas: a) Por haberse concluido el plazo convenido. b) No obstante, podrá darse por terminado antes de fenecer el plazo estipulado, sin previo trámite, si el Centro Cultural incumple con el objeto del presente comodato. c) Por contravenir las estipulaciones del presente contrato y las disposiciones inherentes del Código Civil Ecuatorianas. **SEXTO.- GARANTIAS:** Por tratarse de un aporte social a favor del Centro Cultural no se exigen garantías.- **SEPTIMO.- CONTROVERSIAS:** En caso de controversias derivadas del presente contrato, las partes se someterán a los jueces competentes del cantón Ibarra.- **OCTAVO.- GASTOS E IMPUESTOS:** Se declara que son de cargo exclusivo del comodatario el pago de los gastos que demanden la legalización y registro de la presente escritura.- **NOVENO.- DOCUMENTOS HABILITANTES:** Forman parte del presente contrato de comodato los siguientes documentos habilitantes: 1) Fotocopias de las cédulas de ciudadanía, papeletas de votación y nombramientos de los comparecientes 2) Mediante escritura de compraventa otorgada por el señor Guillermo Efraín López, a favor del señor Oscar Fernando Enríquez Montenegro, el quince de julio del año dos mil cinco, ante el Doctor Manuel Almeida S., Notario Segundo del Cantón Ibarra, 3) Escritura de fecha diez de Julio de 2014, protocolizada ante el Dr. Diego Andrade, Notario Primero del cantón Ibarra e inscrita bajo la partida Nº 810, del Registro de la Propiedad del cantón Ibarra, el 13 de agosto del 2014. **DECIMO.- ACEPTACION:** Los comparecientes declaran que aceptan en todas sus partes el contenido del presente

contrato. Usted, Señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la perfecta validez y solemnidad de la presente escritura de comodato. Para la celebración de la presente escritura, se observaron todos y cada uno de los preceptos legales del caso; y, leída que les fue a los comparecientes, aquellos lo aprueban en todas sus partes, vuelven a ratificarse en todo lo que tienen expuesto y firman, conmigo el Notario, en unidad de acto. De todo lo que doy fe.-

LIC. ANDREA JIMENA ORTIZ MIER

CC N° 040108701-0

LIC. ELIANA MARISELA IBUJES NARVAEZ

CC N°040156036-2

ING. OSCAR FERNANDO ENRIQUEZ MONTENEGRO

CC N° 040087137-2

DR. DIEGO ANDRADE ARMAS

NOTARIO PRIMERO DEL CANTON IBARRA

7 IMPACTOS:

IMPACTO SOCIAL

Este impacto de la propuesta que presentamos dentro de este contexto es crear un Centro Cultural para Fotografía Contemporánea en la ciudad de Ibarra que se convierta en un modelo de aplicación local y nacional, a la cultura que puedan construir vínculos de pertenencia y participación activa y para que partícipes y espectadores foráneos y locales, reencuentren un camino hacia ámbitos de socialización e identidad.

IMPACTO EDUCATIVO

A través de esta investigación realizado se ha detectado que las instituciones oficiales de cultura y educación necesitan, un poco de variantes en lo que implica el marco educativo, pues aquí en la ciudad no existe un referente con las características que nosotros proponemos. Para llegar a las personas ofrecemos un trabajo estrictamente profesional, con pautas de aprendizaje que se habitúan fácilmente en el individuo, encontrando un entramado de pequeños mecanismos que favorezcan los módulos de aprendizaje.

IMPACTO CULTURAL

El Centro Cultural, con una propuesta concreta para viabilizar el arte de la fotografía, en el amplio semblante de la cultura en la provincia de Imbabura, procura mediante el asesoramiento técnico en el manejo de procesos tecnológicos, la observancia directa entre la imagen fotográfica y aquel que de fiel testimonio de convertirla en memorable y a fin de ser un eslabón sólido para el enriquecimiento social de los pueblos.

8. DIFUSIÓN

	ACTIVIDAD	MEDIOS	PROGRAMAS	FREC.DIARIA	DÍAS/CAMP.	AUDIENCIA	COSTOS MES
TELEVISIÓN	SPOT 1:30 MIN. / SOCIABILIZAR EL TEMA	UTV	NOTIC.VOCE S	4	30	1000	200
			ROTACION	6	30	1000	600
		TV9	NOT / ROTAC	6	30	1000	800
			MATICES	2	30	1000	400
			REPRISE	2	30	500	0
	TOTAL					4500	2000

	ACTIVIDAD	MEDIOS	PROGRAMAS	FREC.DIARIA	DIA
PRENSA	ANUNCIO	NORTE	MEDIA PAG.	1	DOM / LUN
		LA HORA	MEDIA PAG.	1	DOM / LUN

DIAS/CAMPAÑA	FREC. CAMP	AUDIENCIA	COSTO UNID	COSTOS MES
12	12	5000	130	1560
12	12	5000	130	1560
		10000		3120

	ACTIVIDAD	CANT	TAMAÑO	COSTO	FRECUENCIA
IMPRESOS	AFICHES	400	A3	375	10
	DIPTICOS	1000	A4	180	2
		1400		555	12

	ACTIVIDAD	MEDIOS	REDES	COSTO
WEB 2.0	BANNER	INFORSOFT	WEB	300
	REDES S.		FACEB/TWITTER	
	MAILING		WEB	
	VIDEO		YOUTUBE	
				300

9. LINKOGRAFÍA.

- Banks Marcus (2010), “**Los datos visuales en investigación cualitativa**”, 15 de Junio 2010, Ediciones Morata S.L, Fecha ingreso 28- 05-2015,
<https://books.google.es/books?id=55pyAgAAQBAJ&pg=PT21&dq=la+fotografia+con+los+ni%C3%B1os&hl=es&sa=X&ei=v0hqVea6LYHnsATL4YOgAw&ved=0CEoQ6AEwCA#v=onepage&q=la%20fotografia%20con%20los%20ni%C3%B1os&f=false>

- Constitución de la República del Ecuador (2008), Asamblea Constituyente

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

- Coto Fernando (2007), “**Introducción al diseño gráfico**”, Diseño UNITEC, youblisher.com-690460-dise_o-grafico(1).pdf

- Grupo Milenio (2015), “**Jóvenes buscan respuestas en el arte**”, Fecha publicación 4-11-2014, Fecha ingreso 28- 05-2015

http://www.milenio.com/cultura/Artistas_laguneros-el_arte_de_Torreon-cultura_de_Torreon-jovenes_y_el_arte_en_Torreon_0_403159728.html

- Hernández Fernando (1996), “**Educación artística para la comprensión de la cultura visual**”, Fecha ingreso 28- 05-2015.

[http://publica.webs.ull.es/upload/REV%20CURRICULUM/12-13%20-%201996/03%20\(Fernando%20Hern%C3%A1ndez\).pdf](http://publica.webs.ull.es/upload/REV%20CURRICULUM/12-13%20-%201996/03%20(Fernando%20Hern%C3%A1ndez).pdf) Fernando Hernández

- Ley Orgánica de Comunicación (Ultima modificación 2 - Octubre - 14). Asamblea Nacional.

http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/Ley_Organica_Comunicacion.pdf.

- Mezquita Raúl A.

https://www.facebook.com/raulamezquitaphotography/info?tab=page_info

- Otero María Rita (1999), “**Psicología cognitiva, representaciones mentales e investigaciones en enseñanza de las ciencias**”, Universidad Nacional del Centro Tandil, Buenos Aires, Fecha ingreso 28- 05-2015.

www.if.ufrgs.br/public/ensino/vol4/n2/v4_n2_a2.htm

- Pérez Bilbao Jesús, “**Actitudes frente al cambio en trabajadores de edad avanzada**”, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales España; Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, Fecha ingreso 28- 05-2015.

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/401a500/ntp_416.pdf

- Resolución No.A0009, Distrito Metropolitano de Quito.

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CCkQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.premiomarianoaquilera.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F12%2FResoluci%25C3%25B3n-No.-A-0009.doc&ei=D2prVfj5AoaiNsWmgrqK&usq=AFQjCNGTOOXVf3FDDyMCmbsTFJ_qETqsQ&bvm=bv.94455598,d.eXY

- Tagüeña Julia, “**Los museos latinoamericanos de ciencia y la equidad**”, 2005, <http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v12s0/21.pdf> , México.

- Universidad Andrés Bello, Sistema de Bibliotecas, Tutorial Normas APA, 17 Enero 2014.

<http://es.slideshare.net/BibliotecasUNAB/sistema-bibliotecas-unab-citas-y-referencias-bibliograficas-segn-normas-apa-actualizacin-2014>

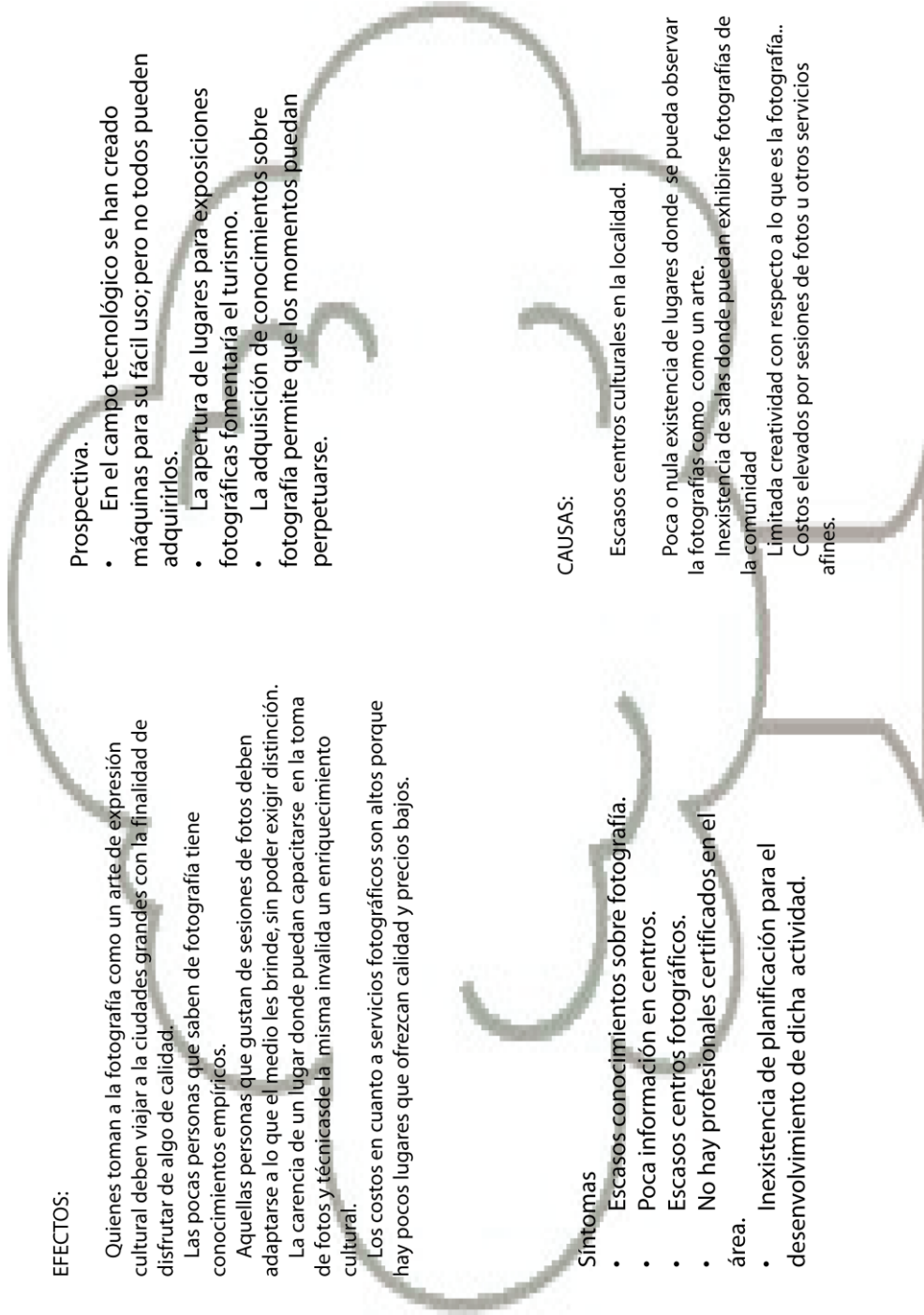
10. BIBLIOGRAFÍA.

- Ayala Mora Enrique (2005), **“El socialismo y la Nación Ecuatoriana”**, Quito, Ediciones La Tierra.
- Badger Gerry (2009), “La genialidad de la fotografía; Como la fotografía ha cambiado nuestras vidas”, Primera edición en lengua española, Editorial BLUME, Barcelona.
- Daly Tim, (2005), **“Manual completo de Fotografía”**, Italia, Editorial Blume.
- Dave Johnson (1999), **“Fotografía digital ¡Soluciones!”**, Editorial México, Diagráficas Unión.
- Enciclopedia del Estudiante (2006), **“Historia del Arte”**, Tomo 9, Buenos Aires, Editorial Santillana.
- Foanctuberta Joan (1997), **“El beso de Judas, Fotografía y verdad”**, Editorial Gustavo Gill.
- Hedgecoe John (2006), **“El libro de la fotografía”**, Editorial Blume, Italia.
- Kotler Philip & Keller Kevin Lane, **“Dirección de Marketing”**, 2006, Duodécima Edición, Editorial Pearson Education Inc. México.
- Massucco Jorge H., (2007) **“Otras miradas de la fotografía”**, Editorial Quipus, CIESPAL, Quito, Segunda edición.
- Michael Joseph, Dave Saunders (2002), **“Curso completo de Fotografía”**, Italia, Editorial Blume.
- Newhall Beaumont (2006), **“Historia de la fotografía”**, Editorial Gustavo Gili, SL.
- Ogalde Careaga Isabel y Maricarmen González Videgaray (2008), **“Nuevas tecnologías y educación. Diseño, desarrollo, uso y evaluación de materiales didácticos”**. Editorial Trillas, reimpresión México.

- Plazola Cisneros Alfredo (1997), “**Enciclopedia de la Arquitectura Plazola**“, Tomo III, (se).
- Präkel David (2010), “**Diccionario visual de fotografía**“, Barcelona, Editorial Blume.
- **Premio Brasil, Arte emergente 2013**, Augusto Barrera Ex Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, Eduardo Carrera Coordinación Premio Brasil-Arte Emergente 2013
- Rewel Golden (2003), “**Siglo XX Fotografía**“, Editorial Lisma Edición, SL.
- Sontag Susan (2014), “**Sobre fotografía**“, Editorial DEBOLSILLO.
- Sylva Charvet Erika, Oviedo Alexis, Moncada Martha (2011), “**Políticas para una revolución cultural**“, edición Quito 20, Editor Adriana Grijalva Coba, Fondo Editorial, Diagramación e impresión: Grafitex.
- Thomsen Mogens, “**El plan de negocios dinámico**“, 2009, Edición en español en alianza con Frederique Gerard, ENLACE.
- Universidad Ricardo Palma publicación oficial (Enero 2004), “**Tradición**“, Año 3, No 3, Edición, diagramación e impresión Editorial HOZLO S.R.L, Lima – Perú.
- Vargas Belmonte Antonio (2013), “**UF1820: Marketing y plan de negocios de la microempresa**“, Primera Edición, IC Editorial.

ANEXOS.

ÁRBOL DE PROBLEMAS.



MATRÍZ DE COHERENCIA

<p style="text-align: center;">FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</p> <p>¿Cómo implementar un Centro Cultural de Fotografía que brinde la posibilidad de capacitación y utilización de servicios para la ciudadanía?</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar los tipos de servicios que brindan los centros culturales de la ciudad de Ibarra y propuesta alternativa.</p>
<p style="text-align: center;">SUBPROBLEMAS</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Por qué los costos de sesiones de fotografías son altos?• ¿Por qué no hay exposiciones de fotografías en la ciudad?• ¿Por qué existe un desinterés en la ciudad ante la asistencia a exposiciones?• ¿Por qué las autoridades no se interesan por aportar a la fotografía como arte-cultura?• ¿Por qué las autoridades no ponen un poco de interés por promocionar diferentes maneras de expresión cultural, una de ellas sería la fotografía?	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Diagnosticar los servicios de los centros culturales.• Determinar conclusiones del estudio.• Diseñar el centro cultural de fotografía que estará dedicado a fomentar la fotografía como arte y aporta el desarrollo integral de las personas en la ciudad de Ibarra perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra, Provincia de Imbabura.

CUESTIONARIOS.

- ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
DISEÑO Y PUBLICIDAD

TEMA: CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA

Por favor marque con una x la respuesta que crea conveniente.

1.- ¿En su tiempo libre le gustaría aprender técnicas de fotografía?

SI.....

NO.....

2.- ¿Le gustaría acceder a amplia información acerca de la fotografía y sus técnicas?

SI.....

NO.....

3.- ¿Ha tenido la oportunidad de asistir a una exposición fotográfica? Si la respuesta es sí conteste la pregunta 4.

SI.....

NO.....

4.- ¿Con qué frecuencia asiste a estas exposiciones?

Frecuentemente..... Poco frecuente..... Nada frecuente.....

5.- ¿Le gustaría que un Centro Cultural de fotografía desarrolle cursos de fotografía para todo público?

SI.....

NO.....

6.- ¿Qué tipo de curso de fotografía le gustaría recibir?

Básico.....

Medio.....

Avanzado.....

7.- ¿Considera Ud. que la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?

SI.....

NO.....

8.- ¿Piensa Ud. que la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría a la comunidad en el aspecto social y cultural?

SI.....

NO.....

TAL VEZ.....

9.- ¿Sabe Ud. si los lugares donde se presta servicios fotográficos, le brindan la información necesaria para lo que es tomar fotos, revelado y otras técnicas de manipulación fotográfica?

SI.....NO.....

10.- ¿Le gustaría que en dicho Centro Cultural se puedan realizar exposiciones especiales del material fotográfico de los alumnos que se capaciten en el mismo?

SI.....NO.....TAL VEZ.....

11.- Piensa usted que en el Centro Cultural de Fotografía se puedan ofrecer otros servicios como sesión fotográficas, revelados, impresiones a todo tamaño?

SI.....NO.....

12.- Si este centro llegará abrirse ¿qué tipos de servicio le gustaría que haya?

Cursos de fotografía: básico, medio, avanzado

Exposiciones fotográficas

Sesiones fotográfica

Servicio de revelado e impresiones

Todas las anteriores

13.- ¿A partir de que edades considera que se deban tomar cursos de fotografía?

6 a 12 años

12 a 18 años

18 a 30 años

30 años en adelante

14.- De ser posible la creación de este centro que aspectos cree usted ¿que pueda destacar en su aprendizaje?

Curiosidad

Creatividad

Desarrollo tecnológico

Todas las anteriores

Otros

15.- Cree usted que el valor de nuestros servicios debería ser de acuerdo a:

Calidad

Tiempo

Servicio personalizado

Todas las anteriores

- ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA: CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA

1. Cree Ud. ¿Que la creación de un centro cultural de fotografía pueda beneficiar al desarrollo integral de las personas?
2. Piensa Ud. ¿Que la existencia de un centro cultural de fotografía ayudaría al desarrollo de la comunidad en el aspecto social y cultural?
3. ¿La casa de la cultura debe promover la práctica de fotografía como un arte?
4. ¿Al crear el centro cultural especializado en fotografía, según su criterio que tipos de servicio debería ofrecer este centro?
5. ¿De acuerdo a su percepción cómo definiría la actividad cultural en el campo de la fotografía?
6. ¿Cuál sería el aporte a la comunidad al insertar este tipo de centro cultural?
7. Hacer pregunta sobre el espacio físico del centro.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401560362		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Eliana Marisela Ibujés Narváez.		
DIRECCIÓN:	SAN GABRIEL		
EMAIL:	elymar4@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062290808	TELÉFONO MÓVIL:	0980141754

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA”
AUTOR (ES):	Eliana Marisela Ibujés Narváez. Andrea Jimena Ortiz Mier.
FECHA: AAAAMMDD	2015-07-07
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño y Publicidad.
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Eliana Marisela Ibjés Narváez., con cédula de identidad Nro. 0401560362, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de Julio de 2015

LA AUTORA:



Nombre: Eliana Marisela Ibjés Narváez.

C.I. 0401560362



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Eliana Marisela Ibjúes Narváez, con cédula de identidad Nro. 0401560362, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA". que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Diseño y Publicidad.. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 07 días del mes de Julio de 2015

Nombre: Eliana Marisela Ibjúes Narváez
Cédula: 0401560362



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401087010		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Andrea Jimena Ortiz Mier.		
DIRECCIÓN:	AV. EL RETORNO 2743 Y RIO TIPUTINI		
EMAIL:	andreaortiz281@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062642823	TELÉFONO MÓVIL:	0991836016

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA"
AUTOR (ES):	Eliana Marisela Ibujés Narváez. Andrea Jimena Ortiz Mier.
FECHA: AAAAMMDD	2015-07-07
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño y Publicidad.
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Andrea Jimena Ortiz Mier., con cédula de identidad Nro. 0401087010, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de Julio de 2015

LA AUTORA:



Nombre: Andrea Jimena Ortiz Mier.

C.I. 0401087010



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Andrea Jimena Ortiz Mier., con cédula de identidad Nro. 0401087010, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL DE FOTOGRAFÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA”**. que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Diseño y Publicidad.. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 07 días del mes de Julio de 2015

Nombre: Andrea Jimena Ortiz Mier.
Cédula: 0401087010