

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:  
SITIO WEB PARA DIFUSIÓN DE EDUCACIÓN EN FOTOGRAFÍA**

**AUTOR:  
BRYAN DANIEL MENDOZA AYO**

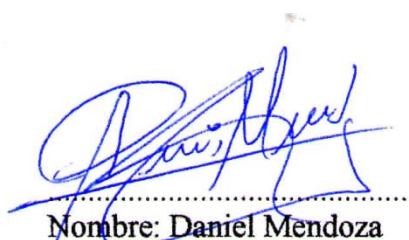
**TUTOR:  
CARLOS ANDRÉS MARTÍNEZ VERDESOTO**

**Quito, abril del 2016**

### **Cesión de derechos de autor**

Yo Bryan Daniel Mendoza Ayo, con documento de identificación N° 1721731741, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitulado: “Sitio web para difusión de educación en fotografía”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor 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 Politécnica Salesiana.



Nombre: Daniel Mendoza  
Cédula: 1721731741  
Fecha: Quito, abril del 2016

### **Declaratoria de coautoría del docente tutor**

Yo, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación “SITIO WEB PARA DIFUSIÓN DE EDUCACIÓN EN FOTOGRAFÍA” realizado por Bryan Daniel Mendoza Ayo, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, abril 2016

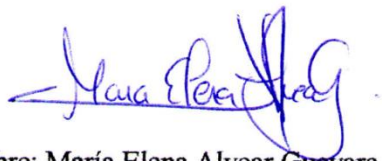
A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'CAV', with a horizontal line crossing through it.

**Carlos Andrés Martínez Verdesoto**

Cédula de identidad: 1715117113

**Carta de autorización de usos de imágenes, sonido, patentes, o información empresarial.**

Yo María Elena Alvear Guevara, con documento de identificación 1717933160 autorizo el uso de imágenes, sonido, patentes o información empresarial utilizados en este trabajo de titulación con el tema: “Sitio Web para difusión de educación en fotografía”



Nombre: María Elena Alvear Guevara

Cédula: 1717933160

Fecha: Quito, abril del 2016

Yo Christian Alexander Flores Puetate, con documento de identificación 1721416996 autorizo el uso de imágenes, sonido, patentes o información empresarial utilizados en este trabajo de titulación con el tema: “Sitio Web para difusión de educación en fotografía”



Nombre: Christian Alexander Flores Puetate

Cédula: 1721416996

Fecha: Quito, abril del 2016

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>2</b>
<b>Enfoque teórico conceptual .....</b>	<b>3</b>
<b>Educomunicación .....</b>	<b>3</b>
<b>La fotografía en el Ecuador .....</b>	<b>4</b>
<b>La fotografía en Quito.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivo general .....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos específicos.....</b>	<b>7</b>
<b>Objeto de estudio.....</b>	<b>8</b>
<b>Desarrollo de la página web Ojo Fotográfico .....</b>	<b>9</b>
<b>Segmentos.....</b>	<b>14</b>
<b>Noticias.....</b>	<b>14</b>
<b>Consejos y guías. ....</b>	<b>15</b>
<b>Podcast. ....</b>	<b>15</b>
<b>Ojofoto.Tv.....</b>	<b>16</b>
<b>Eventos.....</b>	<b>17</b>
<b>Preproducción de los videos y podcast .....</b>	<b>18</b>
<b>Producción de los videos y podcast .....</b>	<b>19</b>
<b>Difusión de la página web .....</b>	<b>20</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>23</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>25</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Lista de precios de talleres de fotografía en Quito.....	6
<b>Tabla 2.</b> Cronograma de actividades.....	9
<b>Tabla 3.</b> Equipo de producción de página web.....	10
<b>Tabla 4.</b> Equipo de producción de video.....	10
<b>Tabla 5.</b> Equipo de producción de podcast.....	11
<b>Tabla 6.</b> Equipos.....	11

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Imagotipo de la página web.....	13
<b>Figura 2.</b> Visión general de la audiencia de Google Analytics.....	21

## **Resumen**

Esta propuesta se desarrolló a través de la construcción de una página web con contenido de educación e información en fotografía. La página tiene 5 secciones con contenidos de carácter hipermedial. Cada semana se ingresó nueva información a la página como: noticias, podcast, videos, agenda de eventos y artículos de texto. A partir de una observación participante sobre los lugares y actividades de eventos fotográficos se motivó a las personas que les gusta la fotografía a vincularse con las opciones a través de la interactividad que genera una página web. Los diversos contenidos publicados muestran la amplia gama de opciones que una persona tiene en la ciudad y en el país para aprender fotografía.

Se mostró el desarrollo de diversos recursos en comunicación aplicadas a la web, tal es el caso del proceso de desarrollo en preproducción, producción y postproducción tanto en un podcast como en videos educativos. También se muestra la aplicación de la técnica periodística con la publicación de noticias donde el redactor acudió a los eventos y creó las notas con fotos y audios de entrevistas a los protagonistas de las exposiciones fotográficas.

La conjugación de los factores antes expuestos lograron formar una página web dinámica y con un nivel alto de contenido, así mismo se mostró el desarrollo del proyecto junto a una correcta planificación y ejecución de cada una de las secciones de la página web.

Palabras clave: Fotografía, Educomunicación, multimedia, producción audiovisual, web.



## **Abstract**

This proposal was developed through building a website containing information and education about photography. The web has 5 sections with hypermedia content of character. Every week have new information that is entered as news page, podcast, videos, events and text articles. From a participant observation about the places and activities photographic events were motivated people who like photography to be linked with the options through the interactivity that generates a web page. The various published contents show the wide range of options that a person has in the city and in the country to learn photography.

The development of various communication resources applied to the web, as in the case of the development process in preproduction, production and postproduction both a podcast and educational videos showed. The application of journalistic technique is also shown with the publication of news where the writer came to events and formed the note with pictures of the event and audio interviews with the protagonists of the events.

The combination of the foregoing factors able to form a dynamic website and with a high level of content, also the development of the project was displayed with proper planning and execution of each of the sections of the website.

Keywords: Photography, Educommunication, multimedia, audiovisual production, web.

## **Introducción**

Con el propósito de difundir los diversos espacios de formación teórica y reflexiva de la fotografía en Quito, se propuso construir una página web que abarque contenidos multimediáticos como notas periodísticas, videos o podcast. A través de este portal web las personas que están dando sus primeros pasos en la fotografía tendrán una guía y referencias para consultar y estimular su proceso de aprendizaje para que lo apliquen en su vida cotidiana o laboral.

En Quito existen diversas actividades fotográficas que se realizan semana a semana durante todo el año. Los eventos como exposiciones, seminarios o charlas no tienen un canal de difusión, salvo contadas excepciones como reportajes cortos en noticieros televisivos. Las personas interesadas en el ámbito fotográfico no llegan a conocer el desarrollo de estos actos y no pueden acceder a los mismos.

Los noveles fotógrafos de la ciudad no tienen un guía de referencia para acceder a las opciones que les permita aprender la técnica o mejorarla, por lo que recurren al internet para formarse con las herramientas disponibles. Sin embargo la fotografía se aprende con la práctica constante.

En la ciudad existen diversos colectivos, organizaciones, empresas y fotógrafos independientes que ofrecen talleres, pero no tienen la difusión adecuada para atraer a los futuros fotógrafos.

Al tomar en cuenta estas necesidades la página web Ojo Fotográfico pretende ser un medio que conecte a las personas interesadas en aprender fotografía. También esta web se convertirá en un referente de consulta de eventos y de reflexión sobre temas que aparecen cuando una persona está empezando en la fotografía.

## **Metodología**

La metodología utilizada en este proyecto tiene un carácter deductivo. Se procedió a realizar un breve análisis teórico de la Educomunicación y una exploración conceptual de la fotografía en el Ecuador. En cuanto al primer tema se hace una breve revisión de la Educomunicación relacionada al uso de la tecnología. En el segundo tema se hizo una breve revisión histórica desde la llegada de las cámaras fotográficas al país hasta la actualidad con los aspectos esenciales en la ciudad de Quito.

El tipo de investigación utilizado en este trabajo de titulación es descriptivo. Se escogió esta exploración por que la fotografía en la ciudad de Quito es un tema poco analizado y sin mucha difusión por lo que se trata de hacer una aproximación mediante el estudio del caso a través de la implementación de una página web con contenido hipermedial.

Las herramientas o técnicas utilizadas en el proyecto fueron la observación no participante, observación participante y el envío de cuestionarios por correo electrónico. En cuanto a la primera se realizaron visitas a los sitios que imparten talleres de fotografía. En el caso de la observación participante se realizaron entrevistas a los protagonistas de los eventos fotográficos. También se recurrió al envío de cuestionarios a las personas que imparten talleres de formación para conocer el rango de precios y temas que desarrollan.

Se ejecutaron técnicas de producción de audio y video, con sus respectivas herramientas como guiones literarios, técnicos, storyboard, guión de radio y más elementos que forman parte de la página web.

## **Enfoque teórico conceptual**

A través de este breve análisis conceptual se abordará la importancia de la Educomunicación en las nuevas formas de difundir la información, tal es el caso de internet. Este texto también está relacionado a la fotografía en el Ecuador y en la ciudad de Quito para hacer un análisis deductivo que refleje una justificación a la realización de este trabajo de titulación.

### **Educomunicación**

La Educomunicación plantea la unión de dos términos importantes en las ciencias sociales: la Comunicación y la Educación. Al fusionarse se convierte en un campo de estudios transdisciplinar que, acompañado de herramientas poderosas como es el internet, pueden generar estrategias de difusión de educación al alcance de cualquier persona con acceso a una computadora y a una conexión de internet.

La Comunicación es una disciplina que puede utilizar distintos medios para expandir una idea, así también cuando se junta a la Educación tienen un propósito transgresor, donde el emisor educa y aprende.

Adalid Contreras lo explica en los siguientes términos:

Se trata de refundar las relaciones entre comunicación y educación, superando el carácter y sentido instrumental que se le otorgó a la comunicación, reducida a una especie de material didáctico para propagar artística y amenamente el mensaje preelaborado (2000, pág. 101).

El uso adecuado de las herramientas tecnológicas se puede evidenciar con plataformas que guíen, orienten y aprendan de una comunidad. En este trabajo de

titulación la página web se dirige a la comunidad fotográfica de Quito, para encontrar un espacio de información y formación.

### **La fotografía en el Ecuador**

La fotografía se desarrolla cerca del año 1830 y llega al Ecuador una década después de la mano de autoridades de gobierno.

Fue Vicente Rocafuerte en calidad de gobernador del Guayas quien trajo las máquinas indispensables para la realización de retratos, género común en la época. El alto costo de los materiales para fotografiar hacía que esta sea una práctica de la élite, lo que hacía referencia a un sentido de status. Lo que generó que la mayoría del pueblo ecuatoriano, no tuviera acceso a esta tecnología (El Comercio, 2014).

Con el transcurrir de los años y la rápida evolución de la cámara y la producción en masa hizo que más personas tengan acceso a esta práctica. Así empezaron a aparecer en las últimas década figuras destacadas en el plano nacional.

Los talentos nacionales han sido reconocidos con premios de categoría mundial. “En 2009, la quiteña Karla Gachet fue premiada en el World Press Photo<sup>1</sup> en la categoría “Historias de arte y entretenimiento” por la serie “Ceci, bailarina de tango de 20 años” (Patinho, 2012, pág. 35).

Otro nombre reconocido a nivel mundial es el de Hugo Cifuentes que en la década de los 80’s impactó con su fotografía documental. También hay otras figuras que

---

<sup>1</sup> World Press Photo es una organización sin fines de lucro que organiza el más reconocido y prestigioso concurso de fotoperiodismo a nivel mundial.

se han destacado en revistas de renombre como National Geographic, tal es el caso del actual Secretario de Cultura del Municipio de Quito, Abogado Pablo Corral Vega, entre otros personajes que han sobresalido en concursos iberoamericanos y mundiales.

La falta de apoyo a los proyectos fotográficos es notoria, a diferencia del cine que cuenta con un consejo de apoyo económico y de difusión (CN Cine), no existe una institución de carácter gubernamental que regule el ejercicio de la fotografía en el país.

### **La fotografía en Quito**

En Quito, existen diversas plataformas para aprender a fotografiar. Hay opciones académicas y de carácter privado. En cuanto a las instituciones que ofrecen formación en fotografía están: la Universidad San Francisco de Quito, INCINE y el Instituto Metropolitano de Diseño, que otorgan títulos de carácter técnico con carreras que duran 3 años aproximadamente. Los precios van desde los 2000 a 5000 dólares por cada semestre de estudio, lo que dificulta el acceso a muchas personas que sólo quieren aprender fotografía como pasatiempo. En cuanto a lo privado hay algunos colectivos que ofrecen talleres de corta duración, están en esta categoría: Foto Club Quito, el Eztudio Lab, Torno, Asociación de Cronistas Gráficos de Pichincha, Asociación Humboldt en Alianza con VS FotoNet, Arte Actual FLACSO, 3&2 Studio, entre otras. Los precios son variados y los contenidos abordan temas básicos hasta especializados, a continuación se pueden ver una lista con los precios de cada curso.

Tabla 1

Lista de precios de talleres de fotografía en Quito

Colectivo o empresa	Taller	Precio
Foto Club Quito	Básico Avanzado	\$120 \$120
El Eztudio Lab	Edición Básico Especializados	\$70 \$120 \$130
Asociación de Cronistas Gráficos de Pichincha	Retoque digital	\$120
Vs FotoNet	Básico	\$90
Torno	Básico	\$75
Arte Actual FLACSO	Especializados	\$120
3&2 estudio	Especializados	\$300

Nota: Los precios varían según el tipo de taller en algunos colectivos o empresas.

Elaborado por B. Mendoza, 2016.

En el 2015 asume el mando de la Secretaría de Cultura del Municipio de Quito el fotógrafo Pablo Corral Vega. En esta gestión se impulsó el proyecto “FLUZ” que recogió cientos de propuestas de diversas formas de ver la ciudad, también se realizaron talleres con destacados fotógrafos internacionales. Lo más importante de este proyecto fue que se expusieron los proyectos en diversos sectores de la ciudad, así como también una gran exposición con cerca de 500 obras en varios formatos.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Crear contenidos multimediáticos y educativos sobre fotografía a través de la página web Ojo Fotográfico ([www.ojofoto.com](http://www.ojofoto.com)).

### **Objetivos específicos**

1. Convertir la página web en un referente de consulta de eventos fotográficos como exposiciones, talleres y demás actividades a través de la difusión de notas periodísticas y publicación de calendario de eventos.
2. Motivar a las personas que están aprendiendo fotografía en centros especializados a tener conocimientos básicos en teoría y práctica a través de la difusión de videos educativos y artículos con consejos o recomendaciones para mejorar la técnica fotográfica en una plataforma web con libre acceso a la información.
3. Fomentar el debate de procesos experimentales de fotografía entre fotógrafos aficionados y profesionales a través de un podcast.



## Objeto de estudio

Ecuador junto a Bolivia son los dos países sudamericanos que registran el más alto índice de crecimiento de usuarios conectados a internet.

“Un 46,35% de personas en Ecuador tuvieron acceso a internet, de acuerdo a datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) con corte a diciembre de 2014” (Andes Info, 2015).

La rápida evolución de la tecnología ha convertido a Internet en una fuente de consulta para personas de todas las edades, especialmente los más jóvenes que son nativos digitales<sup>2</sup>.

Las personas aficionadas a la fotografía encuentran muchas formas de exponer su trabajo en las diversas plataformas digitales gratuitas, como las redes sociales. Una red social muy utilizada es Facebook, que cada vez gana usuarios en el país.

En base a estas cifras y a una rápida asociación de los noveles fotógrafos con la tecnología la página web Ojo Fotográfico tiene como público objetivo a personas jóvenes que frecuentan la tecnología y son aficionados a la fotografía, que son de la ciudad de Quito y tienen entre 15 y 40 años.

---

<sup>2</sup> “Nativo digital” es un término acuñado por el estadounidense Marc Prensky en 2001. Se refiere a una cultura nueva de jóvenes que se adaptan rápidamente a la tecnología a diferencia de generaciones más antiguas que se denominan “inmigrantes digitales” (CNN Español, 2013)

## Desarrollo de la página web Ojo Fotográfico

Ojo Fotográfico es una página web creada con sistema de gestión de contenidos Wordpress. El dominio es [www.ojofoto.com](http://www.ojofoto.com). Está construida con formato de revista digital. Se actualiza la información con dos publicaciones semanales.

El cronograma de actividades fue el siguiente:

Tabla 2

Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	MESES DE TRABAJO							
	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8
Creación de la página web	x							
Creación Línea Gráfica	x							
Elaboración notas periodísticas		x	x	x	x	x	x	x
Elaboración agenda de eventos		x	x	x	x	x	x	x
Preproducción podcast	x	x						
Producción podcast		x	x					
Postproducción podcast			x					
Preproducción videos		x	x	x				
Producción videos				x	x			
Postproducción videos						x		
Difusión							x	x

Nota: Elaborado por B. Mendoza, 2016

El presupuesto utilizado fue el siguiente:

Tabla 3

Equipo de producción de página web

<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL</b>
Desarrollador web y contratista servicio hosting y dominio	1	600	600
Diseñador gráfico	1	100	100
Administrador de la página	1	800	800
<b>TOTAL</b>			1,500

Nota: Elaborado por B. Mendoza, 2016

Tabla 4

Equipo de producción de video

<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL</b>
Productor General y Guionista	1	1000	1,000
Asistente de Producción	1	500	500
Camarógrafo	1	500	500
Director de Fotografía	1	350	350
Editores (Postproducción)	2	400	800
<b>TOTAL:</b>			11,500

Nota: Elaborado por B. Mendoza, 2016

Tabla 5

Equipo de producción de podcast

<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL</b>
Sonidista (Manejo de consola)	1	250	250
Editor de audio	1	200	200
<b>TOTAL:</b>			450

Nota: Elaborado por B. Mendoza, 2016

Tabla 6

Equipos

<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL</b>
Cámaras DSLR Nikon	2	300	600
Cámara Go-Pro	1	250	250
Micrófonos Corbatero	2	80	160
Micrófono RODE	1	140	140
Trípode fotografía	1	135	135
Trípode video	1	320	320
Equipo de iluminación	1	55	55
Grabadora de audio Olympus	1	120	120
Consola de sonido	1	2000	2000
<b>TOTAL:</b>			3,780

Nota: Elaborado por B. Mendoza, 2016

Para crear Ojo Fotográfico primero se realizó la adquisición del dominio y el hosting a través de la empresa DANKORP que brinda estos servicios. Luego se instaló el template de revista digital y se procedió a crear las secciones y la decoración de la página con los colores del logo.

En este punto surgió el primer problema, el plan contratado al desarrollador web era el más básico con un poco espacio de almacenamiento en disco y las imágenes de los eventos eran pesadas y grandes por lo que se tuvo que aumentar el espacio a 400 MB. Como medida secundaria se comprimieron las imágenes utilizadas tanto en el programa de edición principal (Photoshop) como con un compresor web. Esto mejoró los tiempos de carga y permitió subir más fotografías.

El segundo problema fue que el número de usuarios que ingresaban a la página aumentaba poco a poco y la transferencia de banda ancha mensual no era suficiente para abastecer la demanda. Con la contratación de un plan más adecuado a las necesidades de la página se pudo resolver este problema.

La plantilla adquirida para la exposición de todo el contenido hipermedial está desarrollada en Wordpress, lo que facilita el acceso al creador de contenidos. Este sistema de gestión de la información es muy práctico para personas que no están familiarizadas con el desarrollo web. La creación de las notas se hace de una manera rápida y sin necesidad de escribir códigos de programación. La plantilla no es adaptable a dispositivos móviles por lo que se procedió a buscar un plugin que permita la fácil lectura de los documentos así como la visualización del contenido.

En cuanto a la identidad visual el diseño de la página contrasta los dos colores del imagotipo que está desarrollado según los siguientes elementos:

**Íconos:** Los íconos de referencia son un ojo y el diafragma de una cámara. El ojo hace referencia al sentido de la vista, que es esencial al momento de realizar una fotografía, y el diafragma representa la parte mecánica de una cámara de fotos.

**Texto:** El texto “Ojo Fotográfico” hace referencia al desarrollo de la capacidad de prever una fotografía y desarrollarla con la cámara para que su mensaje sea asimilable y evoque emociones en el receptor.

**Significado de los colores:** Se utiliza un contraste de colores. El color naranja está asociado al aprendizaje y la creatividad, dos aspectos que queremos destacar en la página web. El color gris representa un contraste de brillantez y disciplina para llegar a que los conocimientos adquiridos se apliquen realmente.

Los colores se vieron aplicados en todas las partes de la página, principalmente en los menús y en los espacios dedicados a publicidad, que en este caso se utilizó para mostrar otras secciones no tan visibles en la página principal.



## **Segmentos**

La página web cuenta con 5 secciones que son: noticias, consejos y guías, podcast, ojofoto.tv y eventos. A continuación se detalla el proceso de realización de cada uno.

### **Noticias.**

Esta sección de la página muestra noticias relacionadas a exposiciones fotográficas. Se realizaron después de asistir a los actos de inauguración de las mismas, y se publicaron inmediatamente en la página. Debido a esto no tienen una periodicidad de publicación fija. También hubo cobertura de lanzamientos de proyectos como convocatorias a exposiciones, lanzamientos de libros o proyectos.

La sección pretendió recoger los testimonios de los protagonistas, tanto fotógrafos como asistentes, para motivar a las personas a ser partícipes de estos acontecimientos que son de carácter permanente y que suelen durar entre 1 semana y 2 meses aproximadamente. La mayoría son exhibiciones breves y los organizadores tratan de vincularse a instituciones culturales que no les cobren por el uso del espacio.

Se realizó un total de 14 coberturas de eventos, principalmente fueron inauguraciones de exposiciones. La nota publicada en la web tenía que ser corta, concreta y concisa. La estructura era describir los detalles del evento mostrando fotografías, videos, fragmentos de las declaraciones de los fotógrafos, o datos interesantes de la obra. En algunas noticias se publicaban links de interés para que el usuario final de la página pueda obtener más información.

## **Consejos y guías.**

En esta sección de la página web se redactaron artículos con consejos para fotógrafos principiantes y avanzados. Tips simples para mejorar la técnica fotográfica, el manejo de equipos, etc. Esta parte de la web está destinada a llamar la atención del fotógrafo amateur o profesional y así generar un espacio de atracción que genere interés en las otras secciones de la página. Es importante recalcar que para esta sección se utilizaron imágenes con derechos de autor creative commons para evitar problemas legales con imágenes con copyright.

Cada artículo o guía tiene entre 3 a 5 ítems con una descripción de cada uno. Se intercalan imágenes también para que no resulte un texto plano que canse al lector. También para generar más visitas de otras secciones se incluyeron recomendaciones de otras notas relacionadas al tema. En total se publicaron 11 artículos.

## **Podcast.**

Se realizó un podcast entre 10 y 15 minutos de duración con temas que se acercaron a la reflexión del fotógrafo. En esta parte no se dio prioridad a los aspectos técnicos, más bien se enfatizó en la reflexión sobre errores comunes que cometen las personas que están empezando en la fotografía, sobre temas que no se discuten en cursos o talleres, sino que se obtienen con la práctica.

El proceso de creación de los capítulos se hizo a través de la escritura de un guión, luego se grabó en una consola de audio añadiendo música de fondo y efectos, finalmente se procedía a la edición final y a la publicación.



Este espacio de la página está dirigido principalmente a fotógrafos principiantes de cualquier edad. Su publicación fue cada dos semanas y se desarrolló principalmente para que las personas que no tienen experiencia no cometan errores comunes de novatos y puedan desarrollar un nivel de reflexión sobre los temas tratados para su aplicación en su vida diaria.

La plataforma que se utilizó para la difusión y hospedaje de los podcast fue IVOXX<sup>3</sup>, que luego se insertó dentro de cada nueva entrada en esta sección. En total se realizaron 10 podcast.

### **Ojofoto.Tv.**

Se desarrollaron videos educativos con contenido de formación en técnica y práctica fotográfica. Esta parte de la página pretendió diferenciarse de otros cursos o talleres transmitidos en internet que sólo se enfocan en la técnica, mostrando contenido como consejos prácticos para evitar cometer errores de principiante o para incursionar en un tipo de fotografía de preferencia del espectador.

El proceso de creación de los videos se realizó como una producción audiovisual común. Se realizó una preproducción, producción y postproducción que dio como resultado un total de 5 videos con un promedio de duración de 2 minutos. El medio de difusión que se utilizó fue Youtube, a través del canal: Ojo Foto. TV que se vinculó con la página web.

Este espacio está dirigido a fotógrafos principiantes de cualquier edad. Se desarrolló para que las personas que no tienen conocimiento o apenas están dando sus primeros pasos en la fotografía puedan reconocer consejos prácticos para el

---

<sup>3</sup> IVOXX: Página web de almacenamiento de podcast.

desarrollo de su aprendizaje, además se motiva a buscar un tipo de fotografía para especializarse en el futuro.

En el caso de los videos en Youtube surgieron problemas al subir los videos. Se reportaba una advertencia de derechos de autor por la música de fondo utilizada. Los videos estuvieron al aire cerca de un mes cuando se notificó a la cuenta que habían sido retirados por copyright. Los audios utilizados fueron descargados de la plataforma Megatrax que tiene audios con copyleft, precisamente para evitar problemas como los que se presentaron. A pesar de esto se tuvo que hacer una reedición con música con copyleft de la misma plataforma Youtube. Al hacer esto se eliminaron los problemas y se pudo volver a subir los videos.

### **Eventos.**

En esta sección se publican los eventos fotográficos que están por realizarse en la ciudad y en el país, así se pueden difundir y también mostrar opciones de talleres de formación para que las personas sean partícipes de los mismos.

El proceso para publicar estos eventos era obtener la información de las escuelas, colectivos o particulares a través de una notificación con los detalles del evento vía mail. También la red social Facebook aportó gran cantidad de información al ser un medio que estas personas o instituciones utilizan para promover los talleres o exposiciones.

Se utilizó un plugin especial dedicado a la publicación de eventos. Esta herramienta no era nativa de la plantilla Wordpress que se utilizó, así que se debió configurar con su versión gratuita que funcionó perfectamente para mostrar los datos como fechas, horarios, números de contacto, costos y lugares.

Desde el mes de mayo hasta diciembre del 2015 se publicaron 182 eventos como: exposiciones, talleres, conversatorios, lanzamientos, charlas, foros, convocatorias, concursos, etc. La mayoría fueron de la ciudad de Quito, y las demás de otras ciudades del país.

### **Preproducción de los videos y podcast**

Para la realización de los videos y podcast se siguió la estructura básica para desarrollar productos de audio y audiovisuales.

Se planificó primero la realización de los videos, que es lo que llevó más tiempo en su consecución. En la preproducción se realizó la concepción del tipo de videos que se iban a realizar. Se concibió realizar clips cortos de aproximadamente 2 a 3 minutos con tips, recomendaciones y guías en tipos de fotografía.

Se realizaron los guiones literarios y guiones técnicos. Al hacer esto se decidió grabar los videos en exteriores, lo que trajo algunas complicaciones al momento de conseguir locaciones. Un ejemplo de la dificultad de conseguir una locación fue que no se otorga un fácil acceso a la grabación de videos o fotografías en parques metropolitanos de la ciudad. Se decidió buscar nuevas opciones y se encontraron a través del scouting. Al tener los lugares definidos y las personas que iban a ser los protagonistas de los videos se delimitó una paleta de colores y se procedió a realizar los storyboards basados en los guiones.

En cuanto a la preproducción de los podcast se realizaron paulatinamente guiones para ser grabados después. En esta parte no se reportaron problemas ya que los guiones eran cortos para un podcast con una duración de 10 a 15 minutos. Hay que recordar que en internet los tiempos de consumo de productos multimedia son

cortos, así que hay que ser preciso al momento de planificar un producto como éste.

### **Producción de los videos y podcast**

En la parte ejecutoria de los videos se realizó la grabación en tres semanas consecutivas. Los equipos técnicos utilizados fueron: cámaras réflex, grabadora de audio, trípode de video, micrófono corbatero, difusores y rebotadores de luz, entre otros. Al grabar en exteriores se tomó en cuenta buscar horas de la mañana o la tarde para que la luz que incide en el rostro de los protagonistas no sea tan fuerte o dura y genere demasiadas sombras. El primer video grabado tuvo este problema, así que se procedió a modificar los horarios de los otros planes de rodaje. La cámara utilizada sufrió una avería semanas antes de empezar este proceso, no se podían modificar los controles manuales, por lo tanto se procedió a usar equipos de la Universidad Politécnica Salesiana.

El equipo de producción estaba conformado por: un director y conductor del programa, dos camarógrafos, una productora general, un técnico de audio y un asistente de producción. En conjunto y con una correcta aplicación de los guiones técnicos y literarios y los planes de rodaje se pudo completar el proceso de acuerdo a lo planificado.

En cuanto a la producción de podcast, se realizó la grabación en un tiempo de 5 días. Para esto se pidió el apoyo de Fundación Chasquikom que contaba con una consola de radio. Cada día se grababan dos podcast con la operación de un técnico en sonido para poder añadir entradas, anuncios y más elementos que conforman este producto de audio.

## **Postproducción de los videos y podcast**

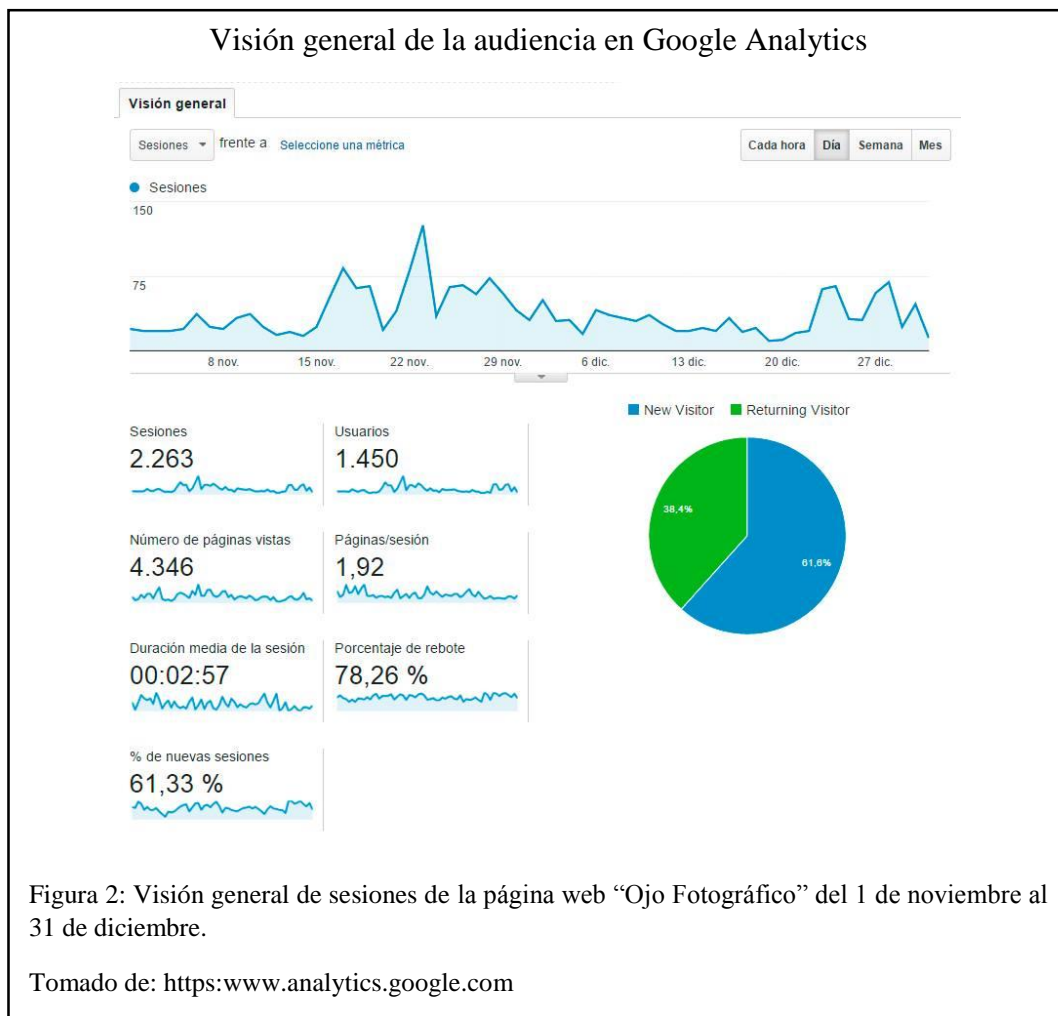
En la parte de la postproducción se realizó la edición de los videos en el programa Adobe Premier. Primero se seleccionaron las escenas efectivas y se procedió a montarlas y coordinarlas con los audios correspondientes. Luego se hizo una corrección de color, tratando de corregir pequeños errores de contraste y brillo y tratando de darle énfasis a los colores para que el producto final no sea sombrío. Finalmente se añadieron los elementos gráficos como logo del programa, tituladores, créditos y más.

La postproducción del podcast se realizó en el programa Adobe Audition y no representó problemas porque sólo se eliminaron espacios vacíos, errores en la locución y una delimitación de volumen para que todos los audios tengan el mismo nivel.

## **Difusión de la página web**

La difusión se dio en los meses finales de este trabajo de titulación, en noviembre y diciembre del 2015. El principal medio de difusión fue Facebook, realizándose una campaña pagada y asignándole un presupuesto de 40 dólares a cada mes. Lo que se buscaba era poder segmentar la publicidad a la ciudad de Quito hacia el público objetivo. Se vinculó la página a la herramienta web Google Analytics para obtener los datos reales de los usuarios de la página.

Las estadísticas obtenidas en Analytics mostraron que desde el 1 de noviembre hasta el 31 de diciembre se abrieron 2.263 sesiones con 1.450 usuarios, con una duración media de 2 minutos con 57 segundos. El porcentaje de rebote es del 78% y hay un 61% de nuevas sesiones, el resto de sesiones son visitantes frecuentes.



La provincia con más actividad fue Pichincha con 590 usuarios, que en su totalidad son pobladores de Quito.

Los promedios de edad de visitantes que más usaron de la página son de 25 a 34 años lo que genera un porcentaje del 33,50%, seguido de 18 a 24 años con un porcentaje 27,50%. El resto de promedio de edades representan un porcentaje bajo en la medición. Las visitas por género son 54,15% hombres y 45,85% mujeres.

Los canales para adquirir usuarios están distribuidos con un 38,3% de citas referenciales (generadas desde plataformas como Youtube e Ivoxx) y un 38,3% de redes sociales. El resto de porcentajes corresponde a una búsqueda directa de la página y un porcentaje bastante bajo una búsqueda orgánica.

Los anuncios pagados se optimizaron para publicarse de lunes a domingo durante los 2 meses que duró la difusión. El día con menos visita de la página fue el 31 de diciembre con 13 visitas, y el día con más adquisición de usuarios fue el lunes 23 de noviembre con 126 visitas. Esto se refleja en el contenido publicado en la red social Facebook. Los días con más sesiones son los que se publicaban los eventos fotográficos, siendo estos de gran atracción para los seguidores de la página.

## Conclusiones

A través del presente trabajo de titulación se pudo evidenciar el proceso de creación de una página web. Los problemas presentados en la realización fueron de carácter técnico y se superaron rápidamente para la correcta ejecución del proyecto.

En el apartado teórico conceptual se abordó la Educomunicación como un factor clave para el análisis debido a su vinculación con la educación y las herramientas tecnológicas. En el concepto se analizó la historia de la fotografía en el Ecuador y la situación actual de este campo en la ciudad, aquí se evidenció que hay diversas opciones para aprender fotografía en Quito.

El proceso de preproducción, producción y postproducción de videos y podcast muestra que con una correcta aplicación de las herramientas y recursos se pueden generar contenidos multimediáticos para publicarlos en la página web.

Las noticias, consejos y guías siguen el lenguaje hipermedial al ser publicaciones cortas, concretas y concisas para que el usuario final no se aburra con un texto plano. Para eso se usaron herramientas periodísticas como la entrevista, las fotografías sirven de recursos para rellenar el contenido y hacerlo más dinámico.

El principal medio de difusión de la página fue Facebook a través de su plataforma de anuncios “Facebook Ads”. La utilización de esta herramienta hizo que el flujo de visitas aumentara considerablemente los 2 meses en los que se realizó la difusión. Para esto se tomó en cuenta el público objetivo que son hombres y mujeres entre 15 y 45 años de la ciudad de Quito. Al aplicar esa segmentación se comprobó que el promedio de edad que más visitas registró la



página fue entre 25 a 34 años y también de 18 a 24 años en porcentajes equitativos entre hombres y mujeres. Por lo que se concluye que la campaña de anuncios pagos logró el resultado de llegar al público objetivo. El uso de Google Analytics facilitó el proceso de obtención de datos de los resultados.

## Referencias

- Andes Info. (2015, Octubre 2). *Andes.info*. Retrieved Febrero 27, 2016, from <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-uno-paises-america-latina-mas-crecio-acceso-internet-ultimos-tres-anos.html>
- CNN Español. (2013, Enero 25). *Cnnespanol*. Retrieved Febrero 26, 2016, from <http://cnnespanol.cnn.com/2013/01/25/nativos-digitales-quienes-son-y-que-significa/>
- Contreras, A. (2000). *Imágenes e imaginarios de la Comunicación - Desarrollo*. Quito: QUIPUS.
- El Comercio. (2014, Agosto 18). *El Comercio.com*. Retrieved 02 15, 2016, from <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-fotografia-imagenes-patrimonio-cultural.html>
- Normas de titulacion . (2015, 7 18). *Indi Ups* . Retrieved from <http://www.indi.ups.edu.ec/backup/informa/index.php/blog?start=5>
- Patinho, F. (2012). La foto y el documento. *Revista Q*, 35.