

# Instituto Metropolitano de **Diseño**

## **PROYECTO DE TITULACIÓN**

“EMERGENTE”

FESTIVAL DE FOTOGRAFÍA

## **MEMORIA TEÓRICA**

PROYECTO DE DISEÑO

BRYAN CALDERÓN NAVARRO

**Autor**

Msc. XAVIER GRANJA CEDEÑO

**Director**

Quito, agosto de 2024

## CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Bryan Efraín Calderón Navarro con cédula de ciudadanía No. 1004085542, declaro que soy autor del proyecto de Titulación con título: "Emergente", Festival de Fotografía. Que éste es original, auténtico y personal, y todos los efectos académicos y legales que se desprenden del proyecto, son de mi exclusiva responsabilidad. Me acojo al Art.57 del Reglamento de la Dirección de Proyectos Académicos y Titulación.

En Quito, agosto 2024



Bryan Efraín Calderón Navarro.

C.C 1004085542

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

### DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a mi madre, Rosario Lourdes, quien con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque siempre he tenido la confianza y capacidad para salir adelante.

A mis hermanas Cinthia y Aithana, por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme cuando más los he necesitado, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, me han demostrado que, a pesar de las circunstancias, nuestra amistad es fundamental para seguir luchando por nuestros sueños.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a mi madre y a mis hermanas, quienes con su amor y bendición llenan siempre mi vida y guían mi camino.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que forman parte del Instituto Metropolitano de Diseño “La Metro”, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar este proyecto de diseño dentro de su institución. En especial, quiero agradecer a la carrera de Diseño Fotográfico y sus docentes, principalmente al Msc. Xavier Granja Cedeño, D.F Almudena Grandal, D.F Ximena Padilla y D.F Andrés Páez quienes, con su conocimiento y consejos, hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias por su paciencia, dedicación, apoyo y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutor de tesis, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimientos y enseñanza me permitió culminar una etapa más de mi vida de manera exitosa.

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo, Xavier Granja Cedeño con cédula No 1712718145, certifico que el señor Bryan Efraín Calderón Navarro, realizó el presente Proyecto de Titulación bajo mi dirección, durante el desarrollo y culminación de este proceso.

En Quito, agosto de 2024

Msc. Xavier Granja Cedeño

DIRECTOR DEL PROYECTO

C.C. 1712718145

## RESUMEN

El presente proyecto muestra el proceso detallado de implementación de "Emergente", Festival de Fotografía, mediante el cual se analiza la relevancia del diseño fotográfico en la gestión cultural. A través de este festival, se busca destacar tanto el trabajo de fotógrafos con amplia trayectoria como el de fotógrafos emergentes, con el objetivo de crear una plataforma inclusiva y diversa para la expresión artística. Se exploran las etapas clave del desarrollo del festival, desde la conceptualización hasta la ejecución, demostrando cómo el diseño meticuloso y la correcta curaduría pueden transformar un evento cultural en una experiencia única y enriquecedora, ofreciendo nuevas perspectivas sobre el papel de la fotografía en la sociedad actual.

**Palabras clave:** Manual, fotografía, gestión cultural, curaduría, recorrido visual, habitabilidad, narratividad, perspectiva.

## ABSTRACT

The present project details the implementation process of the "Emergente", Photography Festival, through which the relevance of photographic design in cultural management is analyzed. This festival aims to highlight the work of both established photographers and emerging ones, with the goal of creating an inclusive and diverse platform for artistic expression. The key stages of the festival's development are explored, from conceptualization to execution, demonstrating how meticulous design and proper curation can transform a cultural event into a unique and enriching experience, offering new perspectives on the role of photography in contemporary society.

**Keywords:** Manual, photography, cultural management, curation, visual journey, habitability, narrativity, perspective.

**INDICE**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRELIMINARES .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO .....</b>                                  | <b>11</b> |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>  | <b>12</b> |
| <b>1. Investigación preliminar.....</b>                          | <b>12</b> |
| 1.1. Definición del problema u oportunidad del diseño.....       | 13        |
| 1.1.1 Falta de importancia en el impulso del arte.....           | 13        |
| 1.1.2 Falta de presupuesto en el sector cultural .....           | 13        |
| 1.1.3 Falta de promoción del arte y cultura en Quito .....       | 14        |
| 1.2. Justificación .....   | 14        |
| 1.3. Estado del Arte .....                                       | 16        |
| 1.3.1 Referentes / Festivales Fotográficos Nacionales .....      | 16        |
| 1.3.2 Referentes / Festivales Fotográficos Internacionales ..... | 19        |
| 1.4. Objetivos y Alcance .....                                   | 26        |
| Objetivo General. ....   | 26        |
| Objetivos Específicos. ....                                      | 26        |
| Alcance.....   | 26        |
| <b>2. Planificación.....</b>                                     | <b>27</b> |
| 2.1. Planificación estratégica y táctica.....                    | 27        |
| 2.2. Estrategia de innovación .....                              | 30        |
| <b>3. Desarrollo .....</b>                                       | <b>30</b> |
| 3.1. Metodología de la investigación y diseño .....              | 30        |
| 3.2. Planteamiento teórico conceptual.....                       | 31        |
| 3.2.1 Capítulo I: El Ecuador y la fotografía.....                | 31        |



|   |    |
|---|----|
| 3.2.1.1. Origen de la fotografía en el Ecuador .....  | 31 |
| 3.2.1.2. La fotografía como medio de expresión artística .....  | 32 |
| 3.2.1.3 Desarrollo cultural en el Ecuador y su impacto en el arte fotográfico<br>.....                | 34 |
| 3.2.1.4 Festivales de fotografía y su relevancia cultural .....                                       | 36 |
| 3.2.2 Capítulo II: Diseño fotográfico y Gestión cultural .....  | 37 |
| 3.2.2.1 Actualidad cultural del Ecuador .....   | 37 |
| 3.2.2.2 El papel de la gestión cultural en el crecimiento de la cultura .....                         | 39 |
| 3.2.2.3 Relevancia del diseño fotográfico en la gestión cultural de festivales<br>de fotografía ..... | 40 |
| 3.2.3 Capítulo III: Emergente Festival de Fotografía.....   | 44 |
| 3.2.3.1 Creación e Identidad de Marca .....   | 44 |
| 3.2.3.2 Branding y Desarrollo de Sistema Visual .....   | 50 |
| 3.2.3.3 Estrategias de Comunicación y Plan de Medios .....  | 52 |
| 3.3. Grupos objetivos.....  | 61 |
| 3.3.1 Público real / usuarios finales.....  | 61 |
| 3.3.2 Público potencial .....   | 62 |
| 3.4. Propuesta de diseño .....  | 62 |
| 3.5. Diseño en detalle .....  | 62 |
| 3.5.1 Aspecto y forma .....   | 62 |
| 3.5.2 Materiales, plataformas, soportes .....   | 62 |
| Cuadro N°3: Pre Producción / Materiales. ....   | 63 |
| 3.5.3 Experiencia del usuario .....   | 63 |
| 3.6. Diseño final .....   | 63 |
| 3.7. Verificación .....   | 63 |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.8. Producción.....   | 64        |
| <b>4. El mercado.....</b>                                    | <b>64</b> |
| 4.1. Marca y comunicación.....                               | 64        |
| 4.2. Presupuesto del prototipo, costo y precio de venta..... | 65        |
| Cuadro No.4: Presupuesto Ideal.....                          | 65        |
| PRESUPUESTO.....   | 65        |
| <b>Diseño: Bryan Calderón, 2024.....</b>                     | <b>66</b> |
| Cuadro No.5: Presupuesto Real.....                           | 66        |
| PRESUPUESTO.....   | 66        |
| <b>Diseño: Bryan Calderón, 2024.....</b>                     | <b>68</b> |
| <b>5. Cierre.....</b>  | <b>68</b> |
| 5.1. Conclusiones.....                                       | 68        |
| 5.2. Recomendaciones.....                                    | 69        |
| <b>ANEXOS:.....</b>  | <b>71</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA:.....</b>                                    | <b>86</b> |

## Preliminares

### Título y Subtítulo

**Título:** “Emergente”, Festival de Fotografía

**Subtítulo:** El Diseño Fotográfico en la Gestión Cultural para el impulso de nuevos talentos fotográficos en la ciudad de Quito.

### Campos del conocimiento

Cuadro N°1: Campos de conocimiento

| <b>Campo Amplio</b> | <b>Campo Específico</b> | <b>Campo Detallado</b> |
|---------------------|-------------------------|------------------------|
| Arte y Humanidades  | Diseño y Fotografía     | Gestión Cultural       |

Fuente: Bryan Calderón

El Diseño, como campo de conocimiento, está clasificado dentro del campo amplio de las Artes y Humanidades, el campo específico de las Artes y el campo detallado del Diseño, esto de acuerdo a la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE, 2011). Sin embargo, el Diseño puede aportar a todos los campos de conocimiento, tal como se describe en el presente proyecto. La fotografía se conoce como una forma poderosa de expresión dentro del campo del arte y las humanidades, capturando momentos efímeros y transmitiendo emociones universales a través de imágenes visuales. Como herramienta en la gestión cultural, la fotografía documenta y preserva la historia y la cultura, permitiendo a las sociedades entender su pasado y presente de manera visualmente impactante. Además, facilita el diálogo intercultural al ofrecer perspectivas únicas y diversos puntos de vista sobre temas sociales, políticos y personales, fortaleciendo así el entendimiento y la apreciación mutua entre diferentes comunidades y épocas.

## Introducción

En los últimos años, Ecuador ha experimentado un notable florecimiento cultural, teniendo la fotografía un papel crucial en este proceso. Con una creciente comunidad de fotógrafos, con propuestas y enfoques innovadores, convirtiéndose la foto fija en una poderosa herramienta de expresión. En este contexto, surge la necesidad de organizar un Festival de Fotografía que no solo promueva y destaque el arte fotográfico ecuatoriano, sino que también impulse el desarrollo de la gestión cultural en el país.

El proyecto busca fomentar el arte y la cultura en Quito a través de la fotografía, brindando un espacio de encuentro y difusión para fotógrafos tanto profesionales como emergentes. Además de exhibiciones de fotografía, el festival contará con conferencias, talleres, actividades interactivas que fomentan el intercambio de conocimientos entre artistas y el público en general. Asimismo, se busca establecer alianzas con marcas, espacios de expresión artística e instituciones culturales, para ampliar la visibilidad de la fotografía ecuatoriana tanto a nivel nacional como internacional.

“Emergente”, Festival de Fotografía tiene como aspecto fundamental el enfoque en la gestión cultural mediante las distintas herramientas que ofrece el diseño fotográfico. Se pretende impulsar la relevancia de los comisarios de fotografía en Ecuador, destacando su trabajo y generando espacios especializados, donde se abordarán temas como la curaduría de exposiciones, la gestión de espacios culturales y la promoción del arte fotográfico. De esta manera, se pretende contribuir a la sostenibilidad del festival a largo plazo.

### 1. Investigación preliminar

## **1.1. Definición del problema u oportunidad del diseño**

El sector del arte y la cultura en Quito, Ecuador, es un ámbito dinámico y diverso, lleno de iniciativas vibrantes, pero también enfrenta varios desafíos. Como la existencia de diferentes muestras y exhibiciones de fotografía que se han realizado en nuestro medio las cuales no poseen la relevancia debida, y por lo cual la inadecuada gestión cultural que se realiza, por lo que se genera una oportunidad para el diseño y preproducción del presente proyecto “Emergente”, Festival de Fotografía para lo cual es crucial comprender tanto el contexto actual como las principales problemáticas que afectan a este sector en la capital ecuatoriana.

### **1.1.1 Falta de importancia en el impulso del arte**

A pesar del florecimiento de la corriente artística en Ecuador en la última década debido a distintos factores como el avance de la tecnología que va de la mano con la fotografía y la accesibilidad a la información, el país aún enfrenta desafíos significativos para convertirse en un referente cultural a nivel regional e internacional. Aunque se han producido avances notables en diversas expresiones artísticas, desde la música hasta las artes visuales, la falta de prioridad en el impulso del arte y la cultura ha limitado el desarrollo completo del potencial creativo del país.

### **1.1.2 Falta de presupuesto en el sector cultural**

Uno de los principales desafíos que enfrenta el sector cultural en Ecuador radica en la falta de inversiones y recursos destinados al sector cultural. Aunque se han implementado políticas y programas para promover las artes en Quito como los proyectos propuestos por el Municipio de la ciudad, el presupuesto asignado a estos fines sigue siendo insuficiente en comparación con otras áreas de desarrollo, esto de acuerdo a datos publicados por el Ministerio de Finanzas donde muestra que el

presupuesto de cultura disminuyó un 19,88% durante los últimos cuatro años (Paucar, 2024). Esta situación de limitados recursos ha afectado negativamente la infraestructura cultural, la formación de artistas y la realización de eventos culturales de gran magnitud, lo que dificulta la proyección y difusión del talento ecuatoriano a nivel nacional e internacional. Es fundamental que cada vez se logren destinar mayores recursos y que se implementen políticas más sólidas para lograr así fortalecer y desarrollar el sector cultural en el país. Dada la presente problemática, el proyecto descrito se lo realiza con autofinanciamiento y a la vez se busca alianzas estratégicas para la colaboración y apoyo del mismo.

### **1.1.3 Falta de promoción del arte y cultura en Quito**

Otro obstáculo importante en este sector es la ausencia de una estrategia integral y a largo plazo para la promoción del arte y la cultura en la ciudad de Quito. Si bien se han llevado a cabo iniciativas puntuales, como festivales y exposiciones, no existe una visión a largo plazo ni un enfoque coherente en la gestión cultural. Esta falta de planificación y coordinación ha generado una falta de continuidad y sostenibilidad en las acciones culturales, lo que a su vez impide la consolidación de una identidad cultural sólida y proyección del talento ecuatoriano a nivel nacional e internacional.

## **1.2. Justificación**

La falta de prioridad en el impulso artístico y cultural en Ecuador merece una atención especial debido a su impacto en el desarrollo social en la ciudad de Quito. La cultura desempeña un papel fundamental en la construcción de identidades colectivas, la promoción del diálogo intercultural, el fomento de la creatividad y la expresión individual, lo que a su vez contribuye a la construcción de una sociedad más

inclusiva y respetuosa. Además, el sector cultural puede generar empleo, promover el turismo, así como también contribuir al desarrollo económico sostenible. (Arte Actual, 2014)

En el caso Ecuador, un país con una rica diversidad cultural y una gran cantidad de talento artístico, y en específico en la ciudad de Quito, donde resulta crucial impulsar y fortalecer el sector cultural para aprovechar su potencial. Convertirse en un referente de cultura permitiría proyectar la identidad y las creaciones artísticas ecuatorianas a nivel regional e internacional, mejorar la calidad de vida de la población y fomentar la inclusión social, lo que a su vez contribuiría a la reducción de la pobreza y la desigualdad.

Esta problemática ha llevado a una desvalorización de las expresiones artísticas además de la pérdida de oportunidades tanto para los artistas, así como para los gestores culturales ecuatorianos. La ausencia de una estrategia integral y de inversión suficiente ha limitado la creación de espacios culturales adecuados, la formación de artistas, e incluso la realización de eventos de relevancia, lo que afecta directamente la visibilidad y el reconocimiento de los talentos locales.

Es fundamental que se priorice el comienzo del desarrollo del sector cultural y artístico, no solo para lograr poder preservar la riqueza cultural y la identidad nuestra, la ecuatoriana, sino también para lograr así impulsar el crecimiento económico y social de nuestra sociedad. La creación de políticas culturales sólidas y la correcta inversión en infraestructura cultural tienen un impacto clave para el éxito de este objetivo, ya que permitirían la consolidación de una identidad cultural sólida y la proyección del talento ecuatoriano a nivel nacional e internacional.

### 1.3. Estado del Arte

#### 1.3.1 Referentes / Festivales Fotográficos Nacionales

- **Ecuador FotoFest.**

Imagen N°1: Portada Ecuador Foto Fest



Fuente: (Ecuador FotoFest, 2022)

Es un espacio legitimador de la fotografía ecuatoriana en la región, así como un punto de encuentro e intercambio entre los fotógrafos latinoamericanos y los principales eventos mundiales relacionados con la fotografía.

Tuvo su primera edición en el mes de junio del 2022 y se realizó en las ciudades de Guayaquil y Cuenca. La sede principal del evento fue el Museo Municipal de Guayaquil.

Este proyecto es el resultado de la acción de varios fotógrafos e investigadores que gestionan este encuentro internacional, al cual se dieron cita expositores, conferencistas, investigadores y más especialistas en el campo de la fotografía. (Ecuador FotoFest, 2022)



- **Festival Internacional de Cine de Cuenca (FICC)**

Imagen N°2: Arte comunicativo FICC 2024



Fuente: (Festival Internacional de Cine de Cuenca, 2024)

El FICC es uno de los festivales pioneros en el Ecuador que se ha consolidado a lo largo de más de dos décadas de historia. Durante distintas ediciones el evento recibió la visita de reconocidas personalidades del cine internacional tales como Laurent Cantet, Isaki Lacuesta, Goran Paskaljevic y Eduardo Noriega, entre muchos otros.

La edición de 2024 contará con tres secciones competitivas: Competencia Internacional de Largometrajes (para obras de más de 40 minutos de cualquier temática, género y estilo), Competencia Internacional de Cortometrajes y la nueva competencia Zona Oscura, dedicada al cine de terror y fantástico. Fuera de competencia tiene la sección denominada “FREE”, enfocada en películas de derechos humanos (incluyendo temas como ecología y feminismo) y un panorama del cine latinoamericano contemporáneo.

El Festival Internacional de Cine de Cuenca 2024 se llevará a cabo del 18 al 26 de septiembre, en la ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, Ecuador. (Festival Internacional de Cine de Cuenca, 2024)

- **FotoDocumental**

Imagen N°3: Arte de portada FotoDocumental



Fuente: (Fotógrafos Ecuatorianos, 2015)

Plantea un espacio formativo abierto a todo el público interesado en ampliar sus capacidades fotográficas.

La 5ta edición de este festival tuvo lugar del 23 al 28 de noviembre del 2015 y proponía una serie de actividades como talleres, encuentros, diálogos.

Así como también una feria del libro fotográfico, dentro de la cual se realizó la presentación y lanzamiento en Quito del Directorio de Fotógrafos 2015 -2016 que se llevó a cabo el miércoles 25 de noviembre (2015) en FLACSO-QUITO. (Fotógrafos Ecuatorianos, 2015)

- **Festival de Fotografía Documental**

Imagen N°4: Arte de portada Festival de Fotografía Documental



Fuente: (Fotógrafos Ecuatorianos, 2017)

Este es un evento gratuito que tuvo lugar el 17 y 18 de marzo del 2017, En este evento se llevaría a cabo un taller práctico de fotografía documental, revisión de portafolio y charlas.

Este evento fue presentado por Native, una agencia de fotografía documental que nació en respuesta a la problemática de que el fotoperiodismo que se consume a nivel global es producido en un 65% en el occidente y en un 85% por fotógrafos hombres de los países más ricos de Europa y Estados Unidos, influyendo así en la forma en la que se percibe el mundo. Es la primera agencia que se enfoca en apoyar a fotógrafos de Latinoamérica y África: desde el desarrollo e investigación de historias hasta cómo hacer que su trabajo se publique y venda. (Fotógrafos Ecuatorianos, 2017)

### 1.3.2 Referentes / Festivales Fotográficos Internacionales

- **PhotoEspaña**

Imagen N°5: Arte de portada PhotoEspaña



Fuente: (PHotoESPAÑA, 2024)

PhotoEspaña nace en junio de 1998 con la vocación de ser un festival de fotografía realizado desde la sociedad. Impulsado por Fundación Contemporánea y organizado por La Fábrica, PhotoEspaña hace que Madrid y España se conviertan cada año en un punto de encuentro para el mundo de la Fotografía. Un festival pensado y hecho en España, que se ha convertido en una referencia internacional

gracias al trabajo y la implicación de especialistas y agentes del ámbito artístico, cultural, político, la colaboración de instituciones y la participación del público.

El Festival ha tenido siempre una visión internacional, dirigiendo su mirada a grandes territorios artísticos: Europa, Norteamérica, Latinoamérica, Extremo Oriente, etc. Sin embargo, la fotografía española ha tenido siempre un papel relevante en PhotoEspaña, cuya intención es presentar una panorámica que dé cuenta de su riqueza, energía y pluralidad. (PHotoESPAÑA, 2024).

- **GetxoPhoto**

Imagen N°6: Variante de Logotipo de GetxoPhoto



Fuente: (GetxoPhoto, 2024)

Este es un festival de imagen que se celebra cada septiembre en torno a un tema desde 2007 en la localidad de Guecho, y apuesta por alternativas a los convencionales formatos, soportes y para mostrar para sus muestras. Organizado por el colectivo Begihandi, el festival trabaja de la mano de un comisario invitado cada tres años con el fin de escoger aquellos trabajos fotográficos que impliquen valores como el conocimiento, la comunicación y el goce estético.

A partir de 2017 se denomina Festival Internacional de imagen, en lugar de fotografía porque a partir de ese año se acerca también a las instalaciones interactivas y audiovisuales. (GetxoPhoto, 2024)

- **Visa pour l'Image.**

Imagen N°7: Variante de Logotipo de Visa pour L'Image



Fuente: (Visa Pour l'Image, 2024)

Es un festival internacional de fotografía, dedicado al fotoperiodismo que se celebra cada año en Perpiñán (Francia) entre finales de agosto y principios de septiembre. Se organiza desde 1989 y trata de mostrar obras significativas del fotoperiodismo. Está organizado por el Ministerio de Cultura francés y las instituciones locales de Perpiñán a iniciativa de los editores de Paris Match, Photo y el grupo Hachette Filipacchi que participan con otros patrocinadores.

Tiene lugar en diversos edificios históricos y centros culturales de la ciudad, donde se organizan numerosas exposiciones. En ellas participan fotoperiodistas y agencias fotográficas. También se celebran veladas con proyecciones fotográficas tanto retrospectivas como actuales en el recinto del Campo Santo y a veces en la Plaza de la República.

Por otro lado, se realizan numerosos encuentros con fotógrafos, que permiten acercar la profesión al público, y un coloquio en que diversos especialistas y profesionales discuten cuestiones que preocupan e interesan al mundo de la imagen y la información. (Visa Pour l'Image, 2024)

- **InCadaqués Photo Festival.**

Imagen N°8: Arte comunicativo InCadaqués Photo Festival 2023



Fuente: (Incadaqués, 2024)

InCadaqués propone un nuevo formato de evento en el que la dinámica creativa conduce a la apropiación. El coleccionismo se convierte en creación. Con esto en mente, varios lugares permitirán encontrarse con los fotógrafos y coleccionistas entre sus portafolios, grabados, libros y obras de arte originales. Se realizaron ediciones limitadas e impresiones especiales y exclusivas para InCadaqués 2023. (Incadaqués, 2024)

Los referentes de festivales de fotografía juegan un papel crucial para la realización de nuevos eventos, proporcionando inspiración, estableciendo estándares de calidad y ofreciendo un modelo a seguir en términos de organización y programación. Estos festivales no solo exhiben lo mejor del arte fotográfico, sino que también fomentan el intercambio cultural y la colaboración entre la comunidad de fotógrafos, curadores y público. Al estudiar y aprender de festivales establecidos, se puede mejorar la planificación, la selección de obras y la promoción, garantizando así un impacto significativo en la comunidad artística y cultural local e internacional.

### 1.3.1. Comisarios fotográficos referentes

- **Alejandro Castellote**

Imagen N°8: Alejandro Castellote Retrato



Fuente: (Trobadescamus, 2021)

Alejandro Castellote (Madrid, 1959) es comisario independiente, ensayista y profesor de fotografía. Responsable del Área de Fotografía del Círculo de Bellas Artes de Madrid de 1985 a 1996, donde dirigió el Festival FOCO (1985 a 1989).

Además de comisariar numerosas exposiciones individuales, ha sido director artístico de PHotoEspaña (1998 a 2000), comisario de Mapas Abiertos, Fotografía Latinoamericana 1991-2002 y de C on Cities, X Bienal de Arquitectura de Venecia (2006). Comisario invitado de la Bienal Photoquai (2007 y 2009), Musée du Quai Branly, París. Comisario del Festival Getxophoto, Getxo, Bilbao (2007 a 2009); Seoul Photo Fair, Corea del Sur (2010) y Singapore International Photography Festival (2012). Comisario de la exposición y el libro España a través de la fotografía. 1839-2010 (Fundación MAPFRE, 2013). Fue director de la Daegu Photo Biennale 2014, Corea del Sur y co-comisario en la International Photo&Video Biennale 2015, Chongqing, China. Comisario invitado de la Image Triennial 2017, Guangdong Museum of Art, Guangzhou, China y en Imago Lisboa (2019).

En 2006 le fue concedido el Premio Bartolomé Ros. Desde 2014 a 2016 fue director del Máster Latinoamericano de Fotografía Contemporánea en el Centro de la Imagen de Lima, Perú. (Trobadescamus, 2021)

- **Claudi Carreras**

Imagen N°9: Claudi Carreras Retrato



Fuente: (Sub Plataforma Educativa, 2022)

Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona, Carreras es un comisario independiente, editor, productor cultural e investigador de fotografía. Como comisario, ha hecho múltiples exposiciones que han ido pasando por más de cincuenta países, entre las que destaca “Laberinto de Miradas”, “Cotidiano Latino”, “ECO”, “Africanos” y “Inside the curve (NGS)”.

Fue comisario del festival Paraty em Foco en Brasil, donde participó desde 2011 hasta 2015, y de la selección por América Latina de la Biennial PhotoQuai del Museo Quai Branly de París en 2013 y 2015. Fue asesor y comisario del Foro Latinoamericano de Fotografía de São Paulo desde su creación en 2007 hasta 2019. Ha sido jurado de importantes certámenes como World Press Photo, POY Latam, Sony International Award o el Premio Nacional de Fotografía de España. Actualmente es el director fundador de la Fundación VIST y asesor del National Geographic Storytellers Collective en Washington.



Como editor, ha publicado más de treinta libros de fotografía en varias editoriales, especialmente en Editora Madalena de Brasil, de la que es socio fundador. (Sub Plataforma Educativa, 2022)

- **Pablo Corral Vega**

Imagen N°10: Pablo Corral Retrato



Fuente: (Pablo Corral Vega, 2024)

Pablo Corral Vega (1966) es un fotoperiodista, artista y abogado ecuatoriano que ha publicado su trabajo en las revistas National Geographic, National Geographic Traveler, Smithsonian, New York Times Sunday Magazine, Audubon, Geo de Francia, Alemania, España y Rusia, y en otras publicaciones internacionales. Ha sido jurado de Pictures of the Year International y World Press Photo, los dos concursos de fotografía más importantes del mundo. Fue Nieman Fellow en la Universidad de Harvard. Es el fundador de nuestramirada.org, la red de fotógrafos más grande de América Latina y es el co-director del concurso POYi Latam. También fue el secretario de Cultura de Quito, Ecuador. (Pablo Corral Vega, 2024)

Personajes referentes de fotografía, como los presentados anteriormente, son importantes para la organización de nuevos eventos fotográficos, ya que ofrecen inspiración y establecen estándares de calidad. Estos artistas no solo destacan por su habilidad técnica y creativa, sino también por su capacidad para abordar temas significativos y contemporáneos. Al estudiar el trabajo de fotógrafos establecidos, se

puede comprender de mejor manera las tendencias actuales, las narrativas visuales y las técnicas innovadoras que pueden integrarse en el nuevo evento. Además, estos referentes facilitan la conexión con la comunidad fotográfica, atrayendo tanto a talentos emergentes como a aficionados interesados.

#### **1.4. Objetivos y Alcance**

##### **Objetivo General.**

- Llevar a cabo la implementación de “Emergente”, Festival de Fotografía, bajo un concepto y visión a largo plazo en la ciudad de Quito.

##### **Objetivos Específicos.**

- Investigar la historia contemporánea de la fotografía en el Ecuador y el impacto cultural de la misma.
- Analizar la actualidad del sector cultural en la ciudad de Quito.
- Crear una propuesta de Branding y sistema visual para “Emergente”, Festival de Fotografía.
- Diseñar una web perteneciente al proyecto, en la que se detalle con mayor certeza información acerca del festival.
- Generar material fotográfico y gráfico para el festival y su comunicación.
- Pre-producir y producir una muestra fotográfica para el festival.
- Ejecutar el Festival de Fotografía “Emergente”.

##### **Alcance.**

El alcance del marco teórico de este proyecto es conceptualizar los términos y conceptos clave para lograr un entendimiento integral del mismo. Para lograrlo, se realizará una investigación inicial sobre la historia de la fotografía en el Ecuador y en

la ciudad de Quito, y su influencia en el desarrollo cultural, analizando como esta disciplina artística ha influido en el desarrollo cultural del país a lo largo de los últimos diez años. Se definirán también los aspectos culturales en los que el diseño fotográfico tiene incidencia y su importancia en los mismos, para el correcto desarrollo del festival de fotografía. Finalmente, el tercer capítulo del marco teórico tendrá como objetivo la conceptualización y creación de la identidad de marca de “Emergente”, la estrategia de comunicación, el plan de medios, así como también la producción del material fotográfico y gráfico del evento.

## 2. Planificación

### 2.1. Planificación estratégica y táctica

Planteamiento estratégico para desarrollar una identidad de marca sólida y distintiva que represente los valores, la esencia y la visión del festival de fotografía “Emergente”:

- **Análisis de la identidad del festival:** Establecer la esencia del festival, sus objetivos y su propuesta de valor para el público objetivo.
- **Definición de la personalidad de la marca:** Identificar los atributos clave que definen la personalidad de la marca "Emergente", como innovadora, creativa, inclusiva y vanguardista.
- **Creación de elementos visuales:** Diseñar un logotipo y un conjunto de elementos gráficos que reflejen la identidad de la marca y se adapten a diversos soportes de comunicación.
- **Implementación de la identidad:** Garantizar la consistencia y coherencia de la marca en todas las plataformas y materiales de comunicación.

Planteamiento estratégico para establecer un sistema visual completo que unifique la imagen del festival en todos los aspectos visuales y promueva una experiencia coherente y única para el público:

- **Diseño de paleta de colores y tipografías:** Seleccionar una paleta de colores que transmita la esencia del festival y que sea flexible para diferentes aplicaciones; así como también definir tipografías que complementen la identidad visual.
- **Creación de elementos gráficos:** Desarrollar elementos gráficos representativos del festival, como patrones, ilustraciones o iconografía, que fortalezcan la imagen de marca y enriquezcan la comunicación visual.
- **Manual de identidad visual:** Elaborar un manual que establezca las pautas para el uso correcto de la identidad visual en diferentes aplicaciones, tanto impresas como digitales.
- **Aplicación en materiales de comunicación:** Implementar el sistema visual en diversos materiales de promoción, como carteles, flyers, programas del festival, posts para redes sociales, entre otros.

Planteamiento estratégico para desarrollar una plataforma web atractiva y funcional que ofrezca información detallada sobre el festival, atraiga al público y facilite la interacción y participación:

- **Diseño y estructura de la web:** Definir la arquitectura de la información y el diseño de la página web para garantizar una navegación clara y una experiencia de usuario satisfactoria.

- **Contenido relevante:** Crear contenido atractivo y relevante que describa la visión del festival, el programa de actividades, información sobre los artistas y los lugares donde se llevarán a cabo las exposiciones y eventos.
- **Funcionalidades interactivas:** Incorporar funcionalidades interactivas, como formularios de inscripción para artistas, sistema de invitación y comentarios para fomentar la participación y el compromiso del público.
- **Adaptabilidad y accesibilidad:** Asegurar que la página web sea responsive, es decir, se adapte a diferentes dispositivos, y que cumpla con estándares de accesibilidad para garantizar una experiencia inclusiva.

Cuadro No.2: Estrategia y táctica

| Planteamiento estratégico                                 |  |   | Planteamiento Táctico  |
|---|--|---|--|
| Fases   | Período  | Temas a investigar o acciones a ejecutar  |  |
| Primera fase: investigación y desarrollo de marco teórico | 5 semanas<br>Del 4 de abril 4 al 6 de mayo de 2024 | Desarrollo del marco teórico: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Cap1: Ecuador y la fotografía.</li> <li>● Cap2: Diseño Fotográfico y Gestión cultural.</li> <li>● Cap3: Marca: Emergente Festival de Fotografía</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Investigación bibliográfica</li> <li>● Entrevistas</li> <li>● Memoria fotográfica</li> <li>● Investigación de campo</li> <li>● Elaborar carpetas de pre producción</li> </ul> |
| Segunda fase: Proceso de diseño                           | 5 semanas<br>Del 8 de mayo al 10 de junio de 2022  | Preproducción<br>Producción<br>Postproducción   | Equipos de fotografía (trípode, luces, etc.) <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ilustrador</li> <li>● Photoshop</li> <li>● In desing</li> </ul>  |
| Tercera fase: Diseño final                                | 5 semanas<br>Del 13 de junio al 14 julio           | Maquetación del libro y diseño y programación de la página web.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Illustrator</li> <li>● In design</li> </ul>   |

|                       |   |                                       |  |
|-----------------------|---|---------------------------------------|--|
| Revisión del proyecto | 2 semanas<br>Del 17 al 28 julio de 2024 | Últimas correcciones del proyecto     |  |
| Entrega final         | Del 1 al 4 de agosto                    | Entrega al departamento de titulación |  |
| Graduaciones          | Del 7 al 25 de agosto de 2024.          | Defensa final pública                 |  |

Diseño: Bryan Calderón, 2024.

## 2.2. Estrategia de innovación

Uno de las propuestas de valor de “Emergente”, Festival de Fotografía, es el impulsar la innovación, para destacarse como un evento de vanguardia para fomentar la creatividad y la participación activa del público, para esto se han propuesto algunas estrategias innovadoras a aplicar como son la introducción de nuevas tecnologías y tendencias fotográficas, priorizando la experiencia del usuario generando experiencias fotográficas inmersivas mediante Mapping Projection, Show Laser y ambientación sonora; por último, fortalecer alianzas estratégicas con industrias creativas y de este modo impulsar el arte colaborativo.

## 3. Desarrollo

### 3.1. Metodología de la investigación y diseño

La metodología de investigación que se empleará en este proyecto será mediante fuentes bibliográficas, así como también sitios web confiables, con el fin de obtener la mayor información que aporte al tema. Además, se realizarán entrevistas con expertos en imagen, lo que permitirá analizar las diferentes opiniones y perspectivas sobre el ámbito artístico y cultural. Los formularios de inscripción también

serán utilizados como parte de la dinámica de registro para el festival, lo que permitirá recopilar datos valiosos sobre los participantes y su experiencia en el evento.

## **3.2. Planteamiento teórico conceptual**

### **3.2.1 Capítulo I: El Ecuador y la fotografía**

#### **3.2.1.1. Origen de la fotografía en el Ecuador**

La fotografía es un arte y una técnica que ha dejado una profunda huella en la historia de la humanidad. En el caso de Ecuador, su historia fotográfica se remonta al siglo XIX, cuando este medio de expresión llegó al país y comenzó a capturar momentos, escenas y rostros que se convertirían en testigos visuales de la evolución de una nación. Es evidente que la fotografía desde sus inicios ha destacado por su papel como reflejo de la identidad cultural y el cambio social. (Lainez, 2014)

A mediados del siglo XIX, la fotografía irrumpió en Ecuador a través de la presencia de fotógrafos europeos y estadounidenses que visitaban al país y a la ciudad de Quito, los cuales establecían estudios temporales. Se estima que en 1853 se tomó la primera fotografía en Ecuador, y para 1859 se abrió el primer estudio fotográfico permanente en Guayaquil, a cargo del fotógrafo italiano Pedro Pablo Traversari. En esa época, la fotografía tenía un carácter principalmente documental y se enfocaba en retratos de la élite y la sociedad ecuatoriana. A principios del siglo XX, la fotografía se extendió por todo el país, con la apertura de estudios fotográficos en ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja. Durante las décadas de 1920 y 1930, la fotografía se convirtió en un medio crucial para registrar eventos históricos, sociales y culturales en Ecuador. Fotógrafos locales e internacionales capturaron momentos emblemáticos, como manifestaciones políticas, festivales folklóricos y retratos de personajes destacados de la época. Estas imágenes se convirtieron en un valioso

archivo visual que ha permitido preservar la memoria histórica del país. (Hidalgo, La fotografía en Guayaquil, 2012)

En 1935, se fundó la Sociedad Fotográfica del Ecuador, que buscaba promover y fomentar el arte fotográfico en el país. Este evento marcó un hito en el desarrollo de la fotografía en Ecuador, y contribuyó a la profesionalización del medio, brindando a los fotógrafos un espacio para compartir sus obras, intercambiar ideas y recibir reconocimiento. (Rodríguez Abendaño , 2012) Durante la década de 1940, la fotografía artística comenzó a florecer en Ecuador. Fotógrafos locales exploraron nuevas técnicas, estilos y temas creativos. La fotografía se convirtió en una forma de expresión artística legítima y respetada, lo que llevó a la organización de exposiciones y la promoción de obras fotográficas como arte visual.

La fotografía contemporánea en Ecuador se caracteriza por su diversidad temática y estilística. Fotógrafos ecuatorianos han explorado temas que van desde la denuncia social y ambiental hasta la exaltación de la diversidad cultural del país. Sus obras han sido exhibidas en galerías y festivales internacionales, lo que ha contribuido a posicionar la fotografía ecuatoriana en el escenario mundial y a generar un mayor reconocimiento de su riqueza y talento. (Rodríguez Abendaño , 2012)

### **3.2.1.2. La fotografía como medio de expresión artística**

La fotografía como medio de expresión artística ha sido una de las revoluciones más significativas en la historia del arte visual. Desde sus primeros días, los fotógrafos se esforzaron por trascender su mero propósito documental para convertir la fotografía en una forma de arte genuina y autónoma. A lo largo del tiempo, la fotografía ha sido reconocida y aceptada como una expresión artística legítima y poderosa.



Cuando la fotografía fue inventada a principios del siglo XIX, su principal función era capturar escenas de la realidad como un documento visual. La primera cámara fotográfica fue inventada por Joseph Nicéphore Niépce en 1816. Fotógrafos como Henri Cartier-Bresson, pionero del fotoperiodismo, utilizaron la cámara para inmortalizar momentos históricos y sociales de gran relevancia. Cartier-Bresson es considerado uno de los más importantes fotógrafos del siglo XX. Estos fotógrafos abrieron la puerta para que la fotografía fuera vista como una herramienta poderosa para documentar y narrar historias. (Ortega, 2012)

A medida que la tecnología fotográfica evolucionó y se hicieron posibles nuevos enfoques y técnicas, los artistas empezaron a experimentar con la fotografía como medio artístico. A principios del siglo XX, movimientos como el pictorialismo enfatizaron la belleza y la estética de la fotografía, buscando que se asemejara a las pinturas y dibujos.

En el siglo XX, la fotografía se consolidó como una forma de expresión artística única, independiente de la pintura y la escultura. Fotógrafos como Man Ray, Edward Weston, Ansel Adams y Dorothea Lange fueron figuras destacadas en la fotografía moderna, cada uno aportando su estilo y visión personal.

El expresionismo fotográfico es un enfoque que busca transmitir emociones y estados de ánimo a través de la fotografía. El expresionismo fotográfico se caracteriza por la utilización de técnicas como la manipulación de la luz y la sombra para crear imágenes que evocan sentimientos y sensaciones. Los fotógrafos expresionistas exploran la luz, la sombra, el movimiento y otros elementos visuales para crear imágenes que evocan sentimientos y sensaciones en el espectador. (Mota Mendoza, s.f.)

En las últimas décadas, la fotografía conceptual ha ganado fuerza como una forma de arte en la que la idea y el concepto detrás de la imagen son fundamentales. La fotografía conceptual se caracteriza por la utilización de elementos visuales para transmitir mensajes, reflexiones o narrativas complejas. Los fotógrafos conceptuales utilizan elementos visuales para transmitir mensajes, reflexiones o narrativas complejas.

La fotografía como medio de expresión artística ha demostrado ser infinitamente diversa y flexible. Desde sus inicios como un documento visual hasta su consolidación como una forma autónoma de arte, la fotografía ha evolucionado y se ha adaptado a los cambios sociales, tecnológicos y culturales a lo largo del tiempo. Como resultado, la fotografía continúa siendo una forma de arte relevante y poderosa, capaz de emocionar, provocar y desafiar al espectador. (Ortega, 2012)

### **3.2.1.3 Desarrollo cultural en el Ecuador y su impacto en el arte fotográfico**

El desarrollo cultural en el Ecuador ha tenido un impacto significativo en el arte fotográfico del país. La diversidad cultural y la riqueza histórica del Ecuador han sido una fuente inagotable de inspiración para los fotógrafos, quienes han buscado capturar y transmitir la identidad y la esencia del país a través de sus imágenes. A lo largo de la historia, los cambios culturales, las influencias externas y la evolución de la sociedad han moldeado la forma en que los fotógrafos ecuatorianos han concebido y expresado su arte.

El Ecuador es una nación rica en diversidad cultural, con una multiplicidad de etnias, tradiciones, costumbres y paisajes. Esta diversidad ha sido una fuente inagotable de inspiración para los fotógrafos, quienes han buscado capturar y

transmitir la riqueza cultural y la identidad del país a través de sus imágenes. La fotografía ha sido un medio para preservar y celebrar la herencia cultural de distintas regiones, como las comunidades indígenas de los Andes o las culturas afrodescendientes en la costa. (Hidalgo, La fotografía en Guayaquil, 2012)

El contexto histórico y político del Ecuador ha tenido un impacto profundo en la fotografía. Durante períodos de cambios políticos, revoluciones o conflictos sociales, la fotografía ha sido un medio para documentar y reflexionar sobre los eventos históricos y las transformaciones en la sociedad. Los fotógrafos han sido testigos y narradores visuales de momentos cruciales de la historia ecuatoriana, lo que ha contribuido a construir una memoria colectiva a través de sus imágenes. Es esta importante característica propia de la fotografía de registrar y preservar la historia lo que ha llevado a un constante crecimiento de la educación artística en el Ecuador, permitiendo así, que más personas tengan acceso a la fotografía como medio de expresión. La formación académica en fotografía ha brindado a los fotógrafos una base técnica y teórica sólida, lo que ha impulsado la profesionalización del arte fotográfico en el país. Además, el surgimiento de escuelas y talleres de fotografía ha permitido que nuevos talentos se desarrollen y exploren distintas perspectivas artísticas.

La llegada de la era digital y la accesibilidad a las cámaras y dispositivos fotográficos han permitido una mayor libertad de la práctica fotográfica en el Ecuador. La tecnología ha permitido a más personas participar activamente en la creación y difusión de imágenes, lo que ha llevado a una mayor diversidad de estilos, temas y enfoques artísticos. La fotografía móvil y las redes sociales han creado una comunidad visual en línea, lo que ha facilitado la difusión y promoción del arte fotográfico ecuatoriano. Es decir, la globalización ha dado paso a una mayor interacción entre

culturas, lo que ha enriquecido y diversificado la fotografía en el país. Fotógrafos han podido conectarse con artistas de otras partes del mundo, participar en exposiciones internacionales y nutrirse de nuevas influencias estéticas y conceptuales. Este diálogo cultural ha impulsado a los fotógrafos ecuatorianos a mirar más allá de sus fronteras y explorar nuevas perspectivas y narrativas visuales. (Rodríguez Abendaño , 2012)

#### **3.2.1.4 Festivales de fotografía y su relevancia cultural**

Los festivales de fotografía son eventos culturales que tienen como objetivo principal celebrar, promover y difundir la fotografía como una forma de arte y expresión creativa. Estos festivales reúnen a fotógrafos, artistas, curadores, amantes de la fotografía y el público en general en torno a una serie de exposiciones, proyecciones, charlas, talleres y actividades relacionadas con la imagen fotográfica.

Proporcionan un espacio importante para exponer y promocionar el trabajo de fotógrafos emergentes y establecidos. Permiten que los artistas muestren sus obras al público, lo que les brinda visibilidad y la oportunidad de conectarse con diversas audiencias. La fotografía es un medio de expresión cultural poderoso, capaz de transmitir ideas, emociones, valores y perspectivas. Además los festivales de fotografía ofrecen una oportunidad para explorar diversas culturas y temas a través de las imágenes, lo que enriquece la apreciación de la diversidad cultural en el mundo. Muchos de estos festivales incluyen exposiciones y proyectos que abordan temas sociales y ambientales relevantes. A través de imágenes impactantes y narrativas visuales, invitando al público a reflexionar sobre diferentes cuestiones como la desigualdad, el cambio climático, los derechos humanos y otras problemáticas contemporáneas, generando y fomentando el diálogo artístico entre todos los involucrados. (Vézina, 2012)

Uno de los aspectos más importantes que los festivales aportan al enriquecimiento de la cultura es que fomentan el aprendizaje, pues estos ofrecen charlas, talleres, conferencias y workshops con expertos en el campo, lo cual brinda oportunidades de crecimiento y desarrollo para la industria de la fotografía. Además, también representan un destacado papel en el impulso del turismo cultural, dado que atraen a visitantes locales e internacionales, contribuyendo al turismo de la región donde tienen lugar, lo cual conlleva también un crecimiento en la economía local y fortalece la proyección cultural de la sede anfitriona.

### **3.2.2 Capítulo II: Diseño fotográfico y Gestión cultural**

#### **3.2.2.1 Actualidad cultural del Ecuador**

La cultura ecuatoriana ha sido moldeada por una rica historia de influencias indígenas, coloniales y contemporáneas. En la actualidad, la cultura del Ecuador es un mosaico diverso que refleja la identidad de su gente y su conexión con el entorno natural.

La actualidad de la cultura ecuatoriana se caracteriza por la riqueza y diversidad de sus expresiones culturales. Desde las tradiciones ancestrales de las comunidades indígenas hasta las manifestaciones artísticas contemporáneas, la cultura del país es un tesoro que refleja la diversidad de su gente. La música, la danza, la gastronomía, la artesanía y las festividades son algunas de las formas en que se expresa y se preserva esta rica identidad cultural. A pesar de la riqueza cultural, la globalización y la influencia de la modernidad que han presentado desafíos para la preservación de las tradiciones y costumbres. La cultura ecuatoriana se enfrenta a la amenaza de la homogeneización cultural, donde las expresiones locales pueden ser desplazadas por las tendencias globales.

La cultura en el Ecuador desempeña un papel importante en el desarrollo social y económico del país. La cultura ecuatoriana es un mosaico diverso que refleja la identidad de su gente y su conexión con el entorno natural. El turismo cultural es una fuente significativa de ingresos, donde los visitantes se sienten atraídos por la riqueza de la historia y la diversidad cultural del país. Además, las industrias creativas, como el arte, el diseño y la música, han demostrado su potencial para impulsar la economía local y generar empleo. Hoy en día, la cultura del país también destaca su relación con el desarrollo sostenible; la valoración de la biodiversidad y la conexión con la naturaleza son aspectos intrínsecos de la cultura ecuatoriana. La preservación de las tradiciones indígenas y su sabiduría ancestral sobre el uso sostenible de los recursos naturales son fundamentales para abordar los desafíos ambientales que enfrenta el país. La cultura ecuatoriana se enfrenta a la amenaza de la homogeneización cultural, donde las expresiones locales pueden ser desplazadas por las tendencias globales.

Para asegurar la vitalidad y continuidad de la cultura en el Ecuador, es fundamental enfrentar desafíos como la falta de financiamiento, la desigualdad en el acceso a la educación artística y la conservación del patrimonio cultural. Al mismo tiempo, existen oportunidades para fortalecer la promoción y difusión cultural a través de políticas públicas que valoren la creatividad y la identidad cultural.

En resumen, actualmente la cultura en el Ecuador es un reflejo vivo de la identidad, diversidad y desafíos de la sociedad contemporánea. La riqueza cultural del país es un tesoro que se debe proteger y preservar, valorando las tradiciones ancestrales y abriendo espacios para la innovación y la creatividad. La cultura ecuatoriana es un motor de desarrollo social, económico y sostenible, y su promoción y protección son fundamentales para construir un futuro en el que la identidad y la diversidad cultural sean celebradas y respetadas.

### 3.2.2.2 El papel de la gestión cultural en el crecimiento de la cultura

La gestión cultural juega un papel crucial en el desarrollo y crecimiento de la cultura de un país. En un mundo globalizado y en constante cambio, la preservación y promoción de la identidad cultural se han vuelto fundamentales para fortalecer la solidaridad de la sociedad y fomentar el sentido de pertenencia.

La gestión cultural tiene la importante tarea de preservar y difundir el patrimonio cultural de un país. La herencia histórica, artística, arquitectónica y tradicional es una fuente inagotable de conocimiento y valor cultural. A través de la gestión adecuada, se pueden desarrollar museos, archivos y centros culturales que conserven y exhiban estas manifestaciones culturales, permitiendo que las generaciones presentes y futuras conozcan y valoren su identidad y legado. Eventos culturales, festivales, exposiciones y actividades comunitarias son algunos de los medios utilizados para celebrar y preservar esta diversidad. (Antón Sánchez & Merino Jaramillo, s.f.)

Uno de los principales roles que desempeña la gestión cultural es el estímulo de la creatividad y la innovación cultural. Apoyar a los artistas, creadores y talentos emergentes mediante programas de becas, residencias artísticas y espacios de exhibición permite el desarrollo de nuevas formas de expresión y desarrollo creativo. La cultura se renueva y crece a través del intercambio de ideas y la exploración de nuevos enfoques y técnicas. Una correcta gestión cultural, busca garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a la cultura, independientemente de su origen social o geográfico. A través de políticas de inclusión cultural, se pueden implementar programas educativos, actividades culturales gratuitas y políticas de acceso equitativo para que nadie quede excluido del disfrute y participación en la vida cultural del país.

Por otro lado, el turismo cultural es una fuente importante de ingresos y desarrollo económico para muchos países. La gestión cultural puede aprovechar el patrimonio y las expresiones culturales para atraer a visitantes de todo el mundo, generando un impacto positivo en la economía local y la preservación de los sitios. (UNIR, 2021)

La gestión cultural es un pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo de la cultura de un país. A través de la preservación del patrimonio, la promoción de la diversidad, el estímulo a la creatividad, el acceso libre a la cultura y el impulso al turismo cultural, la gestión cultural crea un ambiente propicio para el florecimiento de la identidad y la riqueza de una nación. Es mediante una gestión cultural efectiva y comprometida que se asegura que la cultura perdure y mantenga una proyección sostenible a futuro.

### **3.2.2.3 Relevancia del diseño fotográfico en la gestión cultural de festivales de fotografía**

El diseño fotográfico es un elemento esencial en la gestión cultural de festivales de fotografía. La creatividad visual, la estética y la habilidad para transmitir emociones a través de imágenes son fundamentales para crear una experiencia significativa y memorable para el público; ayudando al impulso de la identidad del evento, promoviendo la diversidad artística, facilitando la comunicación y por lo tanto enriqueciendo la visita de los participantes. La creación de un ambiente visual atractivo y coherente es fundamental para atraer y retener a los visitantes, lo que a su vez puede influir en la percepción y la experiencia del evento. (Arte Actual, 2014)



### *Identidad visual.*

El diseño fotográfico desempeña un papel fundamental en la creación de una identidad visual distintiva para un festival de fotografía. La identidad visual es la representación gráfica y estética del evento, y es lo que lo diferencia de otros festivales o eventos culturales.

El diseño fotográfico se utiliza para crear un logotipo único y representativo del festival. El logotipo puede incorporar elementos visuales que representen la fotografía, como una cámara, una lente o elementos relacionados con el arte fotográfico. Además del logotipo, se utilizan elementos gráficos coherentes en toda la comunicación visual, como formas, patrones y colores, que reflejan la esencia del festival y le den una identidad visual distintiva. Además la elección de imágenes fotográficas clave para la promoción del festival es esencial para transmitir su mensaje y temática. Estas imágenes deben reflejar el espíritu del evento y el enfoque artístico que se quiere destacar. Las fotografías seleccionadas deben ser visualmente atractivas y evocadoras, capturando la esencia del festival y despertando el interés del público. El diseño fotográfico es capaz de transmitir la esencia del festival y su propósito principal. Ya sea enfocándose en temas específicos, géneros fotográficos o estilos artísticos particulares, el diseño visual comunica el mensaje del festival y ayuda a que el público comprenda qué pueden esperar al asistir al evento. Una identidad visual sólida y atractiva crea reconocimiento y recordación en la mente del público. Los asistentes al festival y el público en general podrán identificar rápidamente la marca visual del evento, lo que facilita la promoción y difusión del mismo.

### *Creatividad y Diversidad artística.*

Por otro lado, el diseño fotográfico no solo se aplica a la identidad del festival, sino también a la presentación de las obras expuestas. La disposición, iluminación y montaje de las fotografías en las exposiciones juegan un papel esencial para resaltar la creatividad y la diversidad artística presentes en el evento. Un diseño fotográfico innovador y bien ejecutado permite a los fotógrafos expresar su visión única y alienta la experimentación y la exploración de nuevos enfoques artísticos, así como también permite realzar la narrativa visual de las obras, generar conexiones entre las fotografías y crea una experiencia inmersiva para el público.

El diseño fotográfico también se utiliza en la creación de proyecciones audiovisuales y presentaciones multimedia durante el festival. Estas proyecciones pueden incluir una variedad de estilos fotográficos y técnicas, lo que promueve la diversidad artística y permite la experimentación con nuevas formas de presentar el arte fotográfico. Así como también puede extenderse a la creación de espacios interactivos y colaborativos donde los asistentes puedan interactuar con las obras o participar en actividades creativas relacionadas con la fotografía. Estos espacios brindan oportunidades para la exploración y la expresión personal, fomentando la creatividad del usuario.

Mediante el diseño fotográfico también se facilita la inclusión de fotógrafos emergentes y no convencionales en el festival. Dado que la elección y presentación cuidadosa de sus obras permite que sus voces sean escuchadas y reconocidas en un entorno donde la diversidad artística es valorada y tomada en cuenta.

### *Comunicación.*

El diseño fotográfico juega un papel fundamental en la comunicación coherente y creativa de un festival de fotografía. La creatividad visual y estética son elementos clave para transmitir el mensaje del evento de manera atractiva y memorable. La selección adecuada de imágenes fotográficas, que reflejen la temática y el enfoque del evento, despiertan el interés y la curiosidad del público, invitándolos a sumergirse en la experiencia que ofrece el festival. Además, el diseño fotográfico puede ayudar a crear una identidad visual única y reconocible para el evento, fortaleciendo su posicionamiento y diferenciación en el mercado.

Asimismo, el diseño fotográfico se extiende a la creación de materiales de promoción, como carteles, folletos y banners, garantizando una comunicación visual coherente en todos los canales de promoción. La combinación armoniosa de imágenes, texto y diseño gráfico en estos materiales, junto con la consistencia en el uso de la identidad visual, crea una impresión unificada y profesional del evento.

Es así que se asegura la unidad en la comunicación visual del festival en todos los canales de promoción, desde redes sociales y diferentes medios digitales hasta publicidad impresa y acciones de comunicación BTL. El diseño fotográfico crea una experiencia visual unificada para los asistentes al festival. Desde la entrada hasta las exposiciones y materiales impresos, el diseño visual debe estar presente de manera estratégica, lo que genera una experiencia inmersiva y memorable para los visitantes.

En resumen, el diseño fotográfico es una herramienta poderosa para la creación de una identidad visual fuerte y distintiva en un festival de fotografía. Desde el logotipo y elementos gráficos hasta la selección de imágenes y la comunicación visual coherente, el diseño fotográfico contribuye a transmitir la esencia del evento y

generar un impacto duradero en el público. Una identidad visual sólida ayuda a destacar el festival entre otros eventos culturales y establecerlo como una experiencia única y memorable para los amantes de la fotografía. Además, una identidad visual coherente y reconocible puede generar una conexión emocional con los visitantes, lo que a su vez puede influir en su percepción y experiencia del evento.

### **3.2.3 Capítulo III: Emergente Festival de Fotografía**

#### **3.2.3.1 Creación e Identidad de Marca**

La creación de una marca sólida para “Emergente”, Festival de Fotografía, es esencial para establecer una identidad clara y distintiva en el ámbito cultural y artístico de Quito y más allá. La marca no solo actúa como el rostro del festival, sino que también transmite sus valores, su visión y su propósito, conectando de manera efectiva con el público objetivo y los participantes potenciales.

El nombre de marca (naming) es uno de los componentes clave que permite a los clientes identificar y distinguir un producto o servicio de otro. Su elección debe ser meticulosa, ya que debe captar el tema central de manera eficiente y concisa. Un nombre cuyo significado sea claro por sí mismo es decir, que explique su origen y el del producto, servicio o negocio que representa debe ser fácil de recordar y capaz de activar las sensaciones deseadas en la mente del usuario (Aglaya, 2023).

Es así que nace el nombre de “Emergente”, Festival de Fotografía, pues este deja claro lo que es y el servicio que ofrece nuestra marca, a la vez que transmite y comunica la filosofía y valores del festival.

Una marca bien definida permite que “Emergente”, Festival de Fotografía, sea fácilmente reconocible y memorable. Esto es crucial en un entorno saturado de

eventos culturales y artísticos. La identidad de la marca, que incluye su nombre, logotipo, colores y tipografía, debe reflejar el espíritu dinámico y colaborativo del festival, ayudando a crear una conexión instantánea con la audiencia.

El concepto central del festival es generar un espacio dinámico y colaborativo que promueva la visibilidad y comunicación de talentos fotográficos emergentes. La marca debe comunicar estos valores de manera coherente en todas las plataformas y materiales promocionales. Esto ayudará a atraer a fotógrafos emergentes, entusiastas de la fotografía y patrocinadores que compartan y apoyen estos valores.

#### *Misión:*

Nuestra misión es fomentar la participación inclusiva de un público diverso, ya sea que estén inmersos exclusivamente en el ámbito de la fotografía o provengan de otras ramas artísticas, sin importar su nivel de experiencia.

A través de la colaboración con profesionales multifacéticos, aquellos que han aplicado la fotografía en diversos campos o la han combinado con otras áreas artísticas, buscamos motivar a una audiencia más amplia a interesarse y participar en la fotografía. Además, nos enfocamos en atraer a individuos con ideas innovadoras que impulsen el mundo de la imagen hacia el siguiente nivel, creando así un espacio donde la creatividad y la colaboración transformen la manera en que percibimos y experimentamos el arte fotográfico.

#### *Visión:*

Nuestra visión es posicionar al Emergente Festival de Fotografía como un referente cultural y artístico a nivel nacional e internacional, reconocido por su compromiso con la promoción de talentos fotográficos emergentes y la creación de un espacio dinámico y colaborativo. Aspiramos a ser una plataforma inclusiva que no solo

exhiba la diversidad y riqueza de la fotografía contemporánea, sino que también inspire, eduque y conecte a fotógrafos de todas las disciplinas con una audiencia global, fomentando un intercambio cultural vibrante y un crecimiento sostenible en el ámbito artístico.

*Filosofía:*

Nuestra filosofía es la de unir, inspirar y abrir las puertas a la creatividad sin restricciones, reconociendo la fuerza transformadora de la colaboración entre las artes y la capacidad de la fotografía para conectar a través de un lenguaje visual que trasciende fronteras.

Este evento es un testimonio vivo de la convicción de que la creatividad fluye libremente cuando las diversas formas de expresión se entrelazan, enriqueciendo el tejido mismo de la experiencia artística.

*Valores:*

**Colaboración:** Creemos en el poder del trabajo en equipo, reconociendo que el crecimiento es más significativo cuando compartimos ideas y esfuerzos.

**Multifacético:** Valoramos la sinergia que surge cuando artistas de diferentes disciplinas convergen, creando un espacio donde la colaboración amplía las posibilidades creativas.

**Creatividad:** Otorgamos un alto valor a la originalidad, alentando a los participantes a pensar más allá de los límites convencionales y a explorar nuevas fronteras artísticas.

**Transparencia:** Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras interacciones, manteniendo un alto nivel de integridad en cada aspecto del evento.

**Profesionalismo:** Creemos en el profesionalismo como un pilar fundamental ante cualquier circunstancia, garantizando un ambiente confiable y ético.

A la vez, es de suma importancia la creación de una imagen en este caso un Imagotipo, que identifique y comunique lo antes ya mencionado correspondiente a la marca. Para su diseño, se tienen en cuenta algunos aspectos de la marca como lo es la modernidad, sobriedad, legibilidad, visión y enfoque.

Imagen N°10 Imagotipo Emergente



Imagotipo Emergente F.F. / Diseño: Bryan Calderón, 2024

Imagen N°11 Construcción de Imagotipo Emergente

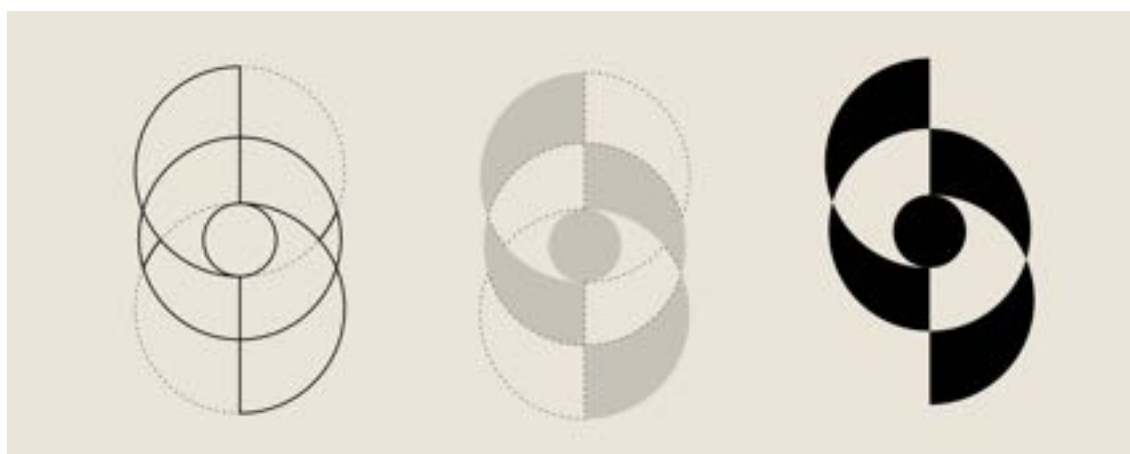


Imagen N°12 Variantes de Imagotipo Emergente



Imagotipo Emergente F.F. / Diseño: Bryan Calderón, 2024

La marca actúa como un hilo conductor que unifica todos los elementos del festival, desde la publicidad y las redes sociales hasta la decoración del evento y los materiales impresos. Una identidad de marca cohesiva y consistente asegura que cada punto de contacto con el público refuerce el mensaje central del festival y fortalezca su presencia en la mente de los participantes.

Dentro de la construcción de la identidad de nuestra marca también se tienen en cuenta factores como la tipografía y la cromática pues estas son elegidas de manera detallada, teniendo en cuenta todo lo que es y abarca este festival.

En el caso de Emergente, se eligieron tipografías neutras, simples, geométricas y modernas, las mismas que otorgan y denotan el carácter informativo, formal y minimalista de la marca.

Gilroy se la emplea como tipografía principal de la marca, ya que esta le permite ser versátil y adaptarse a cualquier contexto al que se tenga que aplicar.



Imagen N°13 Tipografía principal Emergente



Fuentes Tipográficas Emergente F.F. / Diseño: Bryan Calderón, 2024

Relaway será la tipografía secundaria de nuestra marca, pues mantiene su modernidad y aporta un toque formalidad y seriedad en nuestro mensaje.

Imagen N°14 Tipografía secundaria Emergente



Fuentes Tipográficas Emergente F.F. / Diseño: Bryan Calderón, 2024

En cuanto a la cromática de Emergente, esta fue determinada mediante los conceptos básicos de la psicología del color y los valores que la marca busca transmitir.

Verde: energía, innovación, frescura.

Beige: serenidad, profesionalismo, fiabilidad.

Amarillo: calidez, optimismo, dinamismo.

Gris claro: neutralidad, equilibrio, conocimiento.

Negro: fuerza, distinción, formalidad.

## Imagen N°15 Cromática Emergente



Cromática principal para Emergente F.F. / Diseño: Bryan Calderón, 2024

Finalmente, una marca sólida contribuye a la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo del festival. Al establecer una marca que resuene con la audiencia y los participantes, el festival puede construir una base de seguidores leales y repetitivos, asegurando su éxito y relevancia en futuras ediciones.

En resumen, la creación de marca para “Emergente”, Festival de Fotografía es un paso crucial que va más allá de un simple logotipo o eslogan. Se trata de construir una identidad que refleje fielmente la misión del festival de ser un espacio dinámico y colaborativo para talentos emergentes, asegurando al mismo tiempo la visibilidad, credibilidad y crecimiento sostenible del evento.

### 3.2.3.2 Branding y Desarrollo de Sistema Visual

El branding permite que “Emergente”, Festival de Fotografía tenga una identidad clara y distintiva. Ayuda a diferenciarse de otros festivales, destacando su enfoque único en talentos emergentes y su ambiente colaborativo.

Un branding profesional y bien ejecutado transmite credibilidad y confianza. Los artistas, patrocinadores y público son más propensos a participar y apoyar un evento que se presenta de manera seria y organizada, lo que es crucial para el éxito y la

sostenibilidad del festival. Además, permite crear una conexión emocional con la audiencia. A través de un mensaje y tono de comunicación coherente, el festival puede resonar con los valores y aspiraciones del público, generando una relación más profunda y duradera.

*Nuestro Proceso:*

- **Definición del Propósito y Valores:** El primer paso en el proceso de creación de la marca Emergente Festival de Fotografía fue definir su propósito y valores fundamentales. Este festival tiene como misión proporcionar una plataforma dinámica y colaborativa que promueva la visibilidad y comunicación de talentos fotográficos emergentes. Los valores centrales incluyen la creatividad, la innovación, la inclusión y el compromiso con el desarrollo cultural.
- **Investigación y Análisis:** Para asegurar que la marca resuene con su público objetivo, se realizó una previa investigación y análisis del mercado. Esto incluyó el estudio de otros festivales de fotografía a nivel local e internacional, análisis de las tendencias actuales en el arte y la cultura, y la identificación de las necesidades y deseos de los fotógrafos emergentes y la audiencia en general.
- **Desarrollo del Nombre de Marca (Naming):** El nombre "Emergente Festival de Fotografía" fue seleccionado cuidadosamente para capturar la esencia del festival. El término "Emergente" enfatiza el enfoque en nuevos talentos y la palabra "Fotografía" especifica claramente la temática del evento. Este nombre es claro, memorable y transmite de inmediato el propósito del festival, facilitando su reconocimiento y recordación por parte del público.
- **Diseño de la Identidad Visual:** La identidad visual incluye el diseño del logotipo, la paleta de colores, las tipografías y otros elementos gráficos. El logotipo debía ser moderno, elegante y representativo de la creatividad, el

dinamismo y el enfoque del festival. Se optó por colores que simbolizan la energía y la innovación, mientras que las tipografías elegidas aportan una sensación de profesionalismo y accesibilidad.

- **Desarrollo del Mensaje y Tono de Comunicación:** Se definió un mensaje central y un tono de comunicación coherente con los valores y el propósito del festival. El mensaje debía ser inspirador y acogedor, invitando a fotógrafos y amantes del arte a ser parte de un evento único. El tono de comunicación se mantuvo amigable, inclusivo y profesional, para conectar de manera efectiva con una audiencia diversa.
- **Estrategia de Comunicación y Promoción:** Se elaboró una estrategia de comunicación detallada, utilizando principalmente las redes sociales como canales de difusión. La estrategia incluye la creación de contenido atractivo y relevante, desde publicaciones en Instagram y Facebook hasta videos en YouTube, todo alineado con la identidad y el mensaje de la marca.

### 3.2.3.3 Estrategias de Comunicación y Plan de Medios

Según la Quality Leadership University (2018) de Panamá, la comunicación es fundamental para el éxito de cualquier organización, ya sea una empresa, una institución o una marca personal. A través de la comunicación, podemos transmitir nuestro mensaje, nuestros valores y nuestra propuesta de valor a nuestro público objetivo, además de construir relaciones de confianza y lealtad con nuestros clientes y stakeholders.

No obstante, para que la comunicación sea realmente efectiva, no basta con comunicarse sin más. Es esencial contar con una estrategia de comunicación que nos permita definir qué queremos comunicar, a quién, cómo, cuándo y dónde. Una

estrategia de comunicación es un plan de acción que nos permite establecer objetivos claros y medibles, identificar a nuestro público objetivo, elegir los canales y medios más adecuados, diseñar mensajes persuasivos y evaluar los resultados obtenidos.

### Nuestra Estrategia:

#### **Objetivos de la Estrategia de Comunicación:**

1. Aumentar la visibilidad del festival a nivel local e internacional.
2. Incentivar la participación de fotógrafos emergentes en la convocatoria.
3. Generar interés y asistencia a las actividades del festival (talleres, charlas, masterclass).
4. Construir una comunidad activa y comprometida en torno al festival.

#### **Público Objetivo:**

1. Fotógrafos emergentes y profesionales.
2. Estudiantes de fotografía y artes visuales.
3. Aficionados a la fotografía y el arte.
4. Medios de comunicación y prensa especializada.
5. Patrocinadores y colaboradores potenciales.
6. Público general interesado en eventos culturales.

#### **Canales de Comunicación:**

1. **Redes Sociales:** Instagram, Facebook, Tik Tok.
2. **Sitio Web:** Página oficial del festival.
3. **Correo Electrónico:** Mailing.
4. **Medios de Comunicación:** Revistas digitales y radios,

## 5. Eventos y Activaciones Presenciales: Presentaciones, Material POV.

### Mensaje Central:

"Emergente", Festival de Fotografía: Un espacio dinámico y colaborativo para visibilizar y conectar a los talentos fotográficos emergentes."

### Tono de Comunicación:

Amigable, inclusivo, inspirador y profesional.

### Plan de Comunicación

#### 1. Pre-Lanzamiento (1 - 16 de junio):

- **Teasers y Expectativa:**
  - **Instagram/Facebook/TikTok:** Publicaciones diarias creando expectativa sobre un gran anuncio.
  - **Stories y Reels en Instagram:** Videos cortos con pistas sobre el festival.
  - **Website:** Cuenta regresiva para el lanzamiento de la convocatoria.

#### 2. Lanzamiento de la Convocatoria (17 - 30 de junio):

- **Anuncio Oficial:**
  - **Instagram/Facebook/TikTok:** Publicación del anuncio oficial de la convocatoria con link a la página de inscripción.
  - **Instagram Stories y Reels:** Explicación visual de cómo participar.
- **Promoción Constante:**

- **Publicaciones diarias:** Detalles de las actividades, beneficios, categorías, y requisitos de la convocatoria.
- **Testimonios y Entrevistas:** Videos de embajadores del festival y testimonios de participantes.

### 3. Promoción del Festival (1 - 28 de julio):

- **Destacar a los Participantes y Ponentes:**
  - **Instagram/Facebook/TikTok:** Publicaciones destacando a los fotógrafos participantes y ponentes confirmados.
  - **Stories en Instagram:** Presentaciones diarias de los ponentes y sus temas.
  - **Tik Tok:** Cápsulas de entrevistas con ponentes y sneak peeks de los talleres.
- **Programación y Recordatorios:**
  - **Publicaciones Semanales:** Calendario de actividades del festival.
  - **Recordatorios Diarios:** En todas las plataformas sociales sobre inscripciones y eventos próximos.

### 4. Durante el Festival (29 de julio - 16 de agosto):

- **Cobertura en Vivo:**
  - **Instagram Stories/Reels y Facebook Live:** Transmisiones en vivo de talleres, charlas y masterclass.
  - **Instagram/Blog:** Actualizaciones en tiempo real y resumen de los eventos.
- **Contenido Interactivo:**

- **Encuestas y Preguntas:** En Stories de Instagram y Facebook para interactuar con la audiencia.
- **Galerías de Fotos y Videos:** Publicaciones diarias con resúmenes y momentos destacados.
- **Detrás de Cámaras:**
  - **Instagram/ TikTok:** Videos del detrás de cámaras mostrando la organización y los preparativos.

## 5. Post-Festival (17 - 31 de agosto):

- **Agradecimientos y Recapitulaciones:**
  - **Instagram/Facebook:** Publicaciones agradeciendo a los participantes, ponentes y asistentes.
  - **Instagram/TikTok:** Video resumen del festival con los mejores momentos.
  - **Website:** Galería de fotos y videos del festival.
- **Fidelización de la Comunidad:**
  - **Mailing:** Resumen del festival, testimonios y fecha de la próxima edición.
  - **Redes Sociales:** Invitaciones a seguir participando en futuras actividades y mantener el contacto.

Esta estrategia de comunicación integral está diseñada con el objetivo de maximizar la visibilidad, participación y éxito de “Emergente”, Festival de Fotografía, creando una comunidad activa y comprometida en torno al evento.

Tras haber realizado una estrategia de comunicación, a la par se ideó un plan de medios, el mismo que busca generar una gran visibilidad del festival en medios



digitales para atraer a fotógrafos profesionales y emergentes, aficionados a la fotografía, y el público general, así como promover la participación en las actividades del festival y aumentar el reconocimiento de la marca.

Nuestro Plan de Medios:

**Canales Digitales:**

**1. Redes Sociales:**

- **Instagram**
- **Facebook**
- **TikTok**
- **Mailing**
- **LinkedIn** (para atraer a patrocinadores y colaboradores profesionales)

**2. Sitio Web:**

- Página oficial del festival con información detallada, inscripciones y noticias.

**3. Correo Electrónico:**

- Newsletters y correos informativos a una lista de suscriptores.

**4. Publicidad Digital:**

- Anuncios en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).
- Google Ads (Display y Search).
- Colaboraciones con influencers y blogs de fotografía y arte.

## 5. Medios Digitales Especializados:

- Publicaciones en blogs, revistas online y sitios web de fotografía y arte.

### Estrategia de Medios:

#### 1. Redes Sociales:

- **Instagram:**

- Publicaciones regulares de contenido visualmente atractivo, incluyendo fotografías destacadas, detrás de cámaras, entrevistas con ponentes y participantes.
- Historias diarias para mantener a la audiencia comprometida.
- Reels y videos cortos promocionando las actividades del festival.

- **Facebook:**

- Publicaciones de eventos, detalles de talleres, charlas y masterclass.
- Transmisiones en vivo de algunas actividades del festival.
- Creación de eventos para cada actividad importante del festival.

- **TikTok:**

- Videos cortos y creativos destacando momentos clave del festival.
- Desafíos y concursos de fotografía para interactuar con la audiencia joven.

- **LinkedIn:**

- Publicaciones dirigidas a posibles patrocinadores y colaboradores.
- Artículos sobre la importancia del festival y oportunidades de networking.

#### 2. Sitio Web:

- Página principal con toda la información relevante del festival.
- Sección de inscripción para participantes y asistentes.
- Blog con artículos sobre fotografía, entrevistas y noticias del festival.
- Galería de fotos y videos del evento.

### 3. Correo Electrónico:

- **Mailing:**
  - Envíos semanales con actualizaciones, noticias y recordatorios.
  - Promoción de talleres, charlas y masterclass.
  - Contenido exclusivo para suscriptores.

### 4. Publicidad Digital:

- **Anuncios en Redes Sociales:**
  - Campañas dirigidas a públicos específicos interesados en fotografía y arte.
  - Anuncios promocionando la convocatoria y las fechas del festival.
- **Google Ads:**
  - Campañas de búsqueda para personas buscando festivales de fotografía y eventos culturales en Quito.
  - Anuncios display en sitios web relacionados con fotografía y arte.
- **Colaboraciones con Influencers:**
  - Influencers locales y especializados en fotografía promocionando el festival.
  - Publicaciones pagadas y menciones en stories y videos.

### 5. Medios Digitales Especializados:

- **Blogs y Revistas Online:**

- Artículos y entrevistas promocionando el festival.
- Publicaciones destacando los eventos y actividades del festival.

### **Cronograma de Publicaciones y Anuncios:**

#### **Pre-Lanzamiento (1 - 16 de junio):**

- 1 de junio: Teaser en Instagram/Facebook/TikTok
- 5 de junio: Video teaser en Instagram/Facebook.
- 10 de junio: Cuenta regresiva en Instagram/Facebook/TikTok
- 15 de junio: Video final de cuenta regresiva en Instagram/Facebook.

#### **Lanzamiento de la Convocatoria (17 - 30 de junio):**

- 17 de junio: Anuncio oficial en todas las plataformas.
- 18 de junio: Detalles de reconocimientos en Instagram/Facebook.
- 20 de junio: Video de embajador en Instagram/Facebook.
- 25 de junio: Publicación explicando procesos en Instagram/Facebook.
- 28 de junio: Último recordatorio en Instagram/Facebook/Twitter.

#### **Promoción del Festival (1 - 28 de julio):**

- 1 de julio: Anuncio de la programación del festival en todas las plataformas.
- 5 de julio: Publicación destacando un ponente en Instagram/Facebook.
- 10 de julio: Tour virtual del lugar en Instagram Stories.
- 15 de julio: Publicación destacando un taller en Instagram/Facebook.
- 20 de julio: Video con tips de fotografía en Instagram/Facebook.
- 25 de julio: Recordatorio del festival en Instagram/Facebook.

**Durante el Festival (29 de julio - 16 de agosto):**

- 29 de julio: Post de apertura y cobertura en vivo en todas las plataformas.
- 30 de julio: Resumen del primer día en Instagram/Facebook y Stories.
- 3 de agosto: Destacar una charla importante en Instagram/Facebook y Stories.
- 10 de agosto: Entrevista en vivo con un ponente en Instagram/Facebook.
- 16 de agosto: Post de clausura y agradecimientos en todas las plataformas.

**Post-Festival (17 - 31 de agosto):**

- 17 de agosto: Galería de fotos en Instagram/Facebook.
- 20 de agosto: Video resumen del festival en YouTube y todas las plataformas.
- 25 de agosto: Testimonios en Instagram/Facebook.
- 31 de agosto: Anuncio teaser para la próxima edición en todas las plataformas.

**Evaluación y Ajustes:**

- **Monitoreo de KPIs:**
  - Seguimiento de métricas clave (alcance, engagement y conversiones), en redes sociales y campañas publicitarias.
- **Feedback:**
  - Recolección de comentarios y opiniones de participantes y asistentes.
  - Ajustes en la estrategia de comunicación basados en los resultados obtenidos.

**3.3. Grupos objetivos****3.3.1 Público real / usuarios finales**

El público real de este proyecto consiste en fotógrafos emergentes, profesionales y aficionados que están profundamente interesados en la mejora fotográfica y su papel en el ámbito cultural del país.

Basado en la encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico NSE 2023, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), este proyecto busca llegar al grupo social B y C+ ya que incluye a personas con un estilo de vida de estrato medio con educación superior o posgrado, esto corresponde al 11,2% y ....de la población investigada. (Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC], 2023.)

### **3.3.2 Público potencial**

El público potencial serán fotógrafos profesionales, estudiantes y aficionados, así como también gestores culturales que están interesados en la fotografía y la producción de eventos culturales.

### **3.4. Propuesta de diseño**

El concepto se basa en la entrega de un producto físico, en este caso un libro de desarrollo de marca “#SomosEmergente” que recopila aspectos técnicos y procesos que se siguieron durante la creación y la implementación de Emergente Festival de Fotografía.

### **3.5. Diseño en detalle**

#### **3.5.1 Aspecto y forma**

El material fotográfico y gráfico serán realizados utilizando las diferentes herramientas y técnicas que el diseño nos proporciona, este material será utilizado para la comunicación en las diferentes etapas del proceso.

#### **3.5.2 Materiales, plataformas, soportes**

Cuadro N°3: Pre Producción / Materiales.

| Fotografía              | Vídeo                   | Plataformas | Software        |
|-------------------------|-------------------------|-------------|-----------------|
| Cámara Sony Alpha 7rIII | Cámara Sony Alpha 7rIII | Web site    | Adobe Photoshop |
| Lente 24-70mm           | Lente 28-70mm           |             | Adobe Premier   |
| Rebotador               | Tarjeta de memoria      | Instagram   | Adobe In Design |
| Disparador              | Batería                 |             | Adobe Lightroom |
| Tarjeta de memoria      | Trípode de cámara       |             | Adobe Bridge    |
| Batería                 |                         |             | Camera Raw      |
| Disco duro externo 1T   |                         |             | Capture one     |
| Snoot                   |                         |             |                 |
| C stands                |                         |             |                 |
| Softbox                 |                         |             |                 |
| Flashes                 |                         |             |                 |
| Luces continuas         |                         |             |                 |
| Panales                 |                         |             |                 |
| Strip Box               |                         |             |                 |
| Fondos de colores       |                         |             |                 |
| Fotometro               |                         |             |                 |

Diseño: Bryan Calderón, 2024.

### 3.5.3 Experiencia del usuario

### 3.6. Diseño final

Como diseño final se llevará a cabo la ejecución de “Emergente”, Festival de Fotografía, así como también se presentará un libro de desarrollo de marca, tanto en digital como en físico con su correspondiente packaging además de una pieza audiovisual y un web site del proyecto.

### 3.7. Verificación

El producto final no ha sido presentado ante curadores de obras, ni espectadores relacionados al diseño o creación visual hasta la presente. Se tomará en cuenta los aportes tanto técnicos como estéticos, rescatando sus opiniones y reacciones al tener contacto con las imágenes.

### **3.8. Producción**

El proceso de producción de “Emergente”, Festival de Fotografía, consta de varias etapas, tales como: Investigación preliminar de la situación actual del sector cultural en el país, Planteamiento e idealización de un evento fotográfico bajo un concepto y una estrategia perdurable en el tiempo, Creación de marca, branding y sistema visual para el festival, Estrategia de comunicación y plan de medios, Producción de material fotográfico y gráfico para la comunicación de Emergente, Gestión para locaciones, espacios y galerías para las diferentes actividades del festival, Alianzas estratégicas con marcas e instituciones como colaboradores del evento, Convenios con fotógrafos para su participación como ponentes de las actividades del festival, Museografía para la Muestra Fotográfica Emergente2024, Montaje de la muestra y organización estructural del proyecto.

## **4. El mercado**

### **4.1. Marca y comunicación**

El nombre y marca del festival de fotografía es “Emergente” pues este responde y se alinea con el concepto bajo el cual nace esta propuesta, que es generar un espacio interactivo y colaborativo de muestra y exposición para fotógrafos emergentes. A la vez, se crea un libro de desarrollo de marca, el mismo que muestra todo el proceso de creación e implementación de la edición Emergente 2024 bajo el nombre #SomosEmergente, generando así un sentido de pertenencia en el público y destacando una vez más el concepto del festival.



## 4.2. Presupuesto del prototipo, costo y precio de venta

Cuadro No.4: Presupuesto Ideal

| PRESUPUESTO            | Detalle                   |                              | Cantidad              | Valor Total |
|------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------|-------------|
|                        | Equipo                    | Fotográfico                  | 2 días / producciones | \$700       |
| Estudio fotográfico    |                           | 2 días / 8 horas             | \$400                 |             |
| Computador portátil    |                           | 6 meses                      | \$2500                |             |
| Producción Fotográfica | Talentos 3                | 2 días                       | \$2000                |             |
|                        | Transporte                | 2 días                       | \$100                 |             |
|                        | Catering                  | 2 días                       | \$500                 |             |
|                        | Maquillaje                | 5 maquillajes / 2 días       | \$300                 |             |
|                        | Peinado                   | 5 peinados / 2 días          | \$125                 |             |
|                        | Styling                   | 3 outfits                    | \$700                 |             |
|                        | Imprevistos               | -                            | \$100                 |             |
| Pos producción         | Paquete completo de Adobe | \$30 / 6 meses               | \$180                 |             |
|                        | Edición digital / retoque | 8 fotografías                | \$480                 |             |
| Material Físico        | Pruebas de impresión      | Material publicitario        | \$80                  |             |
|                        | Memorias                  | 5 ejemplares                 | \$250                 |             |
|                        | Impresión de Fotografías  | 101 fotografías              | \$6969                |             |
|                        | Material Publicitario     | 8 tipos de productos         | \$500                 |             |
| Gastos Fijos           | Servicios Básicos         | Agua, luz, internet          | \$250                 |             |
| Producción Gráfica     | Diseño material gráfico   | 20 piezas gráficas / 2 meses | \$700                 |             |
|                        | Diseño Manual de Marca    | 1 manual completo            | \$1500                |             |
| Manejo de Redes        | Pauta en RR.SS.           | 5 pautas                     | \$300                 |             |
|                        | Community Management      | 2 meses                      | \$700                 |             |
|                        | Campaña Google Ads        | 1 campaña / 2 meses          | \$500                 |             |
| Sitio Web              | Dominio Web               | 1 anual                      | \$14                  |             |
|                        | Diseño Web                | 1                            | \$350                 |             |
|                        | Programación Web          | 1                            | \$450                 |             |
| Gestión Cultural       | Gestión de Lugares        | 6 meses                      | \$2760                |             |
|                        | Transporte                | 6 meses                      | \$720                 |             |

|                                   |  |                                    |                     |                |
|-----------------------------------|--|------------------------------------|---------------------|----------------|
|                                   |  | Alquiler de espacios de exposición | 15 días             | \$3000         |
| Montaje de la muestra fotográfica |  | Estructuras de montaje             | 54                  | \$1080         |
|                                   |  | Equipo de montaje                  | 5 personas / 3 días | \$300          |
|                                   |  | Cedulación                         | 7                   | \$100          |
|                                   |  | Reparación de daños estructurales  | 2 días              | \$100          |
|                                   |  |                                    |                     |                |
| Inauguración                      |  | Artista invitada                   | 1 hora              | \$80           |
|                                   |  | Dj Invitado                        | 2 horas             | \$80           |
|                                   |  | Servicio de bar                    | 3 horas             | \$500          |
|                                   |  | Catering                           | 3 horas             | \$420          |
| Actividades del Festival          |  | Charlas                            | 1                   | \$150          |
|                                   |  | Talleres                           | 4 / 12 personas     | \$800          |
|                                   |  | Master Class                       | 1                   | \$250          |
| Pos Evento                        |  | Filmmaker                          | 15 días             | \$400          |
|                                   |  | Certificados                       | 42                  | \$420          |
|                                   |  | Kits de regalo                     | 42                  | \$840          |
|                                   |  |                                    | <b>Total</b>        | <b>\$32648</b> |

Diseño: Bryan Calderón, 2024

Cuadro No.5: Presupuesto Real

| PRESUPUESTO            | Detalle |                     | Cantidad               | Valor Total           |
|------------------------|---------|---------------------|------------------------|-----------------------|
|                        | Equipo  |                     | Fotográfico            | 2 días / producciones |
|                        |         | Estudio fotográfico | 2 días / 8 horas       | -                     |
|                        |         | Computador portátil | 6 meses                | \$400                 |
| Producción Fotográfica |         | Talentos 3          | 2 días                 | \$300                 |
|                        |         | Transporte          | 2 días                 | \$20                  |
|                        |         | Catering            | 2 días                 | \$300                 |
|                        |         | Maquillaje          | 5 maquillajes / 2 días | \$60                  |
|                        |         | Peinado             | 5 peinados / 2 días    | \$60                  |
|                        |         | Styling             | 3 outfits              | \$350                 |
|                        |         | Imprevistos         | -                      | \$50                  |

|                                   |                                    |                              |        |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------|--------|
| Pos producción                    | Paquete completo de Adobe          | \$30 / 6 meses               | \$180  |
|                                   | Edición digital / retoque          | 8 fotografías                | -      |
| Material Físico                   | Pruebas de impresión               | Material publicitario        | \$60   |
|                                   | Memorias                           | 1 ejemplar                   | \$50   |
|                                   | Impresión de Fotografías           | 101 fotografías              | \$1310 |
|                                   | Material Publicitario              | 8 tipos de productos         | \$250  |
| Gastos Fijos                      | Servicios Básicos                  | Agua, luz, internet          | \$125  |
| Producción Gráfica                | Diseño material gráfico            | 20 piezas gráficas / 2 meses | -      |
|                                   | Diseño Manual de Marca             | 1 manual completo            | -      |
| Manejo de Redes                   | Pauta en RR.SS.                    | 5 pautas                     | \$150  |
|                                   | Community Management               | 2 meses                      | -      |
|                                   | Campaña Google Ads                 | 1 campaña / 2 meses          | -      |
| Sitio Web                         | Dominio Web                        | 1 anual                      | \$14   |
|                                   | Diseño Web                         | 1                            | -      |
|                                   | Programación Web                   | 1                            | -      |
| Gestión Cultural                  | Gestión de Lugares                 | 6 meses                      | -      |
|                                   | Transporte                         | 6 meses                      | \$720  |
|                                   | Alquiler de espacios de exposición | 15 días                      | -      |
| Montaje de la muestra fotográfica | Estructuras de montaje             | Material                     | \$100  |
|                                   | Equipo de montaje                  | 5 personas / 3 días          | \$50   |
|                                   | Cedulación                         | 7                            | \$50   |
|                                   | Reparación de daños estructurales  | 2 días                       | \$40   |
| Inauguración                      | Artista invitada                   | 1 hora                       | -      |
|                                   | Dj Invitado                        | 2 horas                      | -      |
|                                   | Servicio de bar                    | 3 horas                      | \$320  |
|                                   | Catering                           | 3 horas                      | \$320  |
| Actividades del Festival          | Charlas                            | 1                            | \$80   |
|                                   | Talleres                           | 4 / 12 personas              | \$280  |
|                                   | Master Class                       | 1                            | -      |

|            |                |              |               |
|------------|----------------|--------------|---------------|
| Pos Evento | Filmmaker      | 15 días      | \$300         |
|            | Certificados   | 42           | \$50          |
|            | Kits de regalo | 42           | \$504         |
|            |                | <b>Total</b> | <b>\$6793</b> |

Diseño: Bryan Calderón, 2024

## 5. Cierre

### 5.1. Conclusiones

- El análisis del estado actual del sector cultural en Quito mostró una infraestructura insuficiente, además de una falta de coordinación entre las iniciativas culturales. Aunque existen esfuerzos tanto individuales como colectivos, la ausencia de una política cultural cohesiva y a largo plazo ha limitado el crecimiento y desarrollo del sector, afectando la sostenibilidad de proyectos culturales como “Emergente” Festival de Fotografía.
- La creación de una propuesta de branding y un sistema visual sólido para “Emergente” Festival de Fotografía ha permitido establecer una identidad clara y distintiva para el festival. Este esfuerzo ha facilitado la comunicación efectiva del propósito y los valores del festival, atrayendo tanto a artistas como a la audiencia y potenciando la percepción del festival como un evento profesional y bien organizado.
- El diseño y desarrollo de una página web dedicada a “Emergente” Festival de Fotografía ha sido fundamental para la promoción y difusión del evento. La web ha servido como una plataforma centralizada de información, facilitando el acceso a detalles sobre el festival, inscripciones, programación y materiales promocionales. Esto ha mejorado significativamente la visibilidad y el alcance del festival.

- La generación de material fotográfico y gráfico de alta calidad ha sido esencial para la comunicación y promoción del festival. Estos materiales no solo han ayudado a captar la atención de la audiencia, sino que también han elevado la percepción profesional de Emergente, destacando su relevancia y atractivo en el panorama cultural de Quito.
- La preproducción y producción meticulosa de la muestra fotográfica han asegurado una exhibición de alta calidad, reflejando el talento de los fotógrafos participantes. La ejecución exitosa del festival ha demostrado la capacidad de organización y gestión del equipo, estableciendo un precedente positivo para futuras ediciones del festival.

## 5.2. Recomendaciones

- Realizar campañas de concientización sobre la importancia del arte y la cultura, tanto a nivel gubernamental como en la sociedad civil. Promover la inclusión del arte en la educación desde edades tempranas además de colaborar con instituciones educativas para integrar programas de arte y cultura en los currículos escolares.
- Continuar con el autofinanciamiento y buscar activamente alianzas estratégicas con organizaciones locales e internacionales, empresas privadas y ONGs que puedan proporcionar apoyo tanto financiero como logístico. Establecer un modelo de financiamiento sostenible que incluya la participación del sector privado a través de patrocinio y mecenazgo.
- Crear un plan estratégico a largo plazo para la promoción del arte y la cultura en Quito. Este plan debe incluir la organización de eventos regulares, festivales, exposiciones entre otras actividades culturales que promuevan la

participación activa de la comunidad. Además, es crucial implementar un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto de estas actividades y ajustarlas según sea necesario.

- Invertir en la mejora y mantenimiento de infraestructuras culturales existentes y en la creación de nuevos espacios dedicados a las artes. Esto incluye galerías, centros culturales y espacios públicos e independientes adaptados para la realización de eventos artísticos.
- Desarrollar programas de formación y capacitación para artistas locales que incluyan talleres, seminarios así como también residencias artísticas. Fomentar la profesionalización del sector cultural mediante la creación de redes de apoyo y colaboración entre artistas, curadores y gestores culturales.

Anexos:

Anexo. 01: Manual de Identidad de Marca







Anexo. 02: Animación Tipográfica Emergente Festival de Fotografía

EMERGENTE

#somosemergentes  
#somosemergentes  
#somosemergentes  
#somosemergentes  
#somosemergentes  
#somosemergentes

FOTOGRAFIA  
FOTOGRAFIA

### Anexo. 03: Propuesta Formatos de Comunicación

Flyers / Vía Pública.



DISEÑO FOTOGRAFICO | *La Netas*







Posts Redes Sociales





#### Anexo. 04: Propuesta Material Impreso

##### Material de papelería



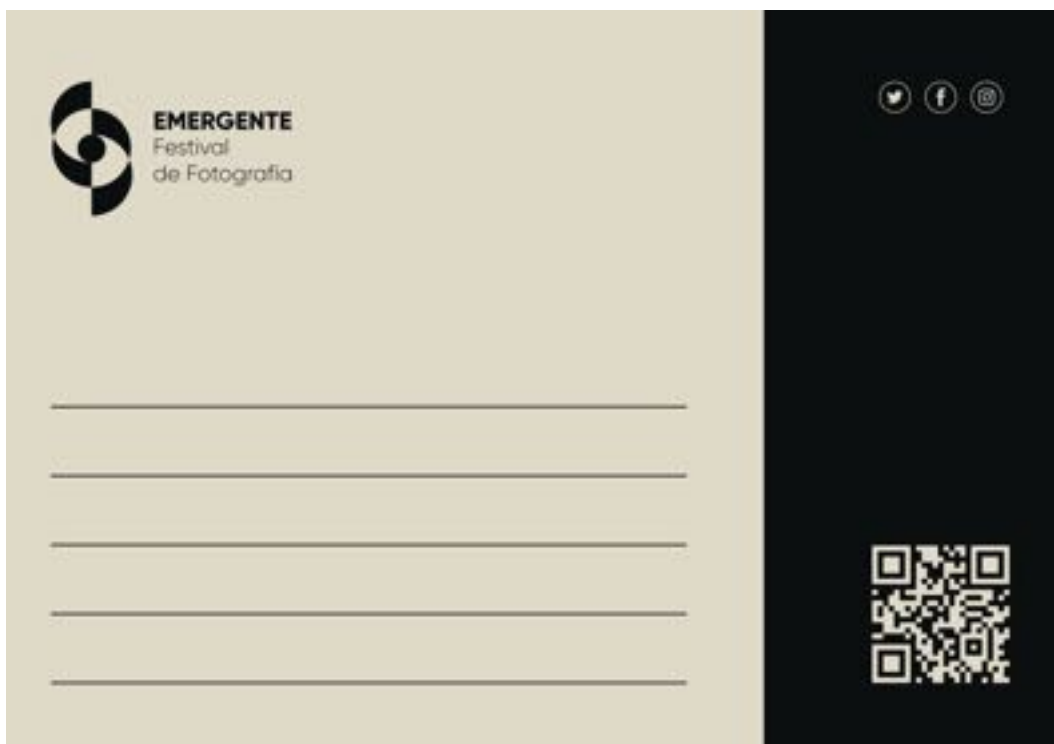
## Stickers



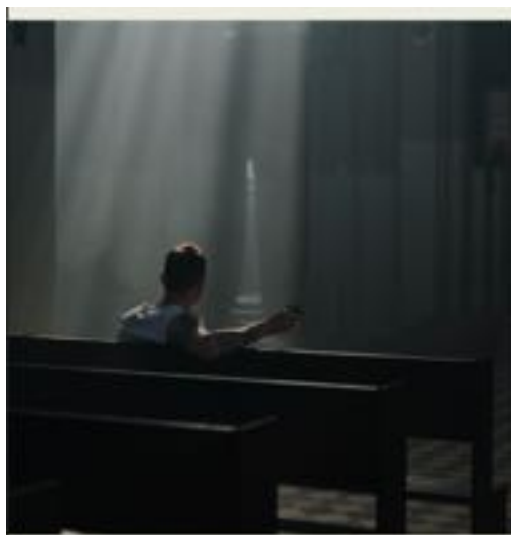
## Tarjetas Personales



Postales



## Anexo. 05: Carpeta de Pre Producción de Material fotográfico



Esta producción fotográfica llevará a los espectadores a un viaje visual donde lo divino y lo profano se entrelazan en un juego audaz de contrastes y dualidades.

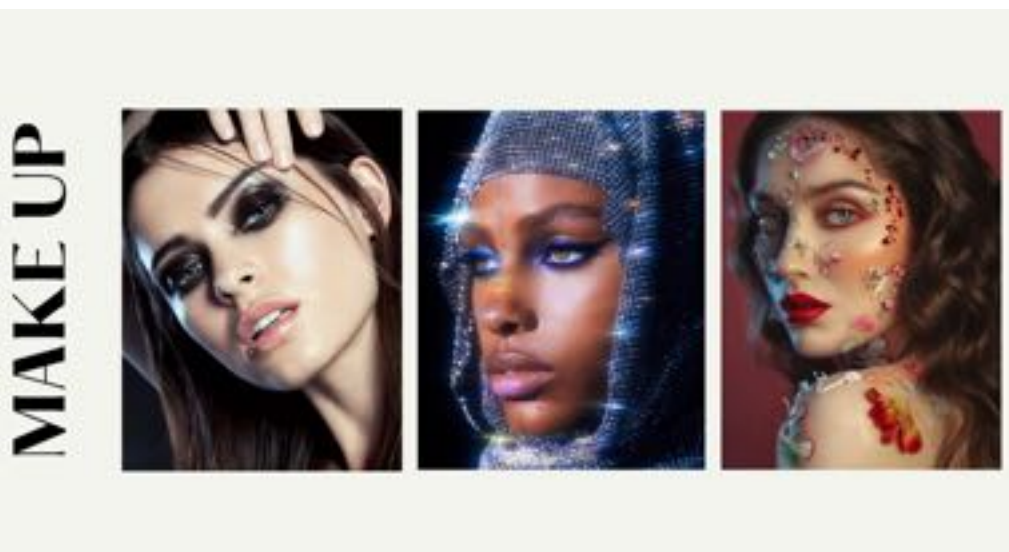
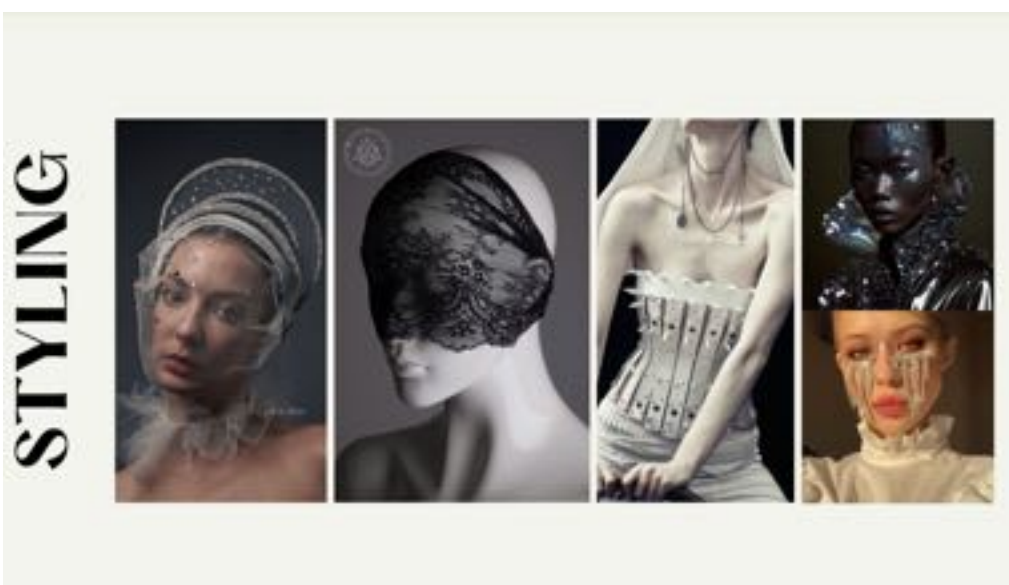
El concepto se inspira en la idea de que incluso en el Paraíso, los pecadores pueden encontrar su lugar. Las imágenes capturarán la belleza tentadora y la seducción sutil de la moda mientras se funden con elementos simbólicos del Paraíso y del inframundo. Las prendas de alta costura se combinarán con accesorios extravagantes y detalles exquisitos que evocan tanto la pureza como la rebeldía.

Cada fotografía contará una historia única, desde la inocencia corrompida hasta la redención a través del estilo. Modelos envueltos en sedas brillantes y encajes etéreos se mezclarán con escenarios surrealistas que representan paisajes celestiales y paisajes infernales. La iluminación jugará un papel crucial, alternando entre tonos suaves y cálidos que sugieren la paz celestial y luces intensas y sombras profundas que evocan la oscuridad del pecado.

"Sinners Paradise" busca desafiar las percepciones tradicionales del Paraíso y la moralidad, invitando al espectador a cuestionar sus propias nociones de bien y mal a través del arte y la moda. En última instancia, la producción busca celebrar la belleza en todas sus formas, incluso cuando desafía las convenciones establecidas.







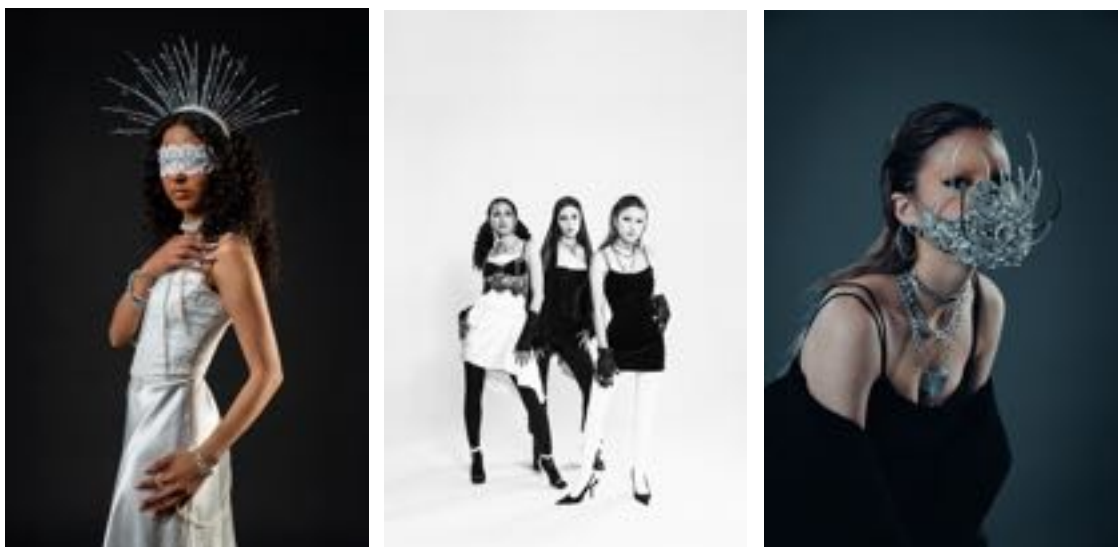
# HAIR STYLING



## CREW

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Dirección de Fotografía     | <b>Bryan Calderón</b>                    |
| Iluminación                 | <b>Isaac Romo</b>                        |
| Asistente de Fotografía     | <b>Sebastián Donoso</b>                  |
| Styling / Dir. Arte         | <b>Abysmal Styling / Daniela Aguilar</b> |
| Asis. de Arte / BTS / RR.SS | <b>Estéfano Gómez</b>                    |
| MakeUp / Peinado            | <b>Cinthia Rojas</b>                     |
| Nails Style                 | <b>Camila Terán</b>                      |
| Back                        | <b>Xavier Granja Cedeño</b>              |



**Anexo. 06: Producción Material Fotográfico****Anexo. 07: BTS Sinners Paradise / Producción Material Fotográfico**





## Bibliografía:

- El Telégrafo. (16 de Octubre de 2012). *La fotografía en Guayaquil*. Obtenido de El Telégrafo El Decano Digital:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/la-fotografia-en-guayaquil>
- Hidalgo, Á. (16 de Octubre de 2012). *La fotografía en Guayaquil*. Obtenido de El Telégrafo El Decano Digital.
- Lainez, A. (7 de Enero de 2014). *Historia de la fotografía de prensa en el Ecuador*. Obtenido de Prezi: [https://prezi.com/z-1icmmw6\\_gh/historia-de-la-fotografia-de-prensa-en-el-ecuador/#:~:text=La%20fotograf%C3%ADa%20llega%20al%20Ecuador,m%C3%A1s%20empleadas%20por%20los%20fot%C3%B3grafos.](https://prezi.com/z-1icmmw6_gh/historia-de-la-fotografia-de-prensa-en-el-ecuador/#:~:text=La%20fotograf%C3%ADa%20llega%20al%20Ecuador,m%C3%A1s%20empleadas%20por%20los%20fot%C3%B3grafos.)
- ODEP Office of Disability Employment Policy. (s.f.). *Habilidades sociales para salir adelante*. Obtenido de Office of Disability Employment Policy:  
<https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/odep/topics/youth/softskills/softskills-spanish.pdf>
- UNIR. (16 de Julio de 2021). *¿Qué es la gestión cultural y cuál es su importancia?* Obtenido de UNIR La Universidad en Internet:  
<https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/que-es-gestion-cultural/>
- Arte Actual. (26 de Febrero de 2014). *Repensando la Gestión Cultural en Ecuador: Elementos teóricos y metodológicos*. Obtenido de Arte Actual. Escuela Abierta: <https://arteactual.ec/repensando-la-gestion-cultural-en-ecuador-elementos-teoricos-y-metodologicos/>

- Leal Jiménez, A., & Quero Gervilla, M. (2011). *Manual de Marketing y Comunicación Cultural*. Obtenido de Colección Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya:  
[https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf?hash=bcad71178fd671f42bc3356b89f22507](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=bcad71178fd671f42bc3356b89f22507)
- Vézina, B. (Febrero de 2012). *Celebrar la cultura: La propiedad intelectual y los festivales de artes*. Obtenido de OMPI Revista:  
[https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2012/01/article\\_0008.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/01/article_0008.html)
- Castro Valle, C. (2017). *Los Derechos Culturales y su Gestión en Honduras*. Obtenido de Scielo. Estudios Constitucionales:  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-52002017000100007](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-52002017000100007)
- Fundación Contemporánea. (2022). *Lo mejor de la Cultura 2022*. Obtenido de Fundación Contemporánea:  
<https://www.lafabrica.com/fundacioncontemporanea/>
- Mota Mendoza, J. M. (s.f.). *Qué es la fotografía artística, el arte en las imágenes*. Obtenido de BPTFotografía: <https://bptfotografia.com/que-es-fotografia-artistica-imagenes/>
- Ortega, L. (21 de Junio de 2012). *La fotografía como obra de arte*. Obtenido de Xataka Foto: <https://www.xatakafoto.com/opinion/la-fotografia-como-obra-de-arte>
- Conde, Ó. (2022). *La historia de la fotografía contada a través de diez momentos que marcaron su curso*. Obtenido de PhotoLari: <https://www.photolari.com/la->

historia-de-la-fotografia-contada-a-traves-de-diez-momentos-que-marcaron-su-curso/

Rodríguez Abendaño , K. S. (2012). *La fotografía como memoria histórica del Ecuador: Análisis sobre el desarrollo de la fotografía en el siglo XX (1900-1920)*. Obtenido de Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8255>

Ecuador FotoFest. (2022). *Ecuador FotoFest*. Obtenido de [www.ecuadorfotofest.com](http://www.ecuadorfotofest.com)

FIF. (2022). *Festival Internacional de Fotografía Manta*. Obtenido de <https://joselias2022.com/2021/11/08/i-festival-internacional-de-fotografia-manta-2021/>

Fotógrafos Ecuatorianos. (2015). *FotoDocumental 2015*. Obtenido de <https://fotografosecuadorianos.org/fotodocumental-2015/>

Fotógrafos Ecuatorianos. (2017). *Festival de Fotografía Documental*. Obtenido de <https://fotografosecuadorianos.org/festival-de-fotografia-documental/>

PHotoESPAÑA. (2024). *PhotoEspaña*. Obtenido de <https://www.phe.es/>

GetxoPhoto. (2024). *GetxoPhoto*. Obtenido de <https://www.getxophoto.com>

Visa Pour l'Image. (2024). *Visa Pour l'Image*. Obtenido de <https://www.visapourlimage.com/>

Incadaqués. (2024). *Incadaqués Photo Festival*. Obtenido de <https://www.incadaques.com/>



Antón Sánchez, J., & Merino Jaramillo, J. (s.f.). *La gestión cultural del Ecuador*.

Caso: *Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión"*. Obtenido de  
Repositorio Digital IAEN: <https://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/3773>

Festival Internacional de Cine de Cuenca. (2024). *Festival Internacional de Cine de Cuenca*. Obtenido de <https://filmfreeway.com/ficcuenca>

Trobadescamus. (2021). *Alejandro Castellote*. Obtenido de  
<https://www.trobadescamus.com/2022/ponentes-2021/alejandro-castellote/>

Sub Plataforma Educativa. (2022). *Claudi Carreras*. Obtenido de  
<https://subplataforma.com.ar/profesores/>

Pablo Corral Vega. (2024). *Pablo Corral Vega*. Obtenido de  
<https://pablocorralvega.com/>

Paucar, E. (5 de Junio de 2024). Un sector «abandonado»: Presupuesto de Cultura cayó USD 36,7 millones en ocho años. *Radio Pichincha*.