

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



TITULO:

**TALLER DE FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA PARA JÓVENES Y ADULTOS
EN EL PALACIO DE LAS ARTES DE ANTIGUO CUSCATLÁN 2023**

PRESENTADO POR:

KAREN XIOMARA LÓPEZ LOZANO
BRAYAN ALEXIS LÓPEZ SÁNCHEZ
MARILYN YAJAIRA NIETO MARTÍNEZ

CARNET:

(LL13023)
(LS16025)
(NM17016)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EL ARTE EN LA
GESTIÓN CULTURAL” PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADOS
EN ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA**

**COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE DEL 2023.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES**

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

COORDINADOR DE ESCUELA DE ARTES
LICENCIADO MIGUEL ÁNGEL MIRA MIRA

COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ

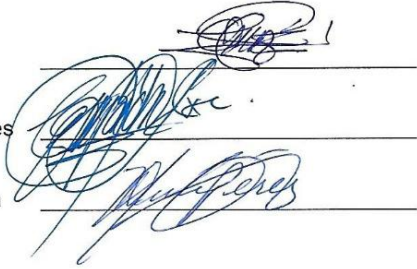
DOCENTE DIRECTORA
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA

TRIBUNAL EVALUADOR

Mtro. José Orlando Ángel Estrada

Mtro. Carlos Alberto Quijada Fuentes

Mtra. Mtra. Xenia María Pérez Oliva



The image shows three handwritten signatures in blue ink, each written over a horizontal line. The first signature is for José Orlando Ángel Estrada, the second for Carlos Alberto Quijada Fuentes, and the third for Xenia María Pérez Oliva. The signatures are stylized and cursive.

AGRADECIMIENTOS

Dedico éste logro principalmente a Dios y a mis padres Isaías López y Gloria Lozano, por ser mis pilares para mis estudios, por inculcarme desde muy pequeña, la responsabilidad, disciplina y el compromiso de que cuando se inicia un proyecto, debe culminar y con éxito.

A mi hermana Melissa López, por estar presente en mis actividades, y acompañarme en esta etapa de mis estudios. A mi novio, Manuel Miranda, que ha estado siempre que lo he necesitado, y ser la persona más incondicional y especial para mí.

A mis amigos y compañeros, Francisco Sánchez, Stephanie Alba, Andrea Molina, Erick Cruz, Axel Montoya, y Steve Moz, mis más profundos agradecimientos, por acompañarme desde el inicio de la carrera y brindarme todo su apoyo y ayuda siempre, son mi segunda familia.

Karen Xiomara López

Con lágrimas en los ojos y mis mejores palabras quiero agradecer primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida donde puedo decir y sentirme satisfecho por haber llegado tan lejos. Mis padres que fueron pilares de alegría y apoyo para que yo pudiera ser alguien en la vida y ellos me apoyaran hasta estas alturas de mi vida poder ser un orgullo para ellos y tenerlos el día de mi graduación A mi querida Hermana Cristina Sánchez, que fue una fortaleza para que hoy en día pueda decir que si logré esta parte de mi vida que junto de la mano de ella pude salir adelante, tanto así de mis hermanos que me apoyaron en que siguiera adelante que los retos son muy grandes pero más grande era yo ante esos retos. A mis amigos más cercanos Mily Galdámez, Danna Galdámez, Sofí Galdámez y Blanca Martínez que fueron un apoyo incondicional a mi lado. A mi grupo de estudio con el que

estoy finalizando este gran curso gracias a su paciencia y nuestra unión que nos permitió llegar tan lejos Marilyn Nieto y Karen Lozano. Tener el gusto de poder trabajar otra vez con ellas. A la última persona que a pesar de unirse a mi círculo familiar casi culminando este gran reto estudiantil, pero dándome el apoyo y el ánimo de salir adelante haciéndome ver lo orgulloso que sentía de mi Alberto Torres un gran amigo y familia de toda la vida. Y por último a los docentes que sin ellos y su estricta disciplina no hubiera podido salir adelante. Sé que se vienen retos más grandes, pero con la mano de dios y mis amistades familiares más cercanas antes mencionadas puedo lograrlo. Un fuerte abrazo y Gracias.

Brayan Alexis López

Agradezco primeramente a Dios por brindarme la vida, fuerza, paciencia y sabiduría en permitirme llegar hasta este momento, finalizando mis estudios, a mi hermosa familia, que desde un inicio siempre me apoyo, sin ellos no hubiera perseverado, a mis queridos padres con su gran esfuerzo y amor para seguir adelante, a mis queridas amigas Astrid Escobar e Isela Duarte que estuvieron conmigo durante la carrera, apoyándonos mutuamente ante las adversidades, así como también a mis queridos compañeros por acompañarme en esta investigación, sobre todo a mi querida hermana Adriana Nieto aun estando lejos, siempre se preocupó y me apoyó incondicionalmente para ser una profesional, a cada uno de los licenciados de la escuela de Artes por brindarme muchos aprendizajes que forjaron mi camino para convertirme en profesional, muchas gracias y bendiciones.

Marilyn Yajaira Nieto

ÍNDICE

RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. CONTEXTO GENERAL.....	18
INTRODUCCIÓN	14
I. CONTEXTO GENERAL	16
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	
PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	18
ELEMENTOS CONTEXTUALES.....	19
JUSTIFICACIÓN.....	25
II. OBJETIVOS.....	27
2.1 GENERAL.....	27
2.2 ESPECÍFICO.....	27
CONTENIDO GENERAL.....	28
FUNDAMENTACIÓN.....	28
3.1.1 ECONOMÍA NARANJA.....	28
3.1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	30
3.1.3 LA FOTOGRAFÍA.....	30
3.1.4 LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA.....	36
3.1.5 LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTOS.....	38
3.1.6 LA FOTOGRAFÍA GASTRONÓMICA.....	38
3.1.7 LA FOTOGRAFÍA DE MODA.....	39

3.1.8 NUEVOS EMPRENDIMIENTOS.....	39
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA CULTURAL	41
3.2.1 PUNTOS POSITIVOS.....	41
3.2.2 LIMITANTES.....	42
3.2.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS.....	43
3.2.4 ADECUACIONES.....	45
IV. EJECUCIÓN	35
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	35
4.1.1 ETAPA 1.....	47
4.1.2 ETAPA 2.....	48
4.1.3 ETAPA 3.....	49
4.1.4 ETAPA 4.....	63
EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	64
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL PROYECTO.....	65
4.2.2. EJECUCIÓN.....	67
4.2.3 DIAGNÓSTICO VISUAL: PRIMER ENCUENTRO.....	68
4.2.4 ANÁLISIS DE PORCENTAJES DE LA ENCUESTA.....	70
4.2.5 EVALUACIÓN.....	78
V. CONCLUSIONES	79
VI. CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....	81
VII. RECOMENDACIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS.....	84

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: Elaboración propia.....	18
Figura 2: Mapa de Antiguo Cuscatlán. Fuente: Google maps Antiguo Cuscatlán.....	24
Figura 3: Actividad del Palacio de las Artes. Fuente: Noticias municipales de Antiguo Cuscatlán.....	25
Figura 4: La cámara oscura. Fuente: fotosantelmo.....	32
Figura 5: Esquema de funcionamiento de la cámara oscura. Fuente: todo-fotografía.com.....	33
Figura 6: Punto de vista desde la ventana en Le Gras. Fuente: LAVANGUARDIA.	34
Figura 7: El proceso del daguerrotipo. Fuente: LAVANGUARDIA.....	35
Figura 8: Afiche Publicitario del Taller. Fuente: Elaboración propia.....	48
Figura 9: Grupo de WhatsApp. Fuente: Elaboración propia.....	51
Figura 10: Primera clase del taller de Fotografía Publicitaria. Fuente: Elaboración propia.....	51
Figura 11: Investigadores explicando los temas del taller. Fuente: Elaboración propia.....	52
Figura 12: Resultado de practica de producto. Fuente: Gabriela Parado.....	54
Figura 13: Sesión fotográfica con velocidad de obturación. Fuente: Elaboración propia.....	43
Figura 14: Sesión fotográfica con velocidad de obturación. Fuente: Elaboración propia.....	55

Figura 15: Resultado de práctica. Fuente: Pedro Magaña.....	56
Figura 16: Encuesta de salida de campo. Fuente: Elaboración propia.....	57
Figura 17: Flora del Jardín Botánico. Fuente: Alejandro Arevalo.....	58
Figura 18: Sesión gastronómica. Fuente: Elaboración propia.....	59
Figura 19: Práctica de bodegón. Fuente: Elaboración propia.....	60
Figura 20: Parroquia Santos Niños Inocentes. Fuente: Alejandro Arevalo.....	61
Figura 21: Monumento al Indio Atlacatl. Fuente: Alejandra Magaña.....	62
Figura 22: Encuesta de valoración realizada a los estudiantes. Fuente: Elaboración propia.....	64
Figura 23: Afiche publicitario publicado en la página de Alcaldía. Fuente: Página oficial de la Alcaldía de Antiguo Cuscatlán.....	65
Figura 24: Página oficial de Facebook. Fuente: Alcaldía de Antiguo Cuscatlán.....	66
Figura 25: Muestra 1 de estudiantes. Fuente: Pedro Magaña.....	68
Figura 26: Muestra 2 de estudiantes. Fuente: Cristina Hernandez.....	69

Figura 27: Práctica para diagnóstico. Fuente: Elaboración propia.....	70
Figura 28: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	71
Figura 29: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	72
Figura 30: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	72
Figura 31: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	73
Figura 32: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	74
Figura 33: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	75
Figura 34: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	76
Figura 35: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	77

RESUMEN

En el proyecto de gestión cultural, se realizó un estudio cuyo propósito fue desarrollar las habilidades fotográficas de los jóvenes y adultos residentes de la comunidad de Antiguo Cuscatlán, La Libertad. Con base al diagnóstico, se tiene poco conocimiento de la fotografía publicitaria y su finalidad en el ámbito comercial como una estrategia de marketing para incrementar las ventas de sus emprendimientos, de manera que se realizó un taller ejecutado mediante 4 etapas. La primera etapa se dedicó a la planificación y reuniones con los encargados de la institución para la organización de inicio del taller. En la segunda etapa, se elaboró un cronograma de actividades y sesiones fotográficas adecuadas a cada tema. En cuanto a la tercera etapa, correspondió a la ejecución de contenidos impartidos por clases. Finalmente, cada estudiante demostró los resultados obtenidos durante el taller, y fueron evaluados. Los cuales evidencian que es necesario conocer y utilizar la fotografía publicitaria como estrategia de marketing para darse a conocer como marca y así mismo el producto que se presenta, obteniendo así aumento de ventas y ganancias en los emprendimientos.

Palabras clave: Fotografía, fotografía publicitaria, emprendimiento, taller, marketing, productos, publicidad.

ABSTRACT

In the cultural management project, a study was carried out whose purpose was to develop the photographic skills of the young and adult residents of the community of Antigua Guatemala, La Libertad. Based on the diagnosis, there is little knowledge of advertising photography and its purpose in the commercial field as a marketing strategy to increase sales of their enterprises, so a workshop was executed through 4 stages. The first stage was devoted to planning and meetings with those in charge of the institution for the organization of the workshop. In the second phase, a schedule of activities and photo sessions adapted to each theme was developed. As for the third stage, it corresponded to the execution of contents taught by classes. Finally, each student demonstrated the results obtained during the workshop, and they were evaluated. Which show that it is necessary to know and use advertising photography as a marketing strategy to become known as a brand and also the product that is presented, thus obtaining increased sales and profits in the enterprises.

Keywords: Photography, Advertising Photography, entrepreneurship, workshop, marketing, products, advertising.

INTRODUCCIÓN

Es preciso destacar la fotografía publicitaria como una rama artística en tendencia, del mismo modo es una excelente estrategia de marketing para aumentar el número de ventas y ganancias, ya que con ayuda de la creatividad representa visualmente atractivo a los productos o servicios de una empresa o emprendimiento. Ciertamente en una época digital, la fotografía publicitaria se conecta con el marketing y la publicidad, siendo que ambas son el principal medio de difusión de los productos, sin embargo, para lograr este objetivo es necesario que las imágenes expuestas sean de buena calidad, atractivas y se diferencien de la competencia.

Entonces como objetivo principal para la realización de este proyecto denominado Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023, fue fomentar el aprendizaje mediante lo teórico-práctico tomando en cuenta las habilidades de los habitantes de la comunidad que deseaban adquirir conocimientos y pongan en práctica para el crecimiento de sus emprendimientos o formarse como un profesional.

Para el desarrollo de la investigación con el apoyo del Palacio de las Artes ubicado en la misma comunidad, se realizó la planificación correspondiente para iniciar el taller, creando un cronograma de actividades adecuado para exponer temas relacionados al mundo de la fotografía publicitaria, asimismo se elaboraron fotografías dinámicas y creativas para el entendimiento de conceptos básico pero fundamentales en la fotografía, de manera que los estudiantes durante las clases comprendieran las técnicas y procesos que se realizan al momento de sesiones fotográficas de un producto.

El documento cuenta con un conjunto de apartados importantes como descripción, problemática, antecedentes históricos, sociales, económico y cultural, además con una fundamentación con sus respectivas referencias.

En la parte de ejecución de actividades, se describen todas las acciones realizadas, destacando los resultados obtenidos durante el taller. Se describen las estrategias creativas que lograron el éxito del proyecto, también las limitantes o adecuaciones que fueron necesarios ante problemas no planeados, pero que se lograron resolver sin afectar el resultado. Se incluye también la evaluación de los resultados.

Posteriormente, se presentan las conclusiones que evidencian el cumplimiento de objetivos, desarrollo y resultados obtenidos, mientras tanto se explican las posibilidades de continuar el proyecto con ayuda de recomendaciones que incrementen el seguimiento y mejora de futuros proyectos.

Por último, en el cierre del proyecto, se precisan las referencias utilizadas para identificar y localizar los recursos citados, así como los anexos fundamentales que respaldan el inicio y finalización de todo el esfuerzo.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El desarrollo del proyecto denominado "Taller de fotografía publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023", se propuso desarrollar el aprendizaje de habilidades fotográficas por medio de un taller de fotografía publicitaria para el crecimiento de emprendimientos locales en Antigua Cuscatlán y las necesidades de los propietarios para difusión y posicionamiento de sus productos.

La fotografía publicitaria tiene como único objetivo mostrar el producto que se quería anunciar, hoy su significado va mucho más allá. Con el paso de los años, las imágenes han ido adquiriendo un mayor protagonismo y su significado no se limita a esa idea inicial de dar a conocer aquello que el anunciante pretende vender. Hoy son el elemento más importante de cualquier campaña publicitaria y su principal reto consiste en transmitir los valores de la marca.

El taller se enfocó en adultos y jóvenes que deseen aprender esta disciplina y que les ayude de una buena forma a aprovechar este aprendizaje para la promoción de sus productos. Se tuvo un plazo previsto para la ejecución del proyecto de 3 meses. Se previó la gestión directa del grupo ejecutor del proyecto, que está conformado por estudiantes egresados de la licenciatura de Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico; garantizando así una enseñanza pertinente y apropiada para el entendimiento de los estudiantes que recibieron el taller. Se pretendió brindar herramientas y conocimientos útiles al grupo de participantes del proyecto antes mencionado.

Para el desarrollo del taller se propusieron 12 sesiones de clases, en modalidad presencial y con una duración de dos horas efectivas de trabajo teórico y

práctico. Dichos talleres se desarrollaron en el Palacio de Artes de la Alcaldía Municipal de Antiguo Cuscatlán. Con esto, los estudiantes podrán experimentar y realizar un excelente desarrollo aplicando así la fotografía publicitaria como un medio para promocionar un producto o servicio, presentándolo a los clientes de manera creativa e innovadora para convencerlos de comprarlo. Asimismo, ayudaría a reforzar la identidad de la marca o el mensaje que se quiere transmitir con una determinada campaña de marketing

Las fases operativas del proyecto se dividieron en cuatro etapas principales: planificación; revisión documental y análisis de contenido; implementación de taller fotografía publicitaria y exposición de resultados finales de fotografías. Estas, se desarrollaron de forma ordenada y concreta de acuerdo con el eje de líneas de acción planteadas con anterioridad. Cada una de las etapas determinó un conjunto de actividades a realizar con el fin de obtener los resultados proyectados por el grupo gestor, además de lograr que cada uno de los inscritos entendieran y aprendieran la utilización de una amplia gama de técnicas especiales para captar imágenes.

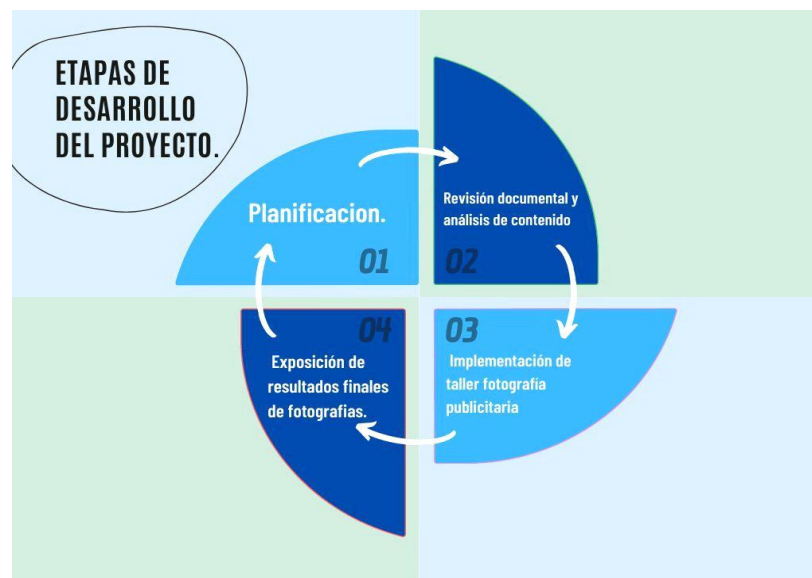


Figura 1: Etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: Elaboración propia

El uso de la fotografía, así como de la técnica del retrato contribuye activamente al desarrollo de las competencias básicas por parte de los alumnos. Se distinguen, así pues, varios tipos de competencias en las cuales se enmarcaron los aprendizajes adquiridos a través de la fotografía como recurso educativo. Tomando así una gran importancia en la realización de este taller de fotografía publicitaria.

Como resultado del taller de fotografía publicitaria, los estudiantes desarrollaron las habilidades necesarias para realizar una sesión fotográfica de un producto para la empresa o emprendimiento, de manera que demostraran sus aprendizajes en técnicas y conceptos claves para obtener resultados favorables de sus productos. Se considera importante la ejecución de este proyecto, para lograr que cada participante practique esta rama artística como un profesional junior.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

En el contexto de una comunidad, existen diversos factores por los cuales no se tiene fácilmente acceso a talleres de aprendizaje especializado en fotografía.

Generalmente asistir a un taller de fotografía, tiene un alto costo, dependiendo del equipo, las herramientas y materiales que se utilicen. Asimismo, tener acceso a una cámara profesional, requiere de una alta inversión, si se quiere profundizar en la práctica y/o dedicarse a la fotografía en un aspecto laboral, además se desconocen alternativas técnicas para solventar estas dificultades. Sin embargo, muchas personas se interesan en este tipo de formación y desean participar en cursos gratuitos dentro de las instituciones públicas.

Particularmente, los interesados en el municipio de Antigua Cuscatlán, acuden al Palacio de las Artes, pero los jóvenes y adultos de la zona, tienen un acceso

limitado de formación, ya que no cuentan con un personal capacitado para impartir este tipo de talleres.

A partir de esto, surge el interés de crear un proyecto enfocado en ofrecer y transmitir conocimientos sobre el arte de la fotografía desde la perspectiva artística y publicitaria. Con base en esto, egresados de la carrera en Diseño gráfico, fungirían como equipo gestor promoviendo y ejecutando esta iniciativa.

1.2.1 ELEMENTOS CONTEXTUALES.

- Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

Beneficiarios directos: los participantes de este proyecto, son personas residentes o aledaños de Antigua Cuscatlán, con una cantidad de 12 a 15 personas por clase como mínimo, entre ellos jóvenes y adultos, siendo un grupo de ambos sexos, en el rango de edades, entre 20 a 35 años, un grupo constituido por miembros de nivel socioeconómico medio bajo, sin embargo, el taller está dirigido a todo público sin costo.

El público, específicamente, son emprendedores de dicho municipio, estudiantes universitarios, entre otras personas que les interesa ampliar sus conocimientos sobre la fotografía.

Beneficiarios indirectos: la población salvadoreña, específicamente los habitantes del municipio de Antigua Cuscatlán, pertenecientes al departamento de La Libertad, y municipios aledaños, la población consumidora de los productos de emprendedores locales de Antigua Cuscatlán, así también se encuentra beneficiado el Palacio Municipal de las Artes, que es la institución en la que se está llevando a cabo el proyecto, junto con la Alcaldía municipal.

- Dinámica Territorial

- Datos Geográficos

Antigua Cuscatlán forma parte del área metropolitana de El Salvador y se encuentra ubicada en el departamento de La Libertad. Tiene una población aproximada de 48 027 habitantes y presenta un territorio de 19,41 kilómetros cuadrados.

- División Política

Antigua Cuscatlán posee una topografía variada, en donde se encuentran valles, montañas y lomas, sin embargo, el desarrollo urbano se representa con poco planteamiento. Su extensión es de 19.41 km² y la administración del Municipio se divide en cuatro distritos, los cuales se identifican de la siguiente forma: AC-1 DISTRITO CEIBA DE GUADALUPE. AC-2 DISTRITO PLAN DE LA LAGUNA. AC-3 DISTRITO MERLIOT. AC-4 DISTRITO LA REFORMA.

Posee un clima cálido y agradable durante todo el año. Hay un período de lluvias y otro de sequía claramente definidos. Esto permite a los pobladores organizar sus actividades de acuerdo a cada temporada.

- Datos Fundacionales

Los relatos indígenas ubican el origen de Antigua Cuscatlán en el año 1054. En tiempos de la conquista, en 1524, los españoles, comandados por Pedro de Alvarado dominaron a los nativos y se apoderaron del territorio.

La siguiente cronología señala los acontecimientos principales que tienen que ver con la fundación de la ciudad:

- El 12 de junio de 1824 se incorpora Antigua Cuscatlán al departamento de San Salvador.
- El 28 de enero de 1865 Antigua Cuscatlán fue incluido en el departamento de La Libertad y al distrito de Nueva San Salvador.
- El 30 de marzo de 1971 se le otorga el título de Villa.
- El 19 de febrero de 1987 se le confiere de conformidad a un decreto legislativo el título de Ciudad.

- Educación

El Municipio de Antigua Guatemala, cuenta con 21 Centros Educativos, entre públicos y privados. Las escuelas cuentan con nivel de educación parvularia, básica, media y superior, educación física y deporte, especial y artística. El 44% de los estudiantes que están cursando desde educación inicial hasta bachillerato están inscritos en un centro de estudios público y el 56% en uno privado.

Entre los colegios de Antigua Guatemala, en su gran mayoría religiosos todos con un ambiente muy familiar y unos profesores muy fieles al proyecto educativo a desarrollar, que potencian la educación global de las áreas sociales, científicas y humanísticas.

El Instituto Nacional de Antigua Guatemala, ofrece enseñanza técnico-profesional, formación académica de licenciatura y educación de adultos, así como cursos de capacitación y extensiones universitarias.

- Seguridad

La seguridad del país se ha visto afectada principalmente por las pandillas, que se han convertido en las últimas dos décadas, en el foco de las políticas de seguridad ciudadana. Por esta problemática, los salvadoreños se han visto afectados en muchos aspectos; uno de ellos son los emprendimientos, que se habían minimizado, por lo tanto, tenían dificultades para posicionarse, porque habían amenazas de renta o extorsión por parte de estos grupos delincuenciales. Sin embargo, en la actualidad hay un poco más de apertura y control a nivel de seguridad, y hacen frente a las fuerzas de seguridad del Estado en municipios más afectados principalmente.

En Antigua Guatemala, a fin de reforzar la seguridad, la comuna del municipio informó sobre la contratación de 50 agentes que se unen al CAM para

incrementar los dispositivos en la zona. En gran parte, se encuentra un sistema de video vigilancia #SmartCity, el trabajo y coordinación de todo un equipo, logra en tiempo real, la identificación de sospechosos, el rastreo del recorrido y la intercepción de los mismos, esto permite incrementar la seguridad y convierte a Antigua Cuscatlán, en un municipio más seguro y con una buena condición para que se desarrolle el comercio y los emprendimientos en la zona.

- Desarrollo Económico

Antigua Cuscatlán es una ciudad con una pujante y activa economía. En el área agrícola la actividad se centra en la siembra de café, granos básicos y hortalizas variadas. En el renglón de la cría se trabaja con ganado vacuno y porcino y también aves de corral.

El desarrollo de grandes industrias y fábricas le otorgan diversificación en la producción de materiales de índole textil, plástico y metales. La Zona Industrial Santa Elena, el Plan de La Laguna y Merliot son los grupos empresariales más representativos.

El gran desarrollo económico de la ciudad redonda en la disponibilidad de variedad de puestos de trabajo por la cantidad significativa de fábricas, oficinas y empresas existentes. Entre las principales están las oficinas corporativas de Torre Avante, Avianca El Salvador, la Embajada de Estados Unidos, centros comerciales importantes y estaciones de radio.

- c. Dinámica Sectorial

- Cultura.

Antigua Cuscatlán, es un municipio con grandes manifestaciones culturales, calor humano y alegría. Cuando se recorren sus espacios, se evidencia la presencia de elementos arquitectónicos de su pasado colonial, entrelazados

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antiguo Cuscatlán 2023

con exquisitas construcciones modernas que se distinguen en casas, comercios, avenidas, calles e industrias.



Figura 2. Mapa de Antiguo Cuscatlán. Fuente: Google maps Antiguo Cuscatlán.

- Costumbres y Tradiciones.

La tradición o festividad más representativa de la Antigua Cuscatlán es sin duda alguna la celebración de sus fiestas patronales. Allí se encierran un cúmulo de tradiciones y costumbres en torno al recuerdo de los “Niños Inocentes” cada 28 de diciembre. Es una gran fiesta de origen religioso que evoca a todos los niños que murieron en manos del cruel Herodes que buscaba asesinar a Jesús. El 12 de diciembre se venera y se honra a la Virgen de Guadalupe.

- Palacio municipal de las artes.

En la dinámica sectorial de la comunidad, se promueve el arte y la cultura, dentro de la institución del moderno edificio de dos niveles del Palacio de las Artes, ubicado frente al parque central del municipio de Antiguo Cuscatlán, del departamento de La Libertad, de la mano con la Alcaldía municipal.



Figura 3. Actividad del Palacio de las Artes. Fuente: Noticias municipales de Antigua Cuscatlán.

Realizan diferentes cursos y talleres, para niños, jóvenes y adultos, en diferentes áreas y especialidades. Se imparten clases con duración de dos horas. Poseen óptimas condiciones dentro del edificio, los salones cuentan con aire acondicionado, mobiliario en buen estado, iluminación, limpieza y orden en general. Por lo tanto, el proyecto se sumó a este espacio para realizar un taller de fotografía publicitaria, con el objetivo de promover y fomentar el arte y la cultura. Asimismo, apoyar a los emprendedores, que deseen brindar una presentación más atractiva de sus productos por medio de la fotografía.

Se presentaron temas indispensables a nivel básico en la fotografía, como: Triángulo de exposición, ISO, apertura, diafragma, la perspectiva, la composición, el encuadre, el enfoque, estos son elementos que componen una fotografía armoniosa y visualmente estética. Luego, se realizaron prácticas fotográficas por medio de sesiones en un lapso de media hora, posteriormente a la clase teórica.

Finalmente se propuso llevar a cabo una exposición y presentación de los resultados de las fotografías que se realizaron durante el taller, para apreciación y evaluación de los aprendizajes obtenidos.

1.2.2 JUSTIFICACIÓN

La importancia del proyecto de gestión cultural, está enfocado en la promoción del sector de las industrias culturales y creativas, en función a la enseñanza y el aprendizaje de las artes, específicamente la fotografía; ya que por años, esta ha sido considerada una de las actividades artísticas más importantes del ser humano, que en particular despierta una curiosidad por ver las cosas desde otros ángulos. Su relevancia se debe a su evolución y la variedad del uso de la cámara y fotografía que es ilimitada.

La calidad de una imagen digital, dependerá de la calidad artística del fotógrafo. La fotografía publicitaria, es un medio de expresión y comunicación, que se ha convertido en uno de los campos más creativos dentro del mundo de la imagen, su objetivo es mostrar un producto o servicio, de la forma más atractiva posible, y así generar las ventas. El mundo contemporáneo exige este tipo de conocimiento.

En el departamento de La Libertad, del municipio de Antigua Cuscatlán, se encontró la necesidad de fortalecer las capacidades de los pequeños emprendedores en el área de publicidad, ya que hay muchos negocios que buscan crecer, mejorar sus ingresos y darse a conocer en el mercado. En este contexto, la fotografía juega un papel importante en el mundo de la publicidad y el marketing, para ello se brindó un taller de fotografía publicitaria, como elemento estratégico con el objetivo de promover y dar a conocer mejor sus productos y volver más efectivo el esfuerzo e inversión que realizan.

Este proyecto abordó la fotografía con un enfoque en el ámbito sociocultural, por medio de los talleres que se impartieron en el Palacio. El curso desarrolló conocimientos básicos en cuanto al equipo y técnica fotográfica; con el fin de poder brindar los conocimientos y habilidades necesarias. El diseño y desarrollo de las clases, se dio por medio de la metodología de aprendizaje teórico-práctica, realizando prácticas de ejercicios en cada sesión, brindando los

contenidos básicos de la fotografía, que los/as personas tuvieron la capacidad de dominio y manejo de la cámara, además de conocer principalmente elementos como la composición, perspectiva, enfoque, y descubrir diferentes ángulos, así mismo poder capturar y entender el proceso fotográfico.

Los beneficiarios fueron el público interesado en recibir el taller, el cual fue presentado para un determinado grupo de jóvenes y adultos, mayormente emprendedores del municipio, teniendo en común un interés de aprendizaje sobre la fotografía. De esto, se obtuvo como resultado, conocimientos y la comprensión de cómo lograr tener una mejor opción para promocionar sus productos explotando la fotografía publicitaria.

Para poder identificar que se ha logrado el objetivo de la investigación, se realizó una encuesta, que permitió conocer las diversas opiniones de los jóvenes y adultos sobre el taller y poder identificar sus aprendizajes. A raíz de esto, se constató que se obtuvieron resultados muy satisfactorios del taller cómo superar el reto de poder realizar mejores fotografías y lograr el objetivo de poder crear imágenes que realmente sean efectivas para la publicidad, la cual se considera uno de los géneros fotográficos más lucrativos y factibles de monetizar.

II. OBJETIVOS.

2.1 GENERAL

2.1.1 Desarrollar habilidades fotográficas en jóvenes y adultos de Antigua Cuscatlán, por medio de un taller de fotografía publicitaria para emprendimientos locales

2.2 ESPECÍFICOS

2.2.1 Contextualizar el crecimiento de emprendimientos locales en Antigua Cuscatlán y las necesidades de los propietarios para difundir y posicionar sus productos.

2.2.2 Definir contenidos y área temáticas a desarrollar en el taller de fotografía publicitaria.

2.2.3 Desarrollar el taller de fotografía con jóvenes y adultos inscritos en el Palacio de las Artes en coordinación con la Alcaldía Municipal.

2.2.4 Evaluar los resultados del taller y socializarlos en una exposición fotográfica efectuada en la sala de exposiciones del Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán.

III. CONTENIDO GENERAL.

3.1 FUNDAMENTACIÓN

Los seres humanos se encuentran en un mundo de constantes cambios positivos o negativos. Sin embargo, unos de los mayores cambios es la tecnología, en la actualidad se ha vuelto una época digital donde las imágenes tienen un mayor efecto en las personas, entonces la fotografía cumple un papel muy importante como un arte visual.

De tal manera, este proyecto tiene como objetivo fundamental fomentar el aprendizaje de la fotografía como rama artística; poder comprender, conocer y fortalecer el conocimiento de los diferentes géneros fotográficos; siendo así, este documento se enfocará en la fotografía publicitaria, ya que esto proporcionará a los habitantes de la comunidad de Antigua Cuscatlán departamento de La Libertad, conocer y aprender las teorías para desarrollar las habilidades necesarias en las tomas fotográficas. Lo anterior, con el fin de un beneficio propio, ya sea como un pasatiempo o prosperar en sus emprendimientos, dado que la comunidad fortalece un desarrollo económico, social y cultural brindando talleres, capacitaciones a niños, jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes, en diferentes áreas para dar más oportunidades laborales. De modo que, a través del proyecto de fotografía publicitaria, se abarcara el campo del marketing ayudando así, en brindar más publicidad a los productos o servicios de emprendimientos de la comunidad.

3.1.1 Economía naranja.

La economía naranja es un modelo productivo en el que los bienes y servicios que se comercializan y que tienen un valor intelectual, debido a que surgen de las ideas y del conocimiento de sus creadores. Explicado de otra forma, son todas las actividades económicas relacionadas con el arte, la cultura,

investigación, ciencia, tecnología, entre otras, en las que la creatividad es la principal característica. Por ello, también es conocida como economía creativa.

La utilización de máquinas para automatizar procesos industriales que tradicionalmente eran realizados por seres humanos ha contribuido a impulsar una economía cada vez más basada en el talento, la imaginación, la cultura, entre otras características que solo podemos encontrar en las personas. Por ello, la economía naranja está considerada como uno de los sectores de mayor crecimiento y creación de riqueza para el futuro.

Este proyecto está enfocado en la realización de un taller de fotografía, capacitando a un grupo de personas interesados en aprender acerca del arte de la fotografía publicitaria, realizando así un servicio, en los que se les está ofreciendo a cada uno de los inscritos aprendan un poco acerca de diversos temas enfocados en la fotografía.

En el desarrollo del taller se recibió el apoyo del Palacio de Las Artes, en el que se imparten una diversidad de talleres aparte del ya mencionado. La importancia de la realización del taller es que las fotografías se usan para contar historias, vender productos y capturar momentos; para que aquellos que desean desarrollar habilidades y talentos en esta área, pueden adquirir conocimientos y desarrollar competencias necesarias para tomar fotografías. Este itinerario introduce en: los fundamentos de la fotografía; el equipo esencial, incluyendo cámara, lentes, flash y demás accesorios; aprender los conceptos básicos y empezar a usar las herramientas para crear. En esta última parte en concreto, se entra en el campo de la economía naranja ofreciendo un servicio y un beneficio social en lo cultural.

Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos

innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.

3.1.2 Contexto geográfico.

Antiguo Cuscatlán cuenta con diferentes costumbres y tradiciones culturales, se puede observar en el recorrido de la comunidad, ver reflejados elementos arquitectónicos con estilo colonial y otras estructuras que fueron reconstruidos de manera moderna como el Palacio de las Artes.

Cuenta con una población de 36.698 habitantes, donde las personas de la comunidad participan en las diferentes actividades que se realizan en la zona, desde celebraciones culturales, sociales, campañas y servicios de salud, entre otros servicios que ofrecen, así como también fomentar diferentes cursos en las instalaciones del Palacio; también, conceder permisos en el Parque Central en Antiguo Cuscatlán para realizar diferentes celebraciones pertenecientes de otros lugares.

El Palacio de las Artes es una institución donde se promueve tanto el arte como la cultura de Antiguo Cuscatlán, contando con dos niveles y varios salones para desarrollar los talleres y capacitaciones para todas las edades que están designadas en su respectivo horario y herramientas necesarias para la ejecución. Se encuentra ubicado frente al parque central del mismo municipio, perteneciente al departamento de La Libertad, un lugar moderno para fomentar la cultura del municipio de Antiguo Cuscatlán.

3.1.3 La fotografía.

La fotografía se ha expandido rápidamente en todo el mundo en los últimos años, siendo un período tecnológico. Han aparecido más fabricantes de cámaras fotográficas con diferentes modelos, que cada vez son más avanzados, sin embargo, se debe recordar el inicio, cuando se creó la primera cámara en la década de 1930.

El descubrimiento de la fotografía se realizó gracias a la cooperación de diferentes personajes, donde cada inventor contribuye a mejorar y crear nuevos modelos con más calidad a través de los años. Entonces se conoce que la primera cámara se desarrolló hasta el siglo XIX, sin embargo, ya se habían probado otros aparatos para demostrar su eficacia al plasmar una imagen. Uno de estos prototipos fue la cámara oscura, donde está conformada por una simple caja cerrada, contando con un pequeño agujero para que pase la luz.

Para comprender mejor este proceso Librera (s.) expresa lo siguiente: "La cámara oscura, término que deriva de "camera", que en latín significa "habitación" o "cámara", es un instrumento óptico que permite obtener una proyección plana de una imagen externa sobre la zona interior de su superficie." ; de tal manera que fue un gran descubrimiento en ese momento, ya que poder obtener una imagen de este tipo fue muy novedoso, tanto que muchas personas querían obtener fotografías sobre todo los retratos, por lo que durante muchos siglos este prototipo se utilizó como un medio de entretenimiento.

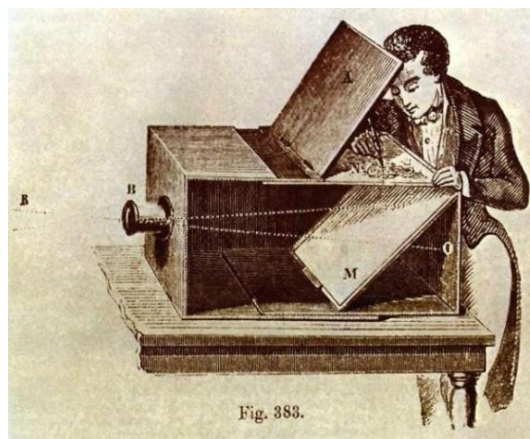


Figura 4: La cámara oscura. Fuente: fotosantelmo

Sin embargo, como constituye un aparato complejo como la cámara oscura, en la fotografía, debe conocerse y comprender los diferentes significados de que es una cámara oscura para entender en sí su funcionalidad, Librera (s.f.) afirma que la cámara oscura: "Consiste en una caja cerrada y un pequeño agujero por

el que entra una mínima cantidad de luz que proyecta en la pared opuesta la imagen del exterior. Si se dota con papel opuesto la imagen del exterior. Si se dota con papel fotográfico se convierte en una cámara fotográfica estenopeica." También Thomsen (2018), explica que: "Se trata de una caja cerrada con un pequeño agujero por donde entra la luz. Esta luz proyecta la imagen del exterior al interior de la caja: si se coloca un material sensible a la luz en la pared interior, se consigue una especie de fotografía".

De tal manera, se puede entender mejor este proceso con la explicación que Albornoz (2012) expone: "Si en una caja cerrada hacemos un orificio pequeño y colocamos un objeto iluminado por delante, dentro de la caja aparecerá la imagen del mismo invertida. Cada punto de la escena refleja la luz que recibe en forma de un haz que se extiende en todas direcciones. Debido a que la luz se desplaza en línea recta y la cámara solo tiene un pequeño agujero, solo puede pasar un único rayo de ese haz, que llega al fondo de la caja convirtiéndose en un *punto* de la imagen en el fondo de la caja.

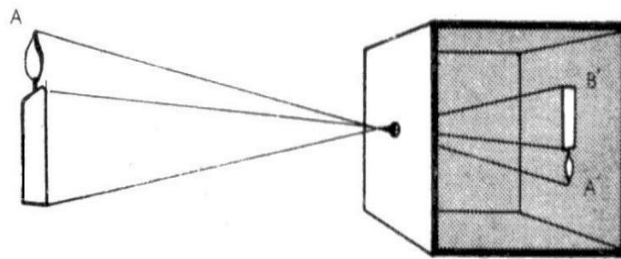


Figura 5: Esquema de funcionamiento de la cámara oscura. Fuente: todo-fotografía.com

Exponiendo los diferentes conceptos del proceso de la cámara, se puede comprender que se entrelazan, por lo que es comprensible mencionar que este proceso en su momento fue complejo y que requería de mucho tiempo como también paciencia por parte de los fotógrafos. Aunque fue gracias al inventor Joseph Nicéphore Niépce que pudo mejorar el prototipo: "Dentro de la caja se

instaló una placa cubierta de betún que se endurecía con el contacto de la luz. Una vez terminado el proceso, se limpiaba el betún que no había endurecido y la imagen permanecía” (Thomsen, 2018).

Para 1826 Joseph Nicéphore Niépce logró crear la primera imagen fija de la ventana de su casa en la región de Borgoña, Francia; una fotografía muy famosa que pasó a la historia ya que fue considerada la primera fotografía donde denominaron a esta técnica como heliografía y la fotografía como "Punto de vista desde la ventana en Le Gras", donde se registró que el proceso duró ocho horas de exposición.



Figura 6. Punto de vista desde la ventana en Le Gras. Fuente: LAVANGUARDIA

Sin embargo, la primera cámara fue inventada hasta 1839 por el inventor Louis Daguerre, bautizando en su honor este descubrimiento como daguerrotipo. Mejoró la cámara oscura y disminuyó el tiempo requerido para el proceso de crear una fotografía, con placas que ya estaban hechas de cobre y recubiertas con plata, aunque la imagen no quedaba grabada por lo que se pasaba por un proceso químico para que la imagen resalta.

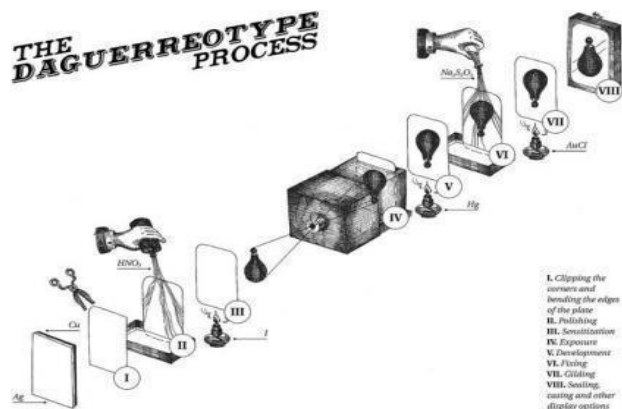


Figura 7. El proceso del daguerrotipo. Fuente: LAVANGUARDIA

Por otra parte, la definición de la palabra fotografía, gracias al diccionario de la Real Academia Española (RAE), Librería (s.f.) expone: *"procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor"*.

Cabe destacar, que la fotografía empezó a ser de utilidad cuando acontecimientos importantes como la Segunda Guerra Mundial debían ser registrados, dando inicio a la fotografía periodística; que gracias a un reportero a quien se le dificultaba el peso y tamaño de la cámara, se creó la primera cámara Kodak, aunque también es necesario mencionar que con la llegada de la segunda revolución industrial; se dio la necesidad de comunicación comercial, dando inicio así el famoso capitalismo, donde a partir de este momento comenzó la diferenciación entre la competencia.

Como se sabe, la fotografía ahora es considerado un arte y una técnica que consiste prácticamente en poder capturar imágenes gracias al uso de una cámara, sin embargo, existen una variedad de tipos de cámaras fotográficas o en estos casos teléfonos inteligentes. Siendo que la fotografía es utilizada en diferentes campos, cabe mencionar a la publicidad, la investigación científica y documentación histórica como un recurso para registrar acontecimientos u objetos que pasarán a la historia; periodismo, moda o hasta retratos.

Librera (s.f.) confirma que: "La palabra fotografía literalmente significa "dibujar con luz", que se deriva de la palabra griega 'foto', que significa luz, y 'grafico', que significa dibujar." Entonces, se puede comprender que una fotografía es dibujar con la luz, ya que en una fotografía su principal objetivo es capturar una imagen, pero es indispensable la luz, de manera que se debe manejar correctamente esta sensibilidad.

Desde ese momento; la fotografía como se la conoce, se desarrolló significativamente, siendo un producto muy atractivo tanto que había nuevos fabricantes y diversos modelos, de tal manera que Thomsen (2018) explica que: "En la década de 1930 se inventaron las primeras cámaras instantáneas, que no necesitan revelado", aunque una de estas cámaras, contenían un sistema de crear un revelado al momento. Por supuesto estas cámaras pertenecían a la marca estadounidense Polaroid, siendo que en su momento fue muy reconocible, pero actualmente las marcas sobresalientes son las CANON, SONY y NIKON, que contienen un catálogo extenso en cuanto a cámaras fotográficas y lentes refiere.

El siguiente avance de la fotografía fueron las cámaras digitales, siendo que estas cámaras ya contaban con un sistema más sofisticado, se trataba del almacenamiento. Años antes los datos de las imágenes se guardaban mediante carretes, pero crearon una memoria donde a través de un ordenador se podía descargar. Librera (s.f.) comenta que " la fotografía es un fenómeno social. Desde su invención en 1839 se ha usado para distintos fines: científicos, policiales, viajes, retratos, paisajes, ventas o hasta selfies de hoy en día." Sobre todo, porque actualmente gracias a la tecnología, la fotografía se ha hecho muy viral en las redes sociales, por lo que es muy novedoso hoy en día.

Se puede mencionar que otros de los mayores avances a través de los años fue que anteriormente las imágenes se podían tomar solo en blanco y negro, sin embargo, actualmente se puede disponer de tecnología avanzada por lo

que las imágenes contienen diversos colores y teniendo una fotografía de mayor calidad.

De la misma forma en que las cámaras fotográficas han avanzado con la ayuda de la tecnología, hoy en día si no se tiene una cámara profesional, se puede utilizar la cámara de los teléfonos, las cuales ofrecen múltiples ventajas como ser un aparato más práctico y que permite usar cualquier sistema operativo y facilitar la toma de fotografías. Por otra parte, en la actualidad, existen diferentes accesorios para versatilizar la fotografía.

3.1.4 La fotografía publicitaria.

Tanto la publicidad como la fotografía son de campos diferentes, pero se complementan muy bien. En el caso de la publicidad, se le conoce a finales del siglo XIX con una finalidad de mostrar de manera gráfica los productos o servicios. Lara (2018) afirma: "la fotografía publicitaria es aquella que busca persuadir e invitar al cliente a que compre, desee y haga lo imposible por tener el producto o servicio que ven en una imagen". De tal manera que, si se logra el objetivo, se tendrá un aumento de compra por medio de los nuevos clientes.

Debe comprenderse que la fotografía publicitaria es uno de los puntos claves para el marketing de la empresa, ya que para poder promocionar y aumentar sus ventas, sin importar que tan grande o pequeña sea debe tener como apoyo fundamental una excelente estrategia de marketing, para así poder lograr alcanzar los objetivos y gestionar todo lo relacionado a la empresa.

A pesar de que el origen de la fotografía publicitaria, en un inicio su único objetivo era poder presentar el producto final, actualmente no es solamente eso, sino que ahora las imágenes van adquiriendo más de un significado, aunque es presentar un producto o servicio; esto ha cambiado, dado que ya no se observa sólo lo que se propone vender, en este caso sería el producto, sino que también juega un papel importante transmitir los valores empresariales. En este

sentido, la imagen de la empresa actualmente es muy importante transmitir, siendo que en las campañas publicitarias o cualquier otro tipo de publicidad, la empresa debe tener mucho cuidado de la imagen que presenta al público.

Aunque debe reconocerse que en la fotografía publicitaria se podrá jugar con la realidad de la imagen, manipulándola al contexto necesario, aunque Lara (2018) afirma: "toda empresa que tenga una estrategia agresiva de comercialización y promoción necesita una serie de fotografías idóneas para llegar a su público objetivo", aunque la empresa desee éxito, necesita que tanto el producto como un servicio se logre reflejar la esencia y el valor del producto que adquiere el consumidor sea lo mismo para así tener buenos comentarios.

"En un primer momento captar la atención de los clientes, pero también juega un importante papel en la toma de decisión de compra y en la fidelización. Emplea como soportes tanto la prensa escrita (periódicos o revistas), como vallas publicitarias, flyers, televisión... Por supuesto, no se limita al mundo offline, sino que también está muy presente en el ámbito digital (UNIR, 2023).

La fotografía publicitaria es una rama especializada de la fotografía, donde consta de tres puntos principales para que el resultado sea un éxito. En primer lugar, se debe despertar el interés del público, siendo muy creativo y original a la hora de presentar diferentes ideas; en segundo lugar, mostrando un mensaje, donde el consumidor pueda comprender lo presentado; y finalmente el tercer punto es provocar la compra, de manera que este último mostrará el resultado final de seguir los tres puntos principales para obtener el éxito en una fotografía publicitaria.

Entonces la presentación de imágenes de diversos productos o servicios es importante y debe poner en práctica los primeros dos puntos para plasmar diferentes ideas y se debe recrear un escenario donde muestre el producto como el mejor y único protagonista, para que el resultado sea un éxito. "Un

El fotógrafo publicitario necesita tener en mente que está retratando un producto. El cual tiene dos metas: captar la atención del público y lograr que el producto se vea atractivo para comprarlo" (Figueroa, s.f.).

3.1.5 La fotografía de productos.

Esta rama es la base de la fotografía publicitaria, porque su objetivo principal es que el producto sea la estrella en la imagen, al mismo tiempo es uno de los tipos más conocidos y amplios. Sin embargo, con la ayuda de la composición se puede agregar más elementos que complementen a sobresalir al producto presentado.

La fotografía de productos en algunas sesiones, son más complejas que otras, dado que ciertos productos requieren más tiempo de realización y materiales esenciales para que la toma sea perfecta, como también dicho producto debe representarse en su estado más perfecto y más deseable para acaparar la atención de la vista del público. Aunque cabe destacar que al terminar la sesión fotográfica la edición de la fotografía debe ser mínima, incluso si es necesario es mejor no retocarla a menos que sea necesario para así conservar la naturalidad de la imagen y del producto mismo.

3.1.6 La fotografía gastronómica.

Como su nombre lo dice es la representación de imágenes de diferentes tipos de comida, y con la tecnología y redes sociales es más común encontrar anuncios o fotografías atractivas de comida. Esta rama de la fotografía publicitaria puede ser más compleja de lo que se piensa, ya que como fotógrafo deben considerar un factor clave, esta es la sensación de consumir del público.

De tal manera que es necesario plasmar ideas muy creativas para que la comida presentada sea el único protagonista, aunque se puede tener más facilidad al crear un bodegón creativo, utilizar otros elementos secundarios para

así buscar un ángulo correcto y finalmente obtener una fotografía, que con la ayuda de una buena edición el resultado será muy satisfactorio. Debe tenerse en cuenta que, si con la fotografía se logra atraer la vista del cliente, el objetivo estará completo: recordando que entre más apetecible se observe la comida en la fotografía, más atracción provocará en el público.

3.1.7 La fotografía de moda.

Este tipo de fotografías son muy comunes, ya que podemos observarlas en carteles, revistas, periódicos hasta redes sociales, entre otros; de manera que consiste en vender al público meta un estilo de vida según la marca desea. Esta rama en la fotografía publicitaria al ser de las más común como mencionamos anteriormente, muchos de los fotógrafos inician con ella ya que se tiene libertad y es una manera de ganar experiencia a través de estas fotografías.

Figuroa (s.f.) expresa que: "Siempre las marcas buscan capturar esos momentos y poder publicarlos en las distintas plataformas de medios". Actualmente la tecnología ha avanzado drásticamente por lo que es muy común ahora ver que en redes sociales se encuentran ventas de diferentes productos, siendo uno de los más comunes la ropa o comida, ya que en redes sociales mediante los post o historias se hacen virales por lo que atraen más público.

3.1.8 Nuevos emprendimientos.

El emprendedurismo es la capacidad de idear, gestionar, y llevar a cabo proyectos, transformando ideas en productos, servicios y negocios en general. Aunque hoy en día, el emprendedurismo es una palabra bastante popular, no es un término tan actual como parece, pues comenzó a ganar notoriedad en el

mundo académico a mediados de 1945, por el economista austro-estadounidense Joseph Schumpeter (Lopez, 2023).

En El Salvador, los emprendimientos se desarrollan en un 60,8% por una necesidad (consumo familiar) y en un 37,6% por aprovechar una oportunidad para generar ingresos. Esto conlleva a que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos, y tener una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo.

Así mismo incrementando posibles empleos y la competitividad nacional. Es por esto, que se generan talleres como el de Fotografía Publicitaria, en el área de Antigua Cuscatlán, siendo una comunidad próspera y muy enriquecedora en los negocios; tomando en cuenta esto, es necesario desarrollar como un elemento estratégico en el conocimiento de la fotografía, con el objetivo de promover y dar a conocer mejor los productos, de tal manera que será más efectiva la inversión y esfuerzo que realizan en cada negocio local.

Los talleres se desarrollan en el Palacio de las Artes de dicho municipio, en los cuales se pretende poder brindar los elementos necesarios para generar una imagen atractiva visualmente hacia el público, como motivo de estrategia de marketing y creación de artes para redes sociales. Anónimo (2020) explica "La fotografía con un fin publicitario busca mostrar las virtudes de una persona, producto o servicio con el fin de incrementar las ventas o respuestas por parte de consumidores".

El potencial de crecimiento de los negocios depende mucho de las aspiraciones de los emprendedores, pues solamente cuando los emprendedores aprenden y aplican los principios fundamentales que rigen la innovación, el crecimiento y la creación de valor de sus marcas, surgen empresas con alto potencial de crecimiento para convertirse en empresas establecidas.

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

A continuación, se describen los puntos positivos, limitaciones, estrategias creativas y adecuaciones realizadas en el proyecto “Taller de Fotografía Publicitaria” desde su concepción, ejecución y finalización impartido en el Palacio de las Artes.

3.2.1 Puntos positivos.

- Desde el inicio, el proyecto fue aprobado y muy bien recibido de parte de la Institución, puesto que no contaban con un equipo que brindara este tipo de talleres, respecto a la fotografía. La institución cuenta con instalaciones adecuadas para brindar clases, buena iluminación, aire acondicionado, mobiliario y equipo necesario para el desarrollo del taller.
- Cabe destacar la capacidad del equipo gestor, para la planificación de este proyecto, la organización de poder diseñar un programa de aprendizaje, para enseñar o presentar a los participantes habilidades, técnicas o ideas prácticas de fotografía publicitaria que después podrán usar en sus negocios o en su vida cotidiana.
- La coordinación del equipo para el manejo del tiempo, de poder organizar las actividades y tareas asignadas correspondientes al taller, ya que cada gestor cuenta con un empleo que demanda muchas horas laborales, pero se logró coordinar ambas partes con éxito.
- Los beneficiarios siempre mostraron mucho interés en cada tema a desarrollar, ésta parte sería de las más primordiales; pues un taller requiere de iniciativa personal y constancia. Se cuenta con un grupo

pequeño de alumnos; por lo tanto, se les brinda atención más personalizada.

- El taller se desarrolló utilizando una cámara profesional y teléfonos inteligentes de cada alumno, los cuales sacaron el mayor provecho, no solo para la toma de fotografías; si no también para la edición de cada una.
- Se realizó una visita al parque Jardín Botánico de la Laguna, siendo una visita muy agradable para capturar fotografías del lugar, rodeados de la naturaleza y el empeño que ha puesto cada alumno, se ha visto reflejado satisfactoriamente en cada ejercicio fotográfico.
- Se realizó una sesión especial dedicada a la toma de fotografías de lugares y eventos más relevantes de Antiguo Cuscatlán, en el cual se realizó un recorrido por las calles principales del municipio.

3.2.2 Limitaciones.

Entre las limitantes encontradas se pueden señalar:

A nivel administrativo, se complicó desde el inicio la aprobación de la carta de autorización para dar inicio al taller en la institución debido a aspectos administrativos.

Otra limitante que se presentó dentro de la institución, fue que no se dio autorización de parte del responsable, para realizar la exposición que se había planteado para culminar el taller; de parte del equipo gestor, se realizó la gestión correspondiente, pero no se obtuvo confirmación.

El Palacio de las Artes se había comprometido en brindar un presupuesto necesario para la elaboración de una exposición como parte de la finalización

del taller de fotografía publicitaria, no obstante, el palacio no otorgó ninguna respuesta de aprobación tanto del presupuesto como la exposición fotografía que se realizaría en el lugar el 29 de junio del 2023.

El modelo de gestión que se utilizó, fue la gestión mixta, pues el proyecto estaba planteado en beneficio a una comunidad, que es del municipio de Antigua Cuscatlán; y para que esto fuera posible, se acudió a la institución del Palacio de las Artes de dicho municipio. Para la ejecución de este taller, fue necesario hacer uso de los recursos que se brindó de parte de la institución, se contaba con muy buenas instalaciones, espaciosas, con aire acondicionado, buena iluminación, así también el mobiliario, sillas, mesa, pizarra, pupitres, T.V, proyector, y los recursos propios de cada responsable del taller, cámara profesional, material didáctico, productos para ejercicios.

3.2.3 Estrategias creativas.

Se elaboraron presentaciones en power point como un medio para explicar los contenidos a los estudiantes con ayuda de teorías e imágenes de referencia para que obtengan una mejor comprensión de los temas expuestos de la fotografía en general y la fotografía publicitaria.

En la primera clase todos los estudiantes tomaron fotografías con la cámara fotográfica y con el teléfono móvil, para observar las habilidades de cada uno, sin embargo, la finalidad era que los estudiantes observarían las primeras fotografías tomadas en el taller y las últimas que realizaron, así como también los ejecutores observaron cómo avanzaron las habilidades de los estudiantes con la fotografía.

A través del taller algunos de los estudiantes no pudieron continuar, otros no asistían en algunas clases, sin embargo, se incorporan nuevos estudiantes al taller manteniendo un grupo estable y de la misma manera se les compartió tanto las presentaciones como los folletos.

En cada clase se elaboraba según el tema un bodegón o escena diferente para que con lo expuesto en clase los estudiantes practicarán, donde también se les diera observaciones para que con el tiempo mejoraran sus habilidades.

No todos los estudiantes tenían cámaras fotográficas, por lo que se propuso que en la práctica se turnaran entre los estudiantes para tomar fotos con la cámara que tenían los ejecutores, sin embargo, al ser una cantidad considerable de estudiantes todos tenían la oportunidad de utilizar la cámara fotográfica.

Los estudiantes tuvieron la oportunidad de tomar fotografías con una cámara fotográfica, aunque no era obligatorio, se le dio la elección a cada uno si querían utilizar los celulares para más comodidad, sin embargo, se les otorgo el conocimiento a los estudiantes como funciona y se maneja una cámara fotográfica formal en una sesión de fotografía.

Se obtuvo experiencia en el área de fotografía publicitaria con fotografía de productos y comida para las estudiantes que participaron en el taller para desarrollarlo como ámbito profesional o personal.

Otorgar folletos de resúmenes de cada clase teórica relacionada con el tema impartido de manera presencial en el Palacio de las Artes en Antigua Cuscatlán, fue positivo para que los estudiantes obtengan más información detallada e importante de la fotografía.

Se creó un grupo privado en la red social de WhatsApp para resolver dudas de los estudiantes que obtenían con las clases, a su vez algunos de los estudiantes compartían fotografías de lugares que visitaban, mascotas, paisajes, retratos u objetos, entre otros, para que los ejecutores observan y brindaran correcciones o felicitar por las buenas tomas de fotografías que realizaban como manera de práctica, además de motivarlos.

Se les recomendó que tomaran diferentes tipos de fotografías y poner en práctica lo aprendido en el taller de fotografía publicitaria de forma continua.

Se llevó a cabo un monitoreo del proceso a través de una lista de asistencia de los estudiantes en cada clase, como también fotografías de la realización de clases de manera presencial en un salón otorgado por el Palacio de las Artes en Antigua Cuscatlán.

Los participantes del taller eran jóvenes y adultos, siendo esto una ventaja dado que se presentaron algunos temas complejos que eran difíciles de comprender, sin embargo, el desarrollo fue un excelente resultado.

Se realizó un cronograma y actividades según el tema, pero ser espontáneo, creativo y responsable desencadenó un excelente resultado en las fotografías de los estudiantes, dado que pudieron desenvolver sus habilidades fotográficas que pueden poner en práctica en la vida cotidiana como un pasatiempo o de manera laboral con un emprendimiento.

3.2.4 Adecuaciones.

Para la visualización de las presentaciones en power point de las clases, el Palacio de las Artes proporcionó un proyector a los ejecutores, sin embargo, a mitad de la ejecución, por la cantidad de talleres se cambió a una tv de pantalla grande.

Para la clase de fotografía de moda no se realizó la sesión por problemas personales del modelo, de manera que realizó una sesión de velocidad de obturación, como retroalimentación para los estudiantes.

A petición de los estudiantes del taller de fotografía publicitaria se hizo una modificación el cronograma de clases que se realizó al inicio del proyecto, se llevó a cabo una salida de campo al Jardín Botánico ubicado en la comunidad de Antigua Cuscatlán para una práctica al aire libre.

Debido a que el Palacio de las Artes proporcionará un presupuesto para la exposición del taller, se solicitaron cuatro fotografías por estudiante tamaño tabloide, sin embargo, tres de las fotografías expuestas tenían que ser representativas de Antiguo Cuscatlán y una de temática libre, por lo que se modificaron las dos últimas clases del cronograma para que los estudiantes tomaran fotografías de la comunidad con ayuda de los ejecutores.

IV. EJECUCIÓN

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.

4.1.1 ETAPA 1

PLANIFICACIÓN

- Presentación de propuesta.

Primero los investigadores se acercaron al Palacio de las artes ubicado en Antiguo Cuscatlán departamento de La Libertad, para solicitar una reunión con los encargados que gestionan el sitio, presentaron la propuesta de realización del taller de fotografía publicitaria para los residentes y aldeaños del municipio de Antiguo Cuscatlán, dirigida al público que estaban interesados en la fotografía publicitaria o emprendedores que podrían mejorar las habilidades al realizar buenas fotografías de productos presentados.

- Acercamiento con encargados del palacio de las artes.

Se solicitaron varias reuniones con los encargados, para acordar puntos importantes de planificación para la impartición del taller de fotografía publicitaria. Entre los puntos tratados fueron gestionar fechas y horas disponibles para iniciar el taller. El palacio presentó el proyecto para su aprobación, de manera que se hizo un recorrido con el personal del Palacio, se mostró la ubicación de los espacios establecidos para el desarrollo de cada

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023

taller o capacitación realizada en el lugar para promover el arte y la cultura al público.

El anuncio del taller de fotografía publicitaria, la publicidad, así como la inscripción de los estudiantes fue a través de la página de Facebook de la Alcaldía de Antigua Cuscatlán y con la administración del palacio. Después, se proporcionó a los ejecutores la lista de nombres de los estudiantes que participaron en el taller de fotografía publicitaria.

Actividades completadas:

- Se realizaron citas con la administración para reunirse con los encargados del Palacio de las Artes
- Se presentó en detalle el plan de trabajo del taller de fotografía, abarcando desde el 14 de abril hasta el 29 de mayo del 2023.
- El Palacio de las Artes solicitó un afiche como medio publicitario del taller de Fotografía Publicitaria.



Figura 8: Afiche Publicitario del Taller. Fuente: Elaboración propia

4.1.2 ETAPA 2

REVISIÓN DOCUMENTAL Y ANÁLISIS DE CONTENIDO

- Preparación de los contenidos.

Proponer el cronograma de actividades, adecuado a temas específicamente relacionados con la fotografía publicitaria, para poder elaborar y realizar sesiones de práctica fotográfica, que mejoren las habilidades, así como la presentación de los diferentes productos en una empresa o emprendimiento.

La información utilizada en la planificación de actividades en esta fase partió de consultas con diversos materiales didácticos como sitios web, libros, investigaciones, revistas e informes por medio de internet, para obtener más información relacionada a los diferentes temas impartidos de cada clase

Actividades completadas:

- Preparación de clases a través de presentaciones de power point.
- Consulta en diferentes sitios de información de los temas designados.
- Elaboración de material de apoyo.

Fue necesario elaborar diferentes estrategias para mejorar la comprensión de los estudiantes de los temas impartidos, de manera que un material de apoyo es una fuente extra de información detallada de puntos que difíciles de entender, entre ellos mencionan conceptos básicos como el triángulo de exposición, teorías necesarias para mejorar una fotografía, teoría del color, entre otros. Por lo que conservar un documento informativo ayudo a los estudiantes a practicar en cualquier momento que lo requirieron.

Actividades completadas:

- Realización de resúmenes de temas impartidos.
- Documento de apoyo impreso entregado a los estudiantes.

4.1.3 ETAPA 3

IMPLEMENTACIÓN DE TALLER FOTOGRAFIA PUBLICITARIA

- Desarrollo del cronograma de actividades.

Se realizó una planificación de temas específicos de fotografía publicitaria para la comprensión de los estudiantes. Esta etapa era importante por su ejecución, de manera que se abordaron temas especializados en incrementar las habilidades. Sin embargo, la información inicial fue de manera general, conociendo conceptos básicos fotográficos, gradualmente se avanzó con las diferentes técnicas y edición de fotos obteniendo fotografías positivas de los productos; el tiempo se dividió en teoría al inicio, después la práctica de tomas de fotografías relacionadas al tema impartido.

- **Actividad 1:** Presentación e introducción de la fotografía publicitaria

Inició el taller de fotografía publicitaria en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán, proporcionando una lista a los estudiantes inscritos para tener un registro. Se procedió a una presentación como los ejecutores del taller, ellos leyeron el cronograma a los estudiantes, se explicó el objetivo del taller a través de presentaciones de power point, demostrando la importancia del taller de fotografía publicitaria para la presentación de los productos de una empresa o emprendimiento. Los investigadores presentaron trabajos fotográficos realizados, incrementando el interés de los estudiantes en el taller.

Actividades completadas:

- Realización de un pequeño diagnóstico a los estudiantes de sus conocimientos en la fotografía general, de manera verbal
- Creación de un bodegón publicitario
- Práctica fotográfica para observar las habilidades de los estudiantes a través del equipo fotográfico y celular.

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



- Creación del grupo de WhatsApp como medio de comunicación externo.

Figura 9: Grupo de WhatsApp. Fuente: Elaboración propia



Figura 10: Primera clase del taller de Fotografía Publicitaria. Fuente: Elaboración propia

- **Actividad 2:** Triángulo de exposición: ISO, apertura y velocidad de obturación.

Presentación de conceptos básicos y reglas importantes en el mundo de la fotografía, necesarias para obtener buenos resultados fotográficos, donde los estudiantes comprendieron los tres factores claves en la fotografía: Sensibilidad ISO, Apertura de diafragma y Velocidad de obturación, conociendo la funcionalidad de cada uno y su importante papel de armonía para resultados positivos, como también presentación de ejemplos con referencias fotográficas de cada factor para mejor comprensión.

Actividades completadas:

- Elaboración de bodegón para la práctica fotográfica.
- Utilización de cámara fotográfica durante la sesión.
- Primera sesión fotográfica utilizando correctamente el triángulo de exposición.



Figura 11: Primera clase del taller de Fotografía Publicitaria. Fuente: Elaboración propia

- **Actividad 3:** Perspectiva en la fotografía.

Se abordó la representación y significado de la perspectiva en la fotografía, la funcionalidad, visualización tridimensional de la imagen, el reconocimiento de diferentes tipos de perspectivas a manera que utilizaron y adecuaron cada perspectiva a su imagen, así como también lograron reconocer cuál era la perspectiva adecuada para presentar el elemento a fotografiar se adecuara al contexto fotográfico que representa el fotógrafo. Demostrando que el punto de vista puede cambiar y ser utilizado correctamente en perspectiva diferentes, que dependerá de los elementos utilizados como objetos, animales o personas, obtuvieron así resultados atractivos y creativos.

Actividades completadas:

- Sesión fotográfica recreando perspectivas explicadas en clase con ayuda de escena creada por los ejecutores.

- **Actividad 4:** Composición en fotografía.

Uno de los elementos importantes para la fotografía publicitaria, es reconocer la composición en las imágenes, de manera que lograran organizar y conectar elementos expuestos en el encuadre, resultando finalmente una escena armoniosa, creando así un mensaje visual claro al espectador. En la composición, es fundamental conocer y comprender técnicas como regla de tercios, ley del horizonte, ley de mirada, proporción áurea y elementos básicos como líneas, formas, espacio y color; siendo primordial poder utilizar los fundamentos visuales para crear composición fotográfica en las imágenes.

Actividades completadas:

- Sesión fotográfica utilizando las diferentes composiciones en una escena.
- **Actividad 5:** Fotografía de producto.

Se estudió la representación visual de los diferentes productos que ofrece una empresa, haciendo al objeto más atractivo y favorable, comercialmente hablando, generando publicidad y ganancia a la empresa o emprendimiento. Es importante reconocer el papel fundamental que juega el fotógrafo en la toma de fotografías de los diferentes productos, dado que es esencial identificar de manera única al producto, generando el interés del público a consumirlo.

Actividades completadas:

- Creación de escenas para la toma de fotografías con productos de los estudiantes.
- Sesión fotográfica con cámara fotográfica utilizando el triángulo de exposición, perspectiva y composición.



Figura 12: Resultado de práctica de producto. Fuente: Gabriela Parado

- **Actividad 6:** Fotografía de moda.

La fotografía publicitaria se divide en diferentes categorías, una de ellas es la fotografía de moda, consta en representar ropa, joyas, cosméticos entre otros artículos de moda para su comercialización. También se presentan marcas referentes a la moda donde la publicidad se encuentra en anuncios publicitarios y revistas principalmente, sin embargo, el objetivo es transmitir un estilo de vida para las marcas, aumentando las ventas de los productos presentados. Esta actividad abordó esta perspectiva y se continuó con la práctica.

Actividades completadas:

- Sesión fotográfica utilizando velocidad de obturación.
- Realización de encuesta para definir fecha de salida de campo al Jardín Botánico.



Figura 13: Sesión fotográfica con velocidad de obturación. Fuente: Elaboración propia



Figura 14: Sesión fotográfica con velocidad de obturación. Fuente: Elaboración propia



Figura 15: Resultado de práctica. Fuente: Pedro Magaña

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023

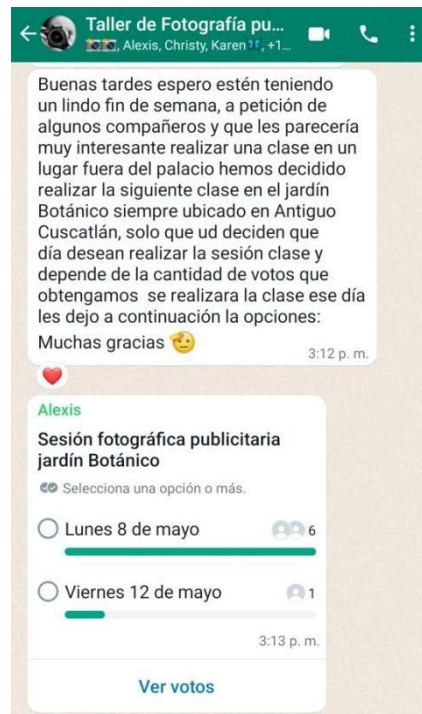


Figura 16: Encuesta de salida de campo. Fuente: Elaboración propia

- **Actividad 7:** Salida de campo-jardín botánico.

El jardín Botánico del Plan de la Laguna es un parque nacional de El Salvador, con una gran extensión de tierra destinadas al uso del público, contando con mucha vegetación, fauna y un vivero en el mismo sitio. Se realizó a manera de práctica una salida de campo donde los estudiantes tuvieron la libertad de tomar fotografías de su interés, utilizando conceptos y técnicas aprendidas de las clases impartidas para obtener buenos resultados; pero en un espacio al aire libre.

Actividades completadas:

- Salida de campo visita al Jardín Botánico en Antigua Cuscatlán.
- Sesión fotográfica de la flora y fauna del Jardín Botánico aplicando teorías.



Figura 17: Flora del Jardín Botánico. Fuente: Alejandro Arevalo

- **Actividad 8:** Fotografía de alimentos.

La representación visual de los alimentos es fundamental, siendo el principal objetivo de invitar al público a consumir el alimento a través de las fotografías expuestas. La fotografía gastronómica se encuentra en las principales fotografías creativas para realizar, donde la visualización de los productos es la referencia del fotógrafo, reflejando su creatividad exponiendo una imagen bidimensional atractiva, interesante y genere apetito al observador. Todo esto se abordó en esta sesión.

Actividades completadas:

- Utilización de ángulos fotográficos para obtener buenos resultados con diferentes alimentos.
- Sesión fotográfica con diferentes alimentos.



Figura 18: Sesión gastronómica. Fuente: Elaboración propia

- **Actividad 9:** Edición básica de imágenes en Photoshop.

La edición de imágenes es fundamental para la fotografía publicitaria, siendo necesario presentar la imagen en calidad utilizándose como fuente promocional para la publicidad de la empresa o emprendimiento. Las imágenes son retocadas con facilidad con ayuda de programas de edición especializados en corregir detalles no deseados en las fotografías, uno de estos programas es Adobe Photoshop contando con diversas herramientas básicas y complejas para modificar y mejorar imágenes. Asimismo, este software permite editar otros elementos para mejorar el contenido publicitario. Esto se abordó específicamente en la sesión.

Actividades completadas:

- Edición de imagen promocional de producto gastronómico.

- **Actividad 10:** Creación de bodegón para fotografía.

Los bodegones son la representación de determinados productos como punto focal, con ayuda de factores claves se obtienen resultados positivos. De manera que hubo necesidad de crear bodegones para conocer las técnicas necesarias para una sesión fotográfica al promocionar un producto de empresa o emprendimiento en esta actividad. Además, es fundamental la presentación profesional de la imagen, incluso las escenas pueden ir acompañadas por otros elementos, destacando siempre el producto como elemento principal.

Actividades completadas:

- Creación de escena para sesión fotográfica de un producto
- Sesión fotográfica de bodegones publicitarios.



Figura 19: Práctica de bodegón. Fuente: Elaboración propia

- **Actividad 11:** Sesión de fotografía del municipio de Antigua Cuscatlán.

Antigua Cuscatlán es un municipio que impulsa el arte y la cultura a la población, a través de sus celebraciones y conservación de sus tradiciones, costumbres, fiestas patronales y fechas importantes para el municipio de Antigua Cuscatlán; entre ellas el 3 de mayo celebración del día de la cruz, el 28 de diciembre en conmemoración de los niños inocentes y 12 de diciembre celebración a la Virgen de Guadalupe. De manera que la comunidad mantiene y promueve la cultura salvadoreña. De ahí que se vio la relevancia de retratar la cotidianidad de Antigua Cuscatlán, además de considerar el tema identitario solicitado por el Palacio de las Artes

Actividades completadas:

- Sesión fotográfica representando la realidad social, cultural y económica de la comunidad de antiguo Cuscatlán.



Figura 20: Parroquia Santos Niños Inocentes. Fuente: Alejandro Arévalo

- **Actividad 12:** Sesión de fotografía del municipio de Antiguo Cuscatlán.

La comunidad se ha ido construyendo donde actualmente ha incrementado su desarrollo social, económico, industrial y comercial para los residentes de Antiguo Cuscatlán, obteniendo la superación como municipio en el país. Se contempla una estructura actual y antigua revelando la historia y avance de su comunidad. En esta sesión se tomó como temática de la toma de fotografía, la arquitectura actual y representativa del Municipio.

Actividades completadas:

- Sesión fotográfica representando la arquitectura actual y antigua de Antiguo Cuscatlán



Figura 21: Monumento al Indio Atlacatl. Fuente: Alejandra Magaña

4.1.4 ETAPA 4

EXPOSICIÓN DE RESULTADOS FINALES DE FOTOGRAFÍAS

- Exposición fotográfica.

Esta etapa corresponde a la finalización del taller, presentando los resultados finales fotográficos de los estudiantes que participaron en el taller de Fotografía publicitaria, ejecutado en un salón proporcionado por el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán.

Actividades completadas:

- Definición del tema y concepto de la exposición fotográfica con los estudiantes del taller.
 - Preparación de programación para la inauguración de la exposición fotográfica en la sala principal del Palacio de las Artes.
 - Elaboración de permiso para utilizar la sala principal del Palacio de las artes.
 - Elaboración de carta para aprobación de presupuesto de fotografías entregada a la alcaldía de Antigua Cuscatlán.
 - Revisión y edición de fotografías propuestas por los estudiantes.
 - Selección de fotografías finales de los estudiantes para la exposición fotográfica.
-
- Encuesta de valoración del taller.

Esta actividad correspondió a la realización de una encuesta de valoración del taller de Fotografía Publicitaria en el Palacio de las Artes, ejecutado por los estudiantes egresados de la especialidad de Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, para conocer la satisfacción y perspectiva que obtuvieron los estudiantes inscritos que participaron en el aprendizaje de las diferentes técnicas y habilidades de la fotografía publicitaria; así como brindar opiniones para la mejora de esta iniciativa.

Actividades completadas:

- Elaboración de encuesta en línea por medio de formulario de Google.
- Análisis de resultados obtenidos.
- Sistematización de datos para informe final.

ENCUESTA DE FINALIZACIÓN DEL TALLER DE FOTOGRAFÍA

Indicaciones: El propósito de la siguiente encuesta es determinar el desarrollo de los estudiantes que participaron en el Taller de Fotografía Publicitaria, impartido en el Palacio de las Artes, Antigua Cuscatlán.

ll13023@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Al inicio del taller conocías que era la fotografía publicitaria? * 10 puntos

Sí

No

Talvez

¿Sabías utilizar las diferentes técnicas y conceptos básicos de fotografía * 10 puntos en general?

Figura 22: Encuesta de valoración realizada a los estudiantes. Fuente: Elaboración propia

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

El mundo se mueve en un entorno cada vez más visual, se piensa, se consume y se producen imágenes de acuerdo a un contexto o propósito.

El “Taller de Fotografía Publicitaria” tuvo como objetivo: Desarrollar habilidades fotográficas en jóvenes y adultos de Antigua Cuscatlán, por medio de un taller de fotografía publicitaria para emprendimientos locales; los resultados obtenidos se describen a continuación:

4.2.1 Planificación y gestión del proyecto.

Primero, los ejecutores presentaron una carta de solicitud del proyecto, la cual fue aprobada y muy bien recibida de parte de la institución. El afiche publicitario entregado al Palacio de las Artes fue utilizado como medio de difusión para la inscripción de los 13 estudiantes, siendo un éxito gracias a la página oficial en la red social de Facebook (figura 18), de la Alcaldía de Antigua Cuscatlán, donde publican todo tipo de eventos que realizan, tanto en la comunidad como en el Palacio de las Artes.

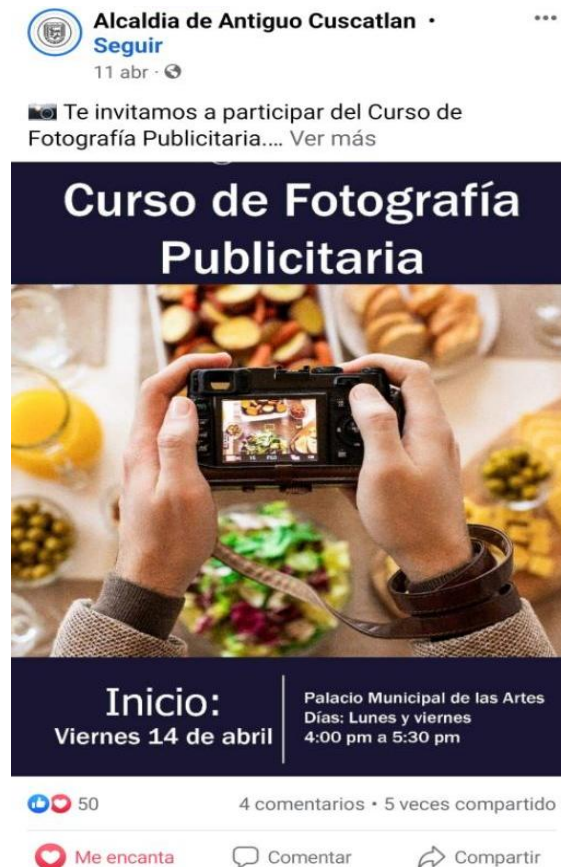


Figura 23: Afiche publicitario publicado en la página de Alcaldía. Fuente: Página oficial de la Alcaldía de Antigua Cuscatlán.

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



Figura 24: Página oficial de Facebook. Fuente: Alcaldía de Antigua Cuscatlán

Una vez aprobado el proyecto, se dio inicio a la calendarización de actividades. Se pueden destacar la capacidad de gestión de parte del equipo, la organización después de cada clase, reuniones de planificación que fueron primordiales para la organización de actividades establecidas en el cronograma, repartición de tareas asignadas y organización del tiempo que aplicaron durante todo el proceso. Esto teniendo en cuenta que todos los integrantes del equipo contaban con un horario de empleo, sin embargo, lograron cumplir con todas las actividades con éxito.

La única dificultad que se presentó en el proyecto, fue que los investigadores tenían previsto en el cronograma de actividades como finalización del taller, una exposición de fotografías, actividad que estaría presentando los mejores resultados de fotografías de los alumnos, sin embargo, esta actividad no se realizó por limitantes de la institución.

4.2.2 EJECUCIÓN

En esta etapa se reportaron los resultados obtenidos sobre la implementación del taller de fotografía publicitaria, realizado a los participantes beneficiarios en el Palacio Municipal de las Artes, en el municipio de Antigua Cuscatlán, La Libertad. El taller fue teórico-práctico, se dividió en 12 clases, las cuales se desarrollaron en modalidad presencial, de forma integral y participativa. La institución contaba con instalaciones en perfectas condiciones, buena iluminación, aire acondicionado, mobiliario y equipo necesario para el desarrollo del taller, acompañados de equipo proyector para presentación en power point con numerosos ejemplos ilustrativos, material didáctico, pizarra y pantalla de tv.

Los beneficiarios adquirieron conocimientos acerca de los elementos de la fotografía, manejo de equipo y lograron obtener habilidades visuales para la aplicación práctica para los ejercicios en cada sesión. El equipo gestor, se aseguró que cada integrante comprendiera y participara en las prácticas de los temas impartidos.

Entre los elementos relevantes de las sesiones fue que los participantes hicieron una propuesta didáctica de realizar una visita al Parque Jardín Botánico del Plan de La Laguna para realizar fotografías. Una salida de campo, es uno de los medios más completos de enseñanza-aprendizaje, salir al medio natural y real, rodeados de paisaje, árboles y flores, que incluye la interacción social y la experiencia de crear una imagen digital en una fotografía. Una actividad que no se tenía prevista dentro del cronograma, pero que, sin duda, fue un recurso que proporcionó aprendizaje, además de la experiencia fue muy satisfactoria y significativa para todo el equipo.

4.2.3 Diagnóstico visual: Primer encuentro

En el primer encuentro realizaron la primera sesión fotográfica, para evaluar el desempeño y conocimiento de la fotografía por parte de los estudiantes, entre ellos solamente 3 personas tenían en su poder una cámara fotográfica, sin embargo, los demás estudiantes contaban con un teléfono celular. Según el diagnóstico visual de los investigadores, el desempeño y experiencia del área de fotografía publicitaria en los estudiantes era limitada.

De la evidencia anterior, se obtuvo el análisis a través de una escena básica de un producto de alimento, creada por los investigadores para comprobar las destrezas de los estudiantes, sin embargo, se limitaron solo a observar la escena. Destacando que el ejercicio consistía en una práctica de manera libre y espontánea, donde los estudiantes demostraran sus puntos de vista, de esta manera verificar el desempeño en el manejo de técnicas y equipo, sin embargo los datos obtenidos con la observación directa demostraron poca habilidad en fotografía de producto.



Figura 25: Muestra 1 de estudiantes. Fuente: Pedro Magaña

En la figura 25 se puede observar que el estudiante tuvo problemas al realizar una correcta fotografía, siendo que la imagen capturada contiene una falta de nitidez, esto se debe a factores clave como:

- El estudiante involuntariamente realizar un desplazamiento, causando vibraciones, también suceden por el pulso del cuerpo.
- Colocó muy poco tiempo la velocidad de obturación resultando una imagen desenfocada, el valor adecuado sería de 1/200 a 1/500
- También utilizó una alta sensibilidad ISO lo que originó ruido y mucha luz en el producto.



Figura 26: Muestra 2 de estudiantes. Fuente: Cristina Hernández

En el caso de la figura 22 se observa que el estudiante tuvo problemas de composición, siendo que el encuadre no es correcto, también no utilizó la sensibilidad ISO adecuada, sin embargo, el ángulo picado fue correctamente utilizado.

Sin embargo, todos los estudiantes realizaron más de dos fotografías con el equipo profesional y con el teléfono celular, solamente después que los investigadores realizaron una toma, y mostraron los resultados, estimulando así a los estudiantes a practicar. De esta actividad el analista al emplear elementos técnicos visuales en fotografías era deficiente, pero en efecto resultó positivo porque los estudiantes demostraron interés en aprender el área de fotografía publicitaria.



Figura 27:Práctica para diagnóstico. Fuente: Elaboración propia

4.2.4 ANÁLISIS DE PORCENTAJES DE LA ENCUESTA

El formato de encuesta fue a través de Google Forms de manera virtual, siendo aplicado a 13 estudiantes, a continuación, se mostrarán las preguntas, destacando sólo las más relevantes en la recolección de resultados obtenidos durante el proyecto “Taller de Fotografía Publicitaria”, sin embargo en la sección de anexos se encontrará el instrumento completo.

Pregunta 1: ¿Al inicio del taller conocías que era la fotografía publicitaria?

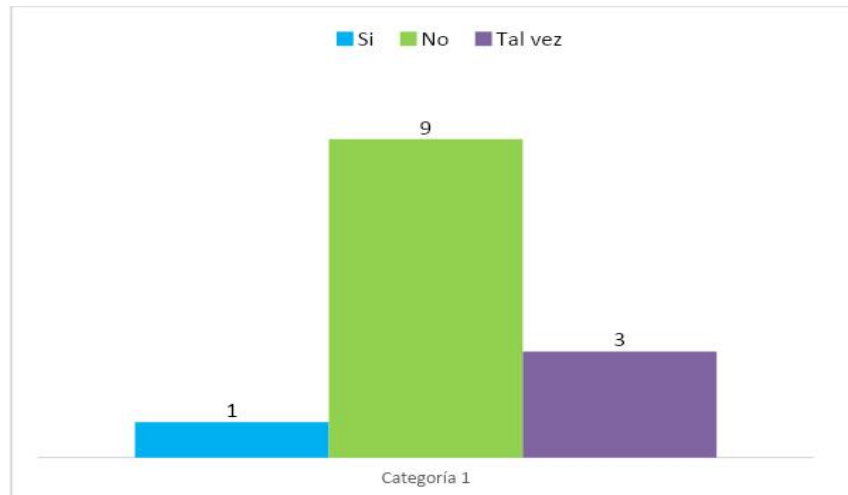


Figura 28: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Según la pregunta, al inicio del taller conocían la fotografía publicitaria 9 estudiantes correspondiente al 69.2% no tienen ningún conocimiento sobre el tema principal del taller, solamente 3 personas que corresponden al 23.1% tenían poco de conocimiento, mientras que un encuestado equivalente al 7.7% de efectividad conocía el área de fotografía publicitaria. Se puede analizar que más del 50% de los estudiantes, que la información era limitada relacionada a la fotografía publicitaria, en este sentido las principales razones para participar fueron: desempeñar y mejorar sus habilidades para hacer visualmente atractivo el producto de emprendimiento o empresa.

Pregunta 2: ¿Qué instrumento utilizó para tomar fotografías durante el taller?

A la pregunta dada, ¿qué instrumento utilizan para tomar fotografías durante el taller? el 69.2 % corresponde a 9 estudiantes que utilizaron el celular para capturar imágenes, y 4 personas correspondientes al 30.8% practicaron con su propia cámara profesional, mientras que el 0% de los encuestados no utilizaron

otros instrumentos. Para los estudiantes que no contaban con equipo profesional, los ejecutores recomendaron utilizar la opción PRO de su cámara, siendo que contiene valores similares a la cámara fotográfica.

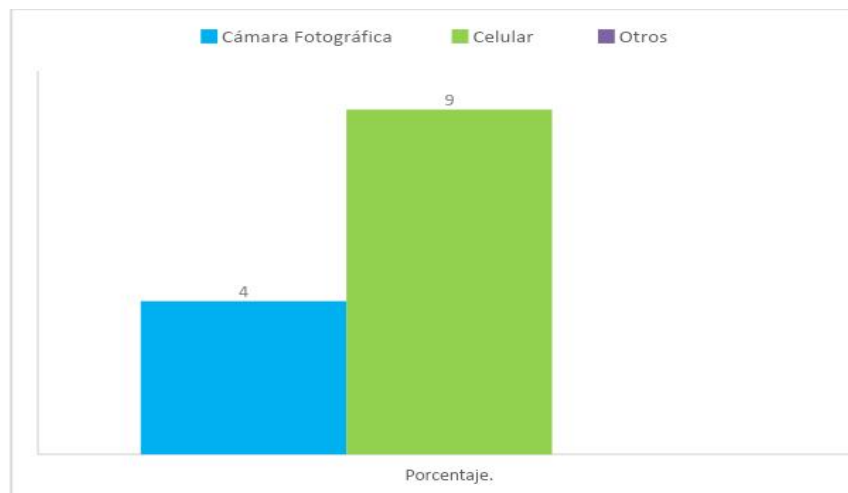


Figura 29: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Pregunta 3: ¿Considera que lo aprendido en el taller de fotografía publicitaria puede ser útil para su desarrollo personal o profesional?

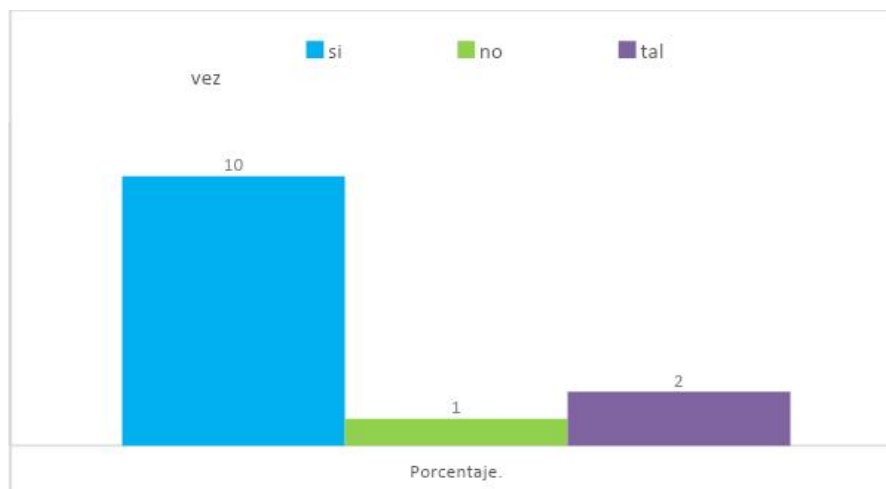


Figura 30: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la pregunta, si se considera lo aprendido en el taller de fotografía publicitaria le resultará útil para el desarrollo personal o profesional, 10 de los estudiantes correspondiendo al 76.9% de eficiencia, contestaron a favor de la interrogante, gracias a los contenidos desarrollados podrán implementarlo de manera profesional en el área de fotografía publicitaria, mientras que 2 personas equivalentes al 15.4% de efectividad, consideraron suficiente la información para desarrollarse como fotógrafo publicitario, sin embargo solo un estudiante no estuvo satisfecho con los contenidos proporcionados obteniendo un 7.7%.de inconformidad.

Pregunta 4: ¿Cómo calificaría la organización y realización de las clases, por parte de los ejecutores del taller?

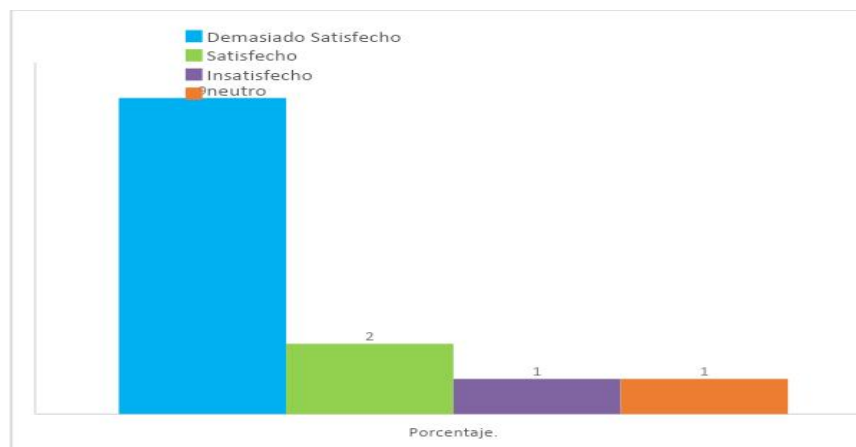


Figura 31: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Según la pregunta presentada, ¿cómo calificaría la organización y realización de las clases de parte de los ejecutores?, 9 de los estudiantes estuvieron demasiado satisfechos correspondiente al 69.2% de efectividad del taller, mientras que 2 encuestados estuvieron satisfechos con la planificación del proyecto, contando con el 15.4% de eficacia, sin embargo para una persona su valoración fue de manera neutral obteniendo el 7.7 % de conformidad, mientras

que el otro 7.7% de negación corresponde a una persona no estuvo conforme con el proyecto del taller.

De manera que según el análisis de los investigadores las respuestas obtenidas fueron positivas, afirmando así la buena planificación y ejecución del taller, interesando a los estudiantes a seguir participando en otros proyectos futuros realizados por estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador.

Pregunta 5: ¿El taller de fotografía publicitaria proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?

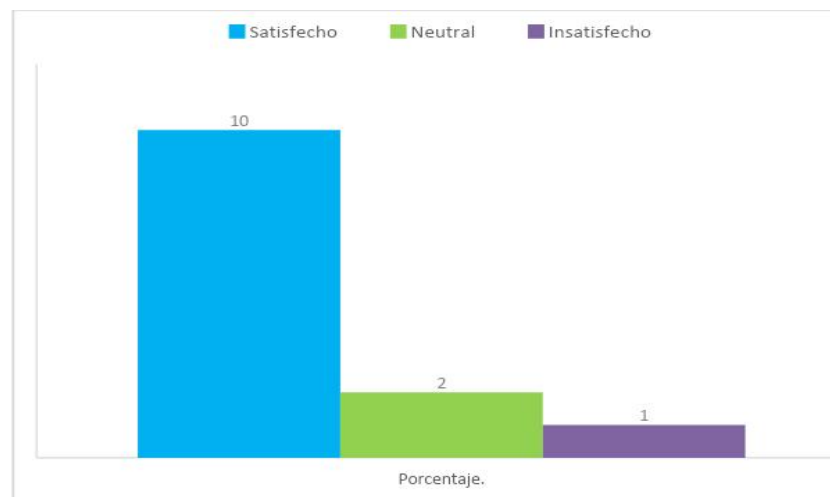


Figura 32: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Según la pregunta expuesta, ¿el taller de fotografía publicitaria se proporcionó a los participantes una cantidad adecuada de aprendizajes prácticos y teóricos? Los resultados muestran que 10 estudiantes estuvieron satisfechos con la información y material entregado, correspondiendo con el 76.9% de efectividad, sin embargo 2 personas fueron imparciales con respecto a la pregunta, obteniendo el 15.4% de conformidad, pero solo una persona resultó insatisfecha

por la cantidad de temas impartidos, correspondiendo al 7.7% de escasez de información. El análisis de resultados de efectividad demuestra que la información explicada, teorías, conceptos y prácticas, fue concreta y adquirida de manera correcta a los estudiantes observando los resultados con las fotografías finales cumpliendo así los objetivos del proyecto.

Pregunta 6: A nivel personal ¿Siente que mejoró las habilidades fotográficas desde que inició el taller?

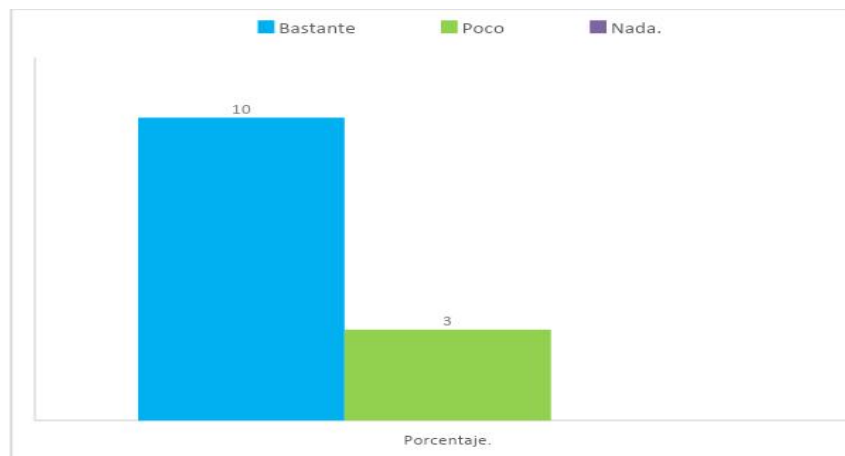


Figura 33: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la siguiente pregunta, de manera personal ¿Siente que mejoró las habilidades fotográficas desde que inició el taller? 10 estudiantes seleccionaron la respuesta “bastante”, correspondiendo al 76.9% de afectividad, mientras la opción “poco” fue elegida sólo por 3 personas, equivalente a 23.1%, finalmente ningún encuestado seleccionó la opción “nada”. Por lo tanto, el índice de respuesta fue positivo, esto confirmó el desempeño didáctico y estratégico que realizaron los investigadores, desarrollando un cronograma con actividades prácticas adecuadas que potencien las habilidades fotográficas de los estudiantes.

Pregunta 7: ¿Qué le dificulta aprender durante el taller de fotografía publicitaria?

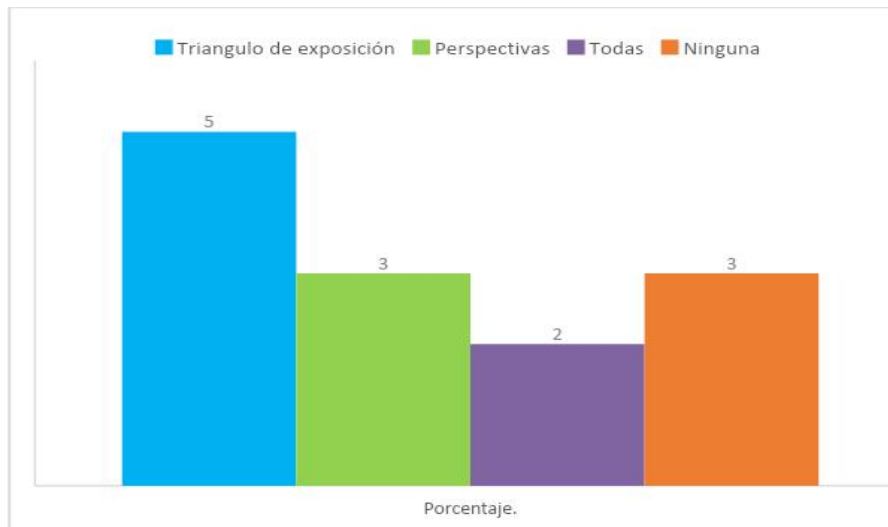


Figura 34: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Dado la siguiente pregunta, ¿qué tema fue difícil de aprender durante el taller de fotografía publicitaria?, a 5 estudiantes se les complicó el triángulo de exposición, correspondiendo al 38.5% siendo necesaria una retroalimentación del tema, sin embargo 3 personas tuvieron problemas para visualizar la profundidad de campo de una imagen, obteniendo un 23.1% de dificultad al diferenciar entre espacio bidimensional y tridimensional, al mismo tiempo a 2 encuestados todos los temas les resultaron difíciles y complicados de entender, correspondiendo al 15.3% de aprendizaje pausado, no obstante 3 estudiantes no tuvieron problemas con ningún tema en específico obteniendo así un 23.1% de eficacia.

Mediante esta pregunta, el análisis demostró la deficiencia de comprensión en temas específicos, entre ellos el triángulo de exposición, siendo entendible porque son tres conceptos diferentes que trabajan de manera armoniosa, y es necesario lograr un valor adecuado para la apertura de diafragma, la sensibilidad ISO y velocidad de obturación, equilibrando las tres partes para obtener la imagen correcta. En cuanto a la perspectiva crear la sensación de

profundidad en una imagen, convirtiendo un plano bidimensional a uno tridimensional es difícil, sin embargo, dependerá del punto de vista del fotógrafo. De manera que estos temas son difíciles de entender y utilizar al principio, no obstante, los contenidos desarrollados en el taller fueron eficaz.

Pregunta 8: ¿Te gustaría retomar en un futuro otro taller relacionado a fotografía publicitaria?

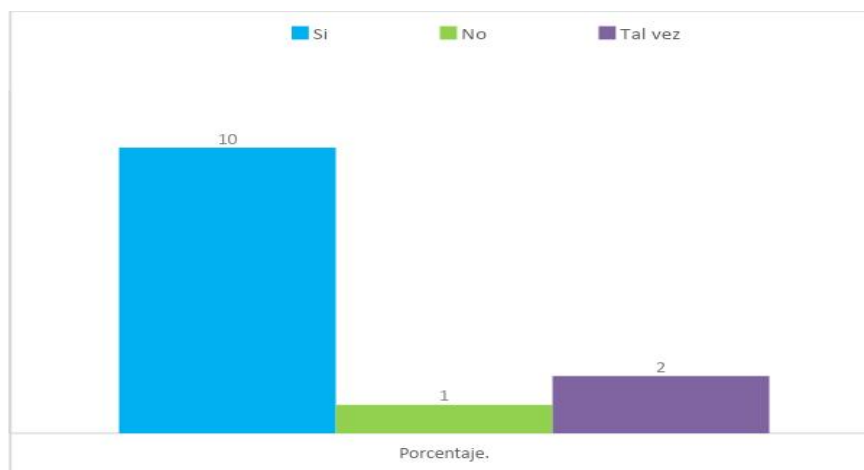


Figura 35: Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la pregunta presentada si les gustaría retomar en un futuro otro taller relacionado a fotografía publicitaria, 10 de los estudiantes contestaron que sí, correspondiendo al 76.9% de aceptación, 2 de ellos posiblemente retomaron un taller obteniendo un 15.4% de participación, no obstante, un estudiante no volvería a tomar un taller de fotografía publicitaria, por lo cual equivale al 7.7% de negación. Sin embargo, las evidencias anteriores demuestran que la mayoría de los estudiantes volvieron a retomar un taller relacionado, al obtener este dato es muy importante porque la mayor parte de los estudiantes aprueban la continuidad del taller de fotografía publicitaria.

4.2.5 EVALUACIÓN

Al finalizar el taller, se realizó la encuesta de manera virtual, con el objetivo de evaluar las habilidades de los expositores en el desarrollo del taller y el desempeño de los estudiantes beneficiarios, para determinar si el curso cumplió con las expectativas y objetivos establecidos.

Revisando el resultado de respuestas obtenidas por los estudiantes inscritos en el taller, se destacó que lograron comprender todos los contenidos de aprendizaje, las técnicas de fotografía, uso de programas y aplicaciones para edición digital, el manejo del equipo necesario para sacar una buena fotografía, descubrir su potencial con una cámara profesional o un Smartphone, y comprender que pueden beneficiarse usando la opción PRO de la cámara del celular, logrando así muy buenos resultados.

Se finalizó con éxito el proyecto de “Taller de Fotografía Publicitaria” impartido en el Palacio de las Artes, concluyendo la importancia del desarrollo de la creatividad y el poder instruir a los alumnos en el conocimiento de un arte como la fotografía. El equipo tuvo la capacidad de lograr transmitir una enseñanza que facilitó la comprensión de los elementos y técnicas de la fotografía publicitaria, quedando satisfechos y con la motivación de seguir aprendiendo posteriormente para la creación de artes digitales.

V. CONCLUSIONES.

En el transcurso de este proyecto se lograron identificar aspectos como la gran capacidad de gestión de parte del equipo para la ejecución de este esfuerzo; además la creación del diseño metodológico, para la facilidad del aprendizaje, el cual se inició con una serie de investigaciones acerca de la fotografía desde sus inicios hasta la importancia de la fotografía publicitaria y su función. Asegurándose que se tenían todos los elementos necesarios, el equipo y las instalaciones disponibles para poder dar inicio al taller y hacer el mejor trabajo posible.

Las clases teórico-prácticas, fueron en modalidad presencial, lo cual se trabajó en conjunto y de forma participativa, se presentaron debates y diferentes opiniones, vivencias y experiencias compartidas por los participantes, en un ambiente agradable y de sana convivencia entre facilitadores y participantes.

Lo más importante de este proyecto fue el alcance y logro de los objetivos, principalmente, el poder desarrollar habilidades fotográficas por los participantes del taller, lo cual ha sido útil para poder implementar en sus negocios y poder tener mayor alcance y difusión para posicionar un producto dentro del mercado. Por otra parte, que ese posicionamiento se logre con el uso de las redes sociales. En el proceso de aprendizaje que se adquirió dentro y fuera de las instalaciones, se brindó material didáctico e ilustrativo como recurso de aprendizaje, favoreciendo así al desarrollo de los participantes para obtener una mejor visión de la fotografía, diferentes tipos y técnicas para llevarlos finalmente a la práctica.

Aunque hoy en día, no se depende solamente de una cámara profesional para obtener una fotografía de calidad, gracias al surgimiento de los

smartphones de alta gama como los Iphones, que brindan calidad de imagen por defecto, otros modelos de celulares tienen las opciones PRO, donde se ha podido realizar edición a una imagen fotográfica; de igual manera se pudo obtener un buen resultado, que puede ser útil para mantener la publicidad de un negocio de forma básica.

Finalmente, aunque por limitantes de la institución, no se pudo ejecutar la exposición de fotografías; los resultados del taller han sido muy satisfactorios. Según la encuesta que se proporcionó a los integrantes, sus opiniones han sido muy positivas para el equipo gestor, lo cual refleja el buen manejo y habilidad para llevar a cabo el desarrollo de un taller de enseñanza.

Llena de satisfacción que se pudo ejecutar en el tiempo establecido, incluso antes de lo previsto, pues el equipo pudo coordinar los espacios y tiempo para llevar a cabo todas las actividades de acuerdo a la calendarización del cronograma, a pesar de que los facilitadores cuenten con un horario laboral que demanda muchas horas de trabajo, pero se pudo cumplir con ambas partes.

Los participantes han logrado comprender los contenidos de aprendizaje, las técnicas de fotografía, uso de programas y aplicaciones para edición digital, el manejo del equipo necesario para la creación de una buena fotografía y sacarle el potencial a una cámara profesional o un celular para lograr buenos resultados, la utilidad de estos recursos tanto en el taller, en un negocio y en la vida cotidiana. Se considera que gracias a las estrategias creativas los resultados obtenidos han sido favorables tanto para el equipo de gestores, como para la institución y principalmente para los participantes beneficiados del taller.

VI. CONTINUIDAD DEL PROYECTO

El proyecto de “Taller de Fotografía Publicitaria” dirigido a jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023”, se propuso desarrollar el aprendizaje de habilidades fotográficas por medio de un taller de fotografía publicitaria para el crecimiento de emprendimientos locales en Antigua Cuscatlán y las necesidades de los propietarios para difusión y posicionamiento de sus productos.

El cual tuvo muy buena aceptación de parte de la institución y los beneficiarios, se tuvo un plazo previsto para la ejecución del proyecto de 3 meses. La gestión fue directa del grupo ejecutor del proyecto, que está conformado por estudiantes egresados de la licenciatura de Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico; garantizando así una enseñanza pertinente y apropiada para el entendimiento de los estudiantes que recibieron el taller.

Los resultados de la ejecución del proyecto demuestran que tanto la gestión y el manejo del desarrollo del taller, han sido satisfactorios para el equipo y el grupo participante, y que se podría dar una continuidad de un nuevo proyecto de gestión cultural para promover el arte de la fotografía.

El proyecto se puede seguir ejecutando en dicha institución si los beneficiarios están de acuerdo, la institución está abierta a proyectos de fotografía, pues no poseen ningún otro taller relacionado a tema. De igual manera, se puede optar por un espacio diferente al aire libre, ya que se percibe como un elemento que rompe la rutina habitual de recibir clases dentro de un salón y como elemento pedagógico que la fotografía requiere necesario, además de promover motivación de aprendizaje en el alumno.

VII. RECOMENDACIONES.

A partir del inicio de la realización del curso de Fotografía Publicitaria y la serie de actividades que se llevaron a cabo en el proyecto de gestión cultural denominado: "**TALLER DE FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA PARA JÓVENES Y ADULTOS EN EL PALACIO DE LAS ARTES DE ANTIGUO CUSCATLÁN 2023**" se hacen las siguientes recomendaciones:

Se recomienda implementar más talleres educativos relacionados con la Fotografía Publicitaria. De manera que se encuentre más apoyo de parte de las alcaldías, casas culturales que cuenten con equipos, establecimientos o espacios adecuados para la realización de estas actividades social-cultural.

Se recomiendan que este tipo de proyectos tengan continuidad con el apoyo de los alumnos de la Escuela de Artes, en aportar actitudes, mejorar las habilidades fomentando nuevos conocimientos a personas interesadas. Esta experiencia permitirá a los egresados que puedan desarrollar sus habilidades ejecutando talleres que potenciarán su experiencia académica y profesional.

Es recomendable contar con un kit básico de equipo, como trípode, flash externo, filtros para la cámara, luces, y cámara fotográfica. También es importante tener una computadora o dispositivo para descargar y almacenar las fotografías, así como programas de edición de imágenes profesional como Adobe Photoshop y Adobe Lightroom.

Es necesario recomendar al Palacio de las Artes una mejor comunicación, dado que al principio fue difícil contactar con los encargados para iniciar el taller, también durante la ejecución fue necesario reunirse con el encargado para la realización de la exposición fotográfica, sin embargo, el tiempo de respuesta fue muy lento.

BIBLIOGRAFÍA

Carrillo de Albornoz, R. (2012). La Cámara Oscura. Curso web de fotografía de Ricardo Carrillo de Albornoz. Madrid. Disponible en: <https://todo-fotografia.com/tecnica/la-camara-oscura/>

Centro de Formación Audiovisual (2020). ¿Qué es la fotografía publicitaria? Imágenes con intención. Treintaycinco mm, Madrid. Disponible en: <https://35mm.es/fotografia-publicitaria/>

Dallas, A. (2022). Fotografía publicitaria, un “must” en tu proyecto. Close Marketing S L, Granada. Disponible en: <https://close.marketing/blog/marketing-online/fotografia-publicitaria-blog/>

Figuroa, B. (2023). ¿Cuáles son los tipos de fotografía publicitaria? MOTT Centro de especialización Digital. Manual del alumno. Lima. Disponible en: <https://mott.pe/noticias/cuales-son-los-tipos-de-fotografia-publicitaria/>

Lara, J. (2018). ¿Qué es la fotografía publicitaria? Blog Photobookers. Tomado de: <https://www.fotobookers.com/blog-cms/la-importancia-de-una-buena-fotografia-para-comercializar-tu-negocio/#more-775>

Martin, E. (2022). Importancia de la fotografía publicitaria y marketing. Otec e Business developers. Madrid.

Simón, E. (2019). Fotografía publicitaria. Conoce los diferentes tipos de fotografía publicitaria. Blog de fotografía publicitaria by Emilio Simón, Sevilla. Disponible en: <https://emiliosimon.com/tipos-fotografia-publicitaria/>

Thomsen, M. (2018). Los orígenes de la fotografía. Un viaje por la historia de este arte, desde la cámara oscura hasta la fotografía digital y los móviles. La Vanguardia Ediciones on line, Barcelona. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180411/442459480247/historia-fotografia-camara-kodak-polaroid-digital-daguerrotipo.html>

UNIR (2023). El papel de la fotografía publicitaria: más allá de mostrar un producto. Revista UNIR, Universidad Internacional de La Rioja, Logroño. Consultado en: <https://www.unir.net/humanidades/revista/fotografia-publicitaria-comercial/>

ANEXOS

- ANEXO 1. DIAGNÓSTICO

“Taller y capacitación de fotografía publicitaria como identidad sociocultural a jóvenes y adultos en el palacio municipal de las artes de Antigua Cuscatlán 2023” (Taller de fotografía como reflejo de identidad sociocultural a jóvenes y adultos en el palacio municipal de las artes de Antigua Cuscatlán 2023)

DESCRIPCIÓN DEL TEMA

El proyecto denominado *“Taller y capacitación de fotografía publicitaria como identidad sociocultural a jóvenes y adultos en el palacio municipal de las artes de Antigua Cuscatlán 2023”* busca fortalecer una nueva gestión cultural, impartiendo un taller de fotografía como rama artística, por la necesidad que se encuentra en dicho lugar, se ha decidido optar en específico la fotografía publicitaria, con el fin de ayudar a que muchos de los participantes del taller, se destaquen, practiquen, y sea de gran beneficio, ya que muchos de ellos son personas emprendedoras, ayudándolos así de esta manera, proporcionando ideas y técnicas para que puedan aplicarlo en los productos que ofrecen al público. En el lugar que se llevará a cabo el desarrollo de este taller, será en el hermoso Palacio Municipal de las Artes, en Antigua Cuscatlán, La Libertad. Lugar donde ya se expresa y vive el arte, contando con una sala de exposiciones y práctica de otros cursos relacionados con el arte. El taller fotográfico estará destinado para jóvenes y adultos aledaños a dicho lugar, beneficiándose así, con el fin de incentivar a nuevas mentes que aprendan y conozcan de un nuevo arte, adquiriendo nuevos conocimientos y al mismo tiempo desarrollando nuevas habilidades, explotando su lado creativo que posee cada individuo, con el fin de dar a conocer este nuevo proyecto, y profundizar las diferentes perspectivas que tiene cada individuo y capturar momentos específicos según el contexto social, político y cultural deseado, abarcando un poco más el mundo fotográfico.

Los recursos que se estarán utilizando por parte de los estudiantes será con su dispositivo móvil (celular) para la realización de las prácticas y por parte de los tutores, contarán con una cámara profesional para la explicación y diagramación de las partes de una cámara, para un mejor entendimiento de los alumnos, en cuanto al espacio asignado por parte del palacio de artes, cuenta con buenas y óptimas instalaciones para la ejecución y comodidad de nuestros estudiantes en el recibimiento de sus clases, contado con un proyector para facilitar la parte teórica que se desarrollara dentro de las instalaciones.

Con esto se pretende beneficiar a una cierta cantidad de estudiantes, contando con un promedio de 10 a 12 personas inscritas entre jóvenes y adultos interesados por clase, en el cual que se llevará a cabo un periodo de clases comenzando el 3 abril del 2023 y finalizando el 30 de junio del mismo año. La metodología de aprendizaje para impartir las sesiones aparte de ser muy dinámica, se trabajará de una manera teoría y práctica. El fin de este taller, es en el cual cada uno de los inscritos aprenderá una nueva técnica cada semana, y

que puedan aplicar todo lo visto en clases en sus sesiones fotográficas de sus productos, logrando un mayor alcance en sus ventas, cubriendo muchas y diferentes temáticas que estaremos aplicando en cada sesión y práctica de este proyecto, que está planeado con el fin de tener un número grande de estudiantes, y que al finalizar el curso se obtengan resultados favorables para cada uno de los participantes.

JUSTIFICACIÓN

La importancia de la investigación en torno al proyecto de gestión cultural, enfocado al sector de las industrias culturales y creativas en función a la enseñanza y el aprendizaje de las artes, específicamente la fotografía, que por años ha sido considerada una de las actividades artísticas más importantes del ser humano que en particular nos despierta una curiosidad por ver las cosas desde otros ángulos; y su relevancia se debe a su evolución y la variedad del uso de la cámara y fotografía que es ilimitada.

La fotografía es un medio de expresión y comunicación, que nos enseña a tener perspectivas diferentes. La fotografía publicitaria se ha convertido en uno de los campos más creativos dentro del mundo de la imagen, su objetivo es mostrar un producto o servicio, de la forma más atractiva posible, y así lograr las ventas, la calidad de la imagen, dependerá de la calidad artística del fotógrafo.

En el departamento de La Libertad, del municipio de Antigua Cuscatlán, se encuentra la necesidad de fortalecer las capacidades de los pequeños emprendedores en el área de publicidad, ya que hay muchos negocios que buscan crecer, mejorar sus ingresos, y darse a conocer en el mercado. La fotografía juega un papel importante en el mundo de la publicidad y el marketing, para ello se pretende brindar un taller de fotografía publicitaria, como elemento estratégico con el objetivo de promover y dar a conocer mejor sus productos y volver más efectivo el esfuerzo e inversión que realizan.

Esta investigación representará la fotografía con un enfoque en el ámbito sociocultural, por medio de los talleres que se impartirán en dicho lugar, el curso desarrolla conocimientos básicos en cuanto al equipo y técnica fotográfica; con el fin de poder brindar los conocimientos y habilidades necesarias. Se pretende enseñar por medio de la metodología de aprendizaje, teórico-práctica, realizando prácticas de ejercicios en cada sesión, brindando los contenidos básicos de la fotografía, que los/as personas alcancen la capacidad de dominio y manejo de la cámara, y conocer principalmente elementos como la composición, perspectiva, enfoque, y descubrir diferentes ángulos, así mismo poder capturar y entender el proceso fotográfico.

Los beneficiarios serán el público interesado en recibir el taller, el cual será presentado para un determinado grupo de jóvenes y adultos, mayormente emprendedores del municipio, teniendo en común un interés de aprendizaje sobre la fotografía, obteniendo como resultado, los conocimientos y la comprensión de poder lograr tener una mejor opción de promocionar sus productos.

Para poder identificar que se ha logrado el objetivo de la investigación, se ha orientado a la realización de un diagnóstico general, por medio de una encuesta, que permita conocer las diversas opiniones de los jóvenes y adultos, sobre el taller y poder identificar su aprendizaje. También se realizará una exposición de

fotografías, reflejando los resultados de los conocimientos adquiridos, así mismo mostrar su trabajo y poder interactuar con el público. Se espera tener resultados muy satisfactorios del taller, superar el reto de poder realizar mejores fotografías y lograr el objetivo de poder crear imágenes que realmente sean efectivas para la publicidad, la cual se considera uno de los géneros fotográficos más lucrativos y fáciles de monetizar.

IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS

Los jóvenes y adultos aledaños al palacio de las artes en Antiguo Cuscatlán, tienen un acceso limitado de información, ya que no cuentan con un personal capacitado para impartir este tipo de talleres, por esta razón por medio de una capacitación de fotografía publicitaria se brindará el conocimiento necesario, favoreciendo así al desarrollo de las personas para obtener una mejor visión de la fotografía. Sin embargo, también es necesario fomentar los diferentes tipos y técnicas que desempeña la fotografía publicitaria y ponerlo en práctica, además es imprescindible que conozcan y dominen la teoría, para saber aplicar en el momento justo, ya que se encuentran características específicas para diferentes fotografías, que son tomadas según el contexto requerido.

También tienen poco conocimiento acerca de las funciones, la utilidad e importancia del equipo fotográfico, por lo que, mediante las sesiones y la teoría impartida, podrán comprender mejor su utilidad, y ponerlo en práctica, tanto en el taller como en la vida cotidiana, siendo que la creatividad es un punto importante también lo es la teoría, combinando ambas partes, los resultados obtenidos serán más satisfactorios y podrán alcanzar el éxito y crecer en sus negocios.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El lugar de enfoque de este proyecto es el Palacio de Artes, se encuentra ubicado frente al parque central del mismo municipio Antiguo Cuscatlán, sobre el Bulevar Walter Thilo Deininger y calle Cuscatlán Poniente del departamento de La Libertad.

Antiguo Cuscatlán es un municipio de El Salvador, y está ubicado al sureste de dicho departamento, haciendo frontera con el departamento de San Salvador, también colinda al sur con Nuevo Cuscatlán, Huizúcar y San Marcos, al este y norte con San Salvador y al oeste con Santa Tecla y tiene una población estimada con 36.698.

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Antiguo Cuscatlán es un municipio de El Salvador, perteneciente al departamento de La Libertad y al área metropolitana de San Salvador, cuenta con una población de 36.698 habitantes como un (Estimado). El proyecto que se impartirá será de un taller fotográfico, se pretende que se estará trabajando con personas residentes o aledaños de Antiguo Cuscatlán con una cantidad de 15 a 12 personas por clase mínimo, siendo así los beneficiarios de la impartición de dicho proyecto, contando con el apoyo del lugar, para el desarrollo de los talleres, con buenas instalaciones y espacio apropiado para recibir sus clases, que se impartirán en el Palacio de las Artes de dicho municipio. Las personas beneficiarias del taller, serán jóvenes y adultos de las edades entre 20 a 35 años aproximadamente, siendo así un grupo

de ambos sexos, mujeres y hombres que tengan el interés de aprender un nuevo arte, que en este caso se estará desarrollando la fotografía publicitaria, el 10% de los estudiantes son personas emprendedoras y esperando que dicho taller sea de gran ayuda para que ellos puedan aplicar lo aprendido en su negocio.

DISCIPLINA ARTÍSTICA EMPLEADA EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO

A través de los años el arte ha ido evolucionando, sin embargo, la fotografía nos ha acompañado como un medio de comunicación y expresión que ha conectado con el ser humano desde el inicio de la historia de la humanidad. Actualmente se considera a la fotografía una rama artística como parte de arte visual, ya que captura un determinado momento donde comunica, expresa y representa imágenes con diferentes contextos a la sociedad. Sin embargo, se encuentran diferentes tipos de fotografía siendo que cada una se especializa y tiene un objetivo específico, por lo que nos enfocaremos en la fotografía publicitaria siendo que la sociedad está avanzando tecnológicamente, fue hasta el siglo XX que se desarrollaron nuevas tendencias que influyeron y potenciaron la fotografía publicitaria, esto es gracias a la publicidad y el marketing digital. De tal manera que impartir un taller de capacitación de fotografía publicitaria ayudará a los jóvenes y adultos en sus emprendimientos para que puedan desarrollarse con un mejor rendimiento de la publicidad de sus productos, así como también comprender y conocer los beneficios de obtener resultados positivos, que como consecuencia obtendrán la comercialización y aumento de sus consumidores.

POSIBLES VARIANTES QUE PUEDAN AFECTAR EL BUEN DESARROLLO DEL PROYECTO

En las posibles variantes que pueden afectar un poco el desarrollo del proyecto, sería la falta de equipo fotográfico para la sesión de prácticas, por parte del palacio municipal de las artes, y de los estudiantes que no cuentan con una cámara fotográfica, limitará un poco la parte práctica, sin embargo, los tutores que poseen éste equipo, podrán explicar y demostrar su funcionamiento para facilitar el conocimiento de las herramientas necesarias para una sesión fotográfica.

Otra variante es la movilización de poder trasladarse del lugar de residencia o trabajo, hacia el palacio municipal de las artes, por el congestionamiento vehicular. También la falta de comunicación que se obtuvo de parte del palacio municipal de las artes en cuanto a la confirmación del trámite para la realización y desarrollo del taller de fotografía publicitaria.

CONCLUSIONES

La fotografía es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas y una forma artística para poder difundir o dar a entender un mensaje. Si se trata de la fotografía publicitaria, sabemos que los seres humanos percibimos el mundo de manera visual y debido a ello, las imágenes tienen un efecto poderoso en la mente.

La fotografía juega un papel importante en el mundo de la publicidad y el marketing, tiene la capacidad de capturar de manera efectiva y estratégica la atención de las personas.

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antiquo Cuscatlán 2023

La participación en el desarrollo del taller ayudará a que los participantes puedan tener una mejor perspectiva en el ámbito profesional, e incluso la vida cotidiana. Aprender que se crea un estilo de fotografía que mejor se adecue a sus necesidades y que refleje su estilo propio de marca, o producto según los servicios que se ofrece al público.

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023

• **ANEXO II. OFERTA TÉCNICA.**

Fecha de presentación: 20 de mayo de 2023

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación:

“Taller de fotografía publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023”

I. IDENTIFICACIÓN

Karen Xiomara López Lozano	LL13023
Brayan Alexis López Sánchez	LS16025
Marilyn Yajaira Nieto Martínez	NM17016

II. OFERTA TÉCNICA

1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA(S) INSTITUCIONES(S):

Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán, La Libertad

El lugar donde se impartirá el conocimiento del curso de fotografía publicitaria es el moderno edificio de dos niveles del Palacio de las Artes ubicado en Antigua Cuscatlán, frente al parque central del mismo municipio del departamento de La Libertad. Una infraestructura que conserva la fachada por su valor histórico cultural y el interior con sus respectivos salones para desarrollar talleres o cursos. También cuenta con salones para la enseñanza de informática, arte y cultura, así como biblioteca virtual, entre otros. El Palacio fue inaugurado el 28 febrero del 2022, está ubicado en el antiguo espacio que ocupaba la alcaldía. Hoy, niños, jóvenes y adultos llegan a recibir las clases con las que aprenden oficios y artes en salones con aire acondicionado. La alcaldesa de Antigua Cuscatlán, Licda. Milagro Navas Quintanilla junto a su Consejo Municipal colocaron la primera piedra de la obra de construcción del nuevo Palacio de las Artes, de este municipio, un espacio con el objetivo de potenciar y fomentar el arte y la cultura entre sus habitantes, especialmente entre los jóvenes, así como fortalecer nuestra identidad y contribuir de esta manera con la armonía y convivencia ciudadana.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación

- Desarrollar habilidades fotográficas en jóvenes y adultos de Antigua Cuscatlán, por medio de un taller de fotografía publicitaria para emprendimientos locales

2.2 Objetivos específicos

- Contextualizar el crecimiento de emprendimientos locales en Antigua Cuscatlán y las necesidades de los propietarios para difundir y posicionar sus productos.
- Definir contenidos y áreas temáticas a desarrollar en el taller de fotografía publicitaria.
- Desarrollar el taller de fotografía con jóvenes y adultos inscritos en el Palacio de las Artes en coordinación con la Alcaldía Municipal.
- Evaluar los resultados del taller y socializarlos en una exposición fotográfica efectuada en la sala de exposiciones del Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán.

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Capacitación en fotografía publicitaria, desarrollando un taller donde se impartirán temas vinculados con la fotografía básica y fotografía publicitaria, de manera que se trabajará de forma presencial desarrollándose en el Palacio de las Artes ubicado en Antigua Cuscatlán departamento de La Libertad, trabajando 2 horas por cada clase; dos días por semana por 8 semanas.

Preparándose con anticipación la clase a impartir, realizando materiales didácticos, presentaciones en power point, videos y sesiones fotográficas para que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea más óptimo en los estudiantes, así cada uno de ellos pueda entender y comprender mejor el buen uso de técnicas, realización de escenografías de una fotografía de producto y utilización del equipo. Como finalización del taller de fotografía se realizará una exposición fotográfica en una sala de exposición en el Palacio de las Artes para presentar los buenos resultados de los estudiantes que participaron en el taller.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- a. Jóvenes y adultos capacitados en la toma de fotografías publicitarias
- b. Mejorar la presentación y la publicidad de los productos de emprendimientos de Antigua Cuscatlán
- c. Exposición Fotográfica final
- d. Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

8 semanas a partir de la firma del contrato

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS								HORAS TOTALES
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Planificación del taller	3								3
Desarrollo de taller de fotografía publicitaria	3	6	6	6	4	4	4	3	36
Exposicion final								3	3
Elaboración del informe					2	2	2		6
TOTALES	6	6	6	6	6	6	6	6	48

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Guatemala 2023

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Costo de la asistencia técnica	\$2,160	90%
Impuestos (Renta)	\$240	10%
TOTAL	\$2,400	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 48 horas efectivas en un plazo no mayor a __8__ semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR			COSTO
	Empresa	Oficina	Total	
Planificación de taller	1	2	3	\$150.00
Desarrollo de taller de fotografía publicitaria	28	8	36	\$1,800
Exposicion Final	3		3	\$150.00
Elaboración del informe		6	6	\$300.00
TOTAL	32	16	48	\$2,400

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
Planificación del taller	Karen Xiomara López Lozano Brayan Alexis López Sánchez Marilyn Yajaira Nieto Martínez	Consultor	3	\$150.00
Desarrollo de taller de fotografía publicitaria		Consultor	36	\$1,800
Exposicion final		Consultor	3	\$150.00
Elaboración del informe		Consultor	6	\$300.00
TOTAL			48	\$2,400

Nombres de ofertantes:

Karen Xiomara López Lozano

Brayan Alexis López Sánchez

Marilyn Yajaira Nieto Martínez

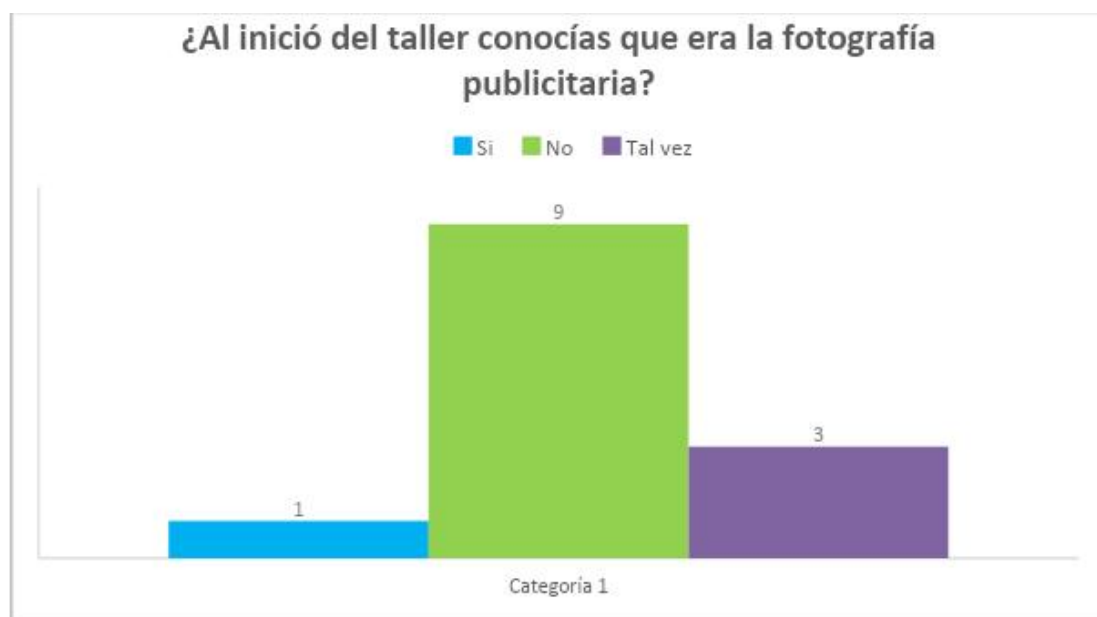
ANEXO III. FORMATO DE ENCUESTA.

Encuesta realizada a beneficiarios del Taller de Fotografía Publicitaria en el Palacio Municipal de las Artes.

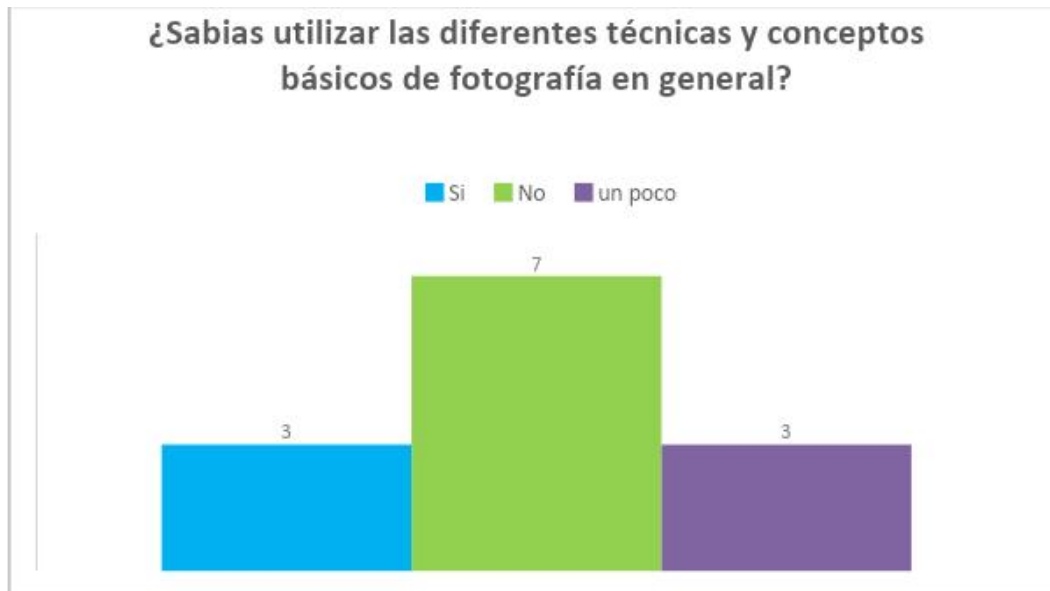
Objetivo: Evaluar las capacidades de los expositores en el desarrollo del taller.

Porcentajes en valoración de respuestas.

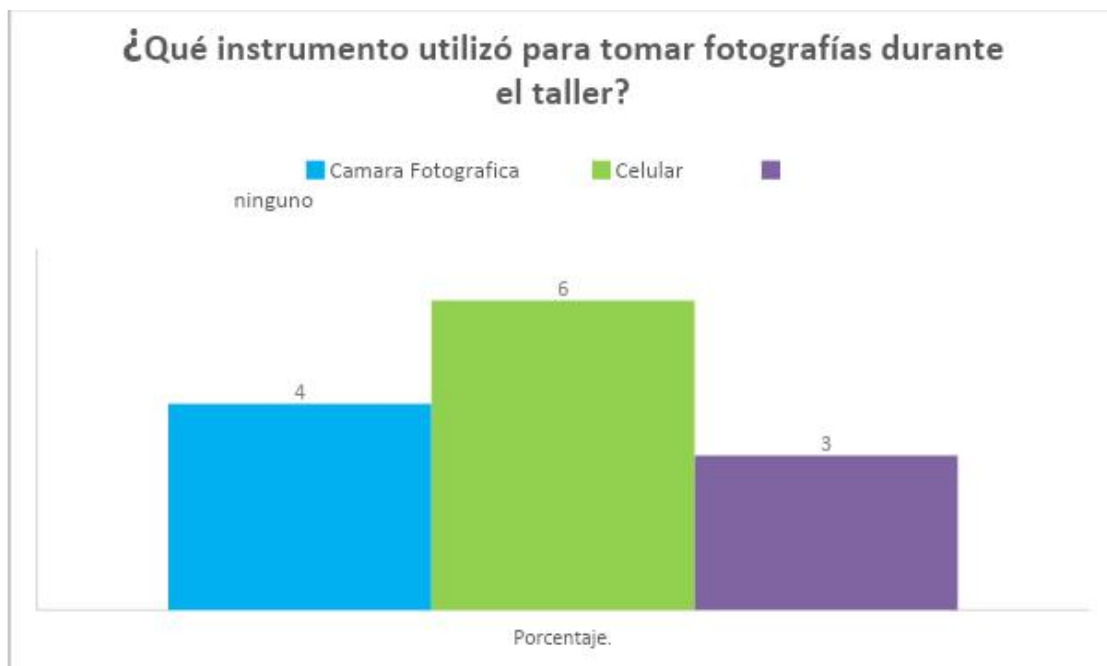
Pregunta 1



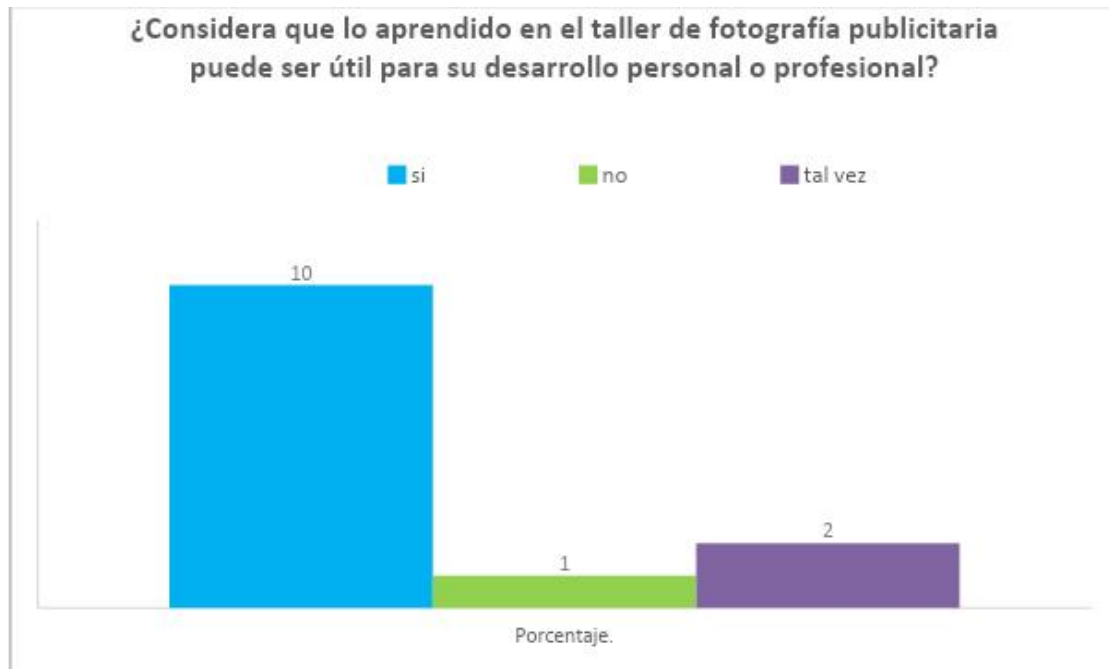
Pregunta 2



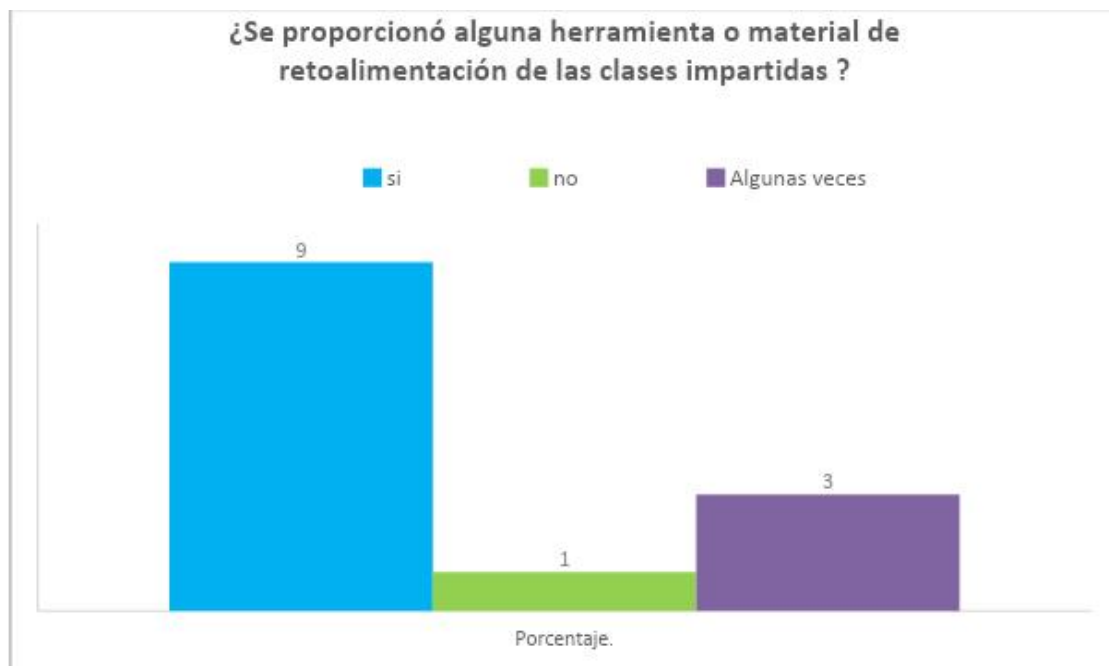
Pregunta 3



Pregunta 4



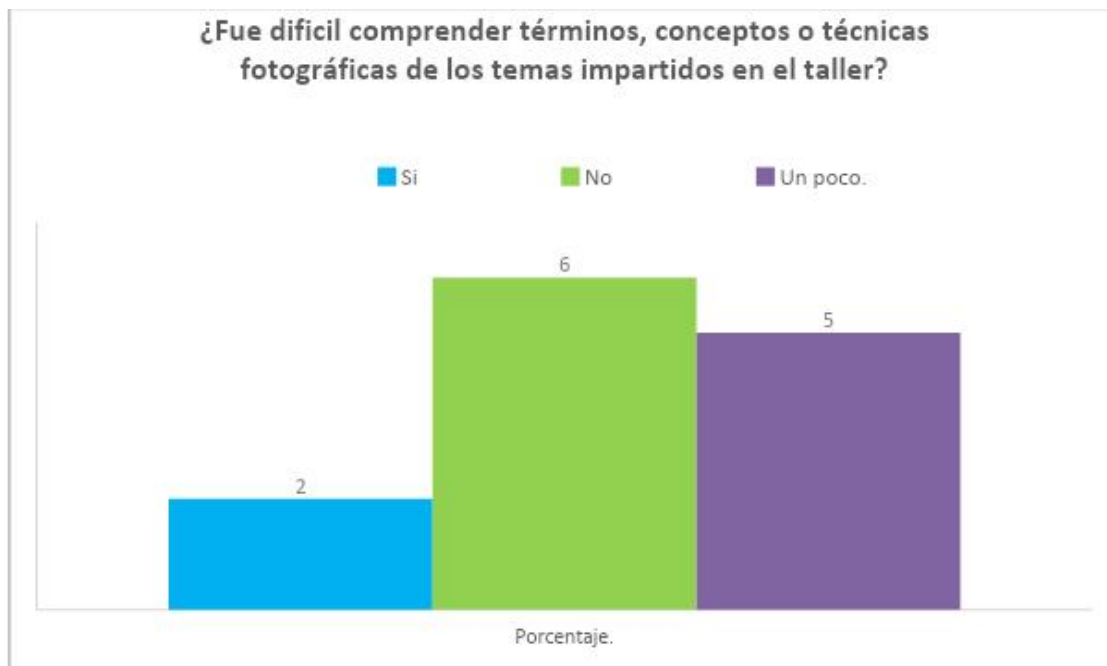
Pregunta 5



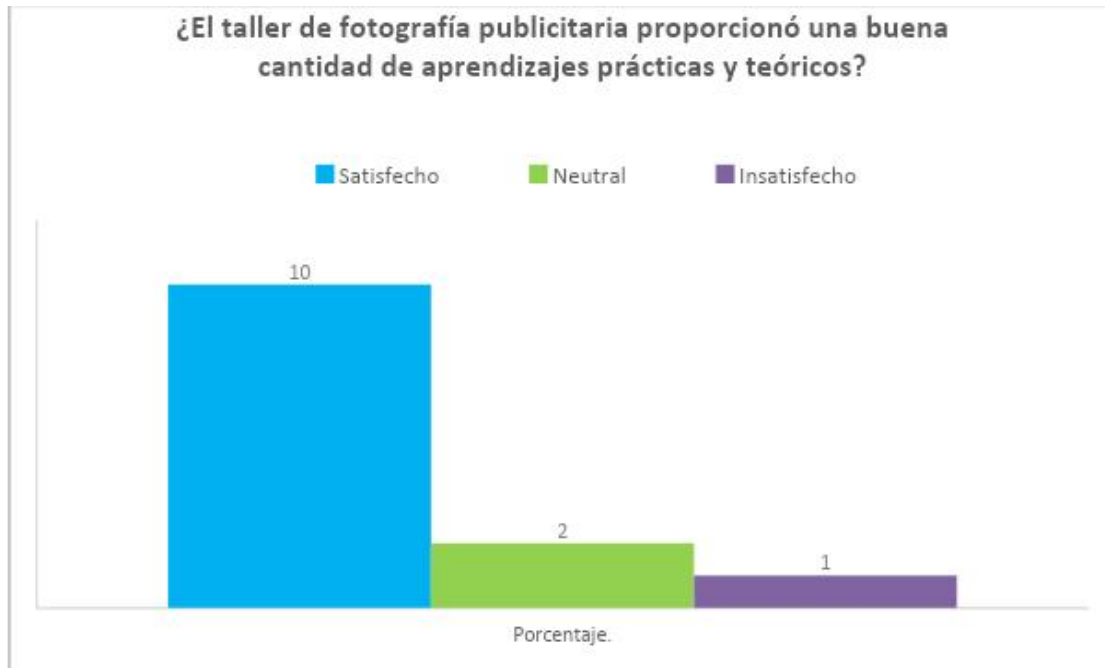
Pregunta 6



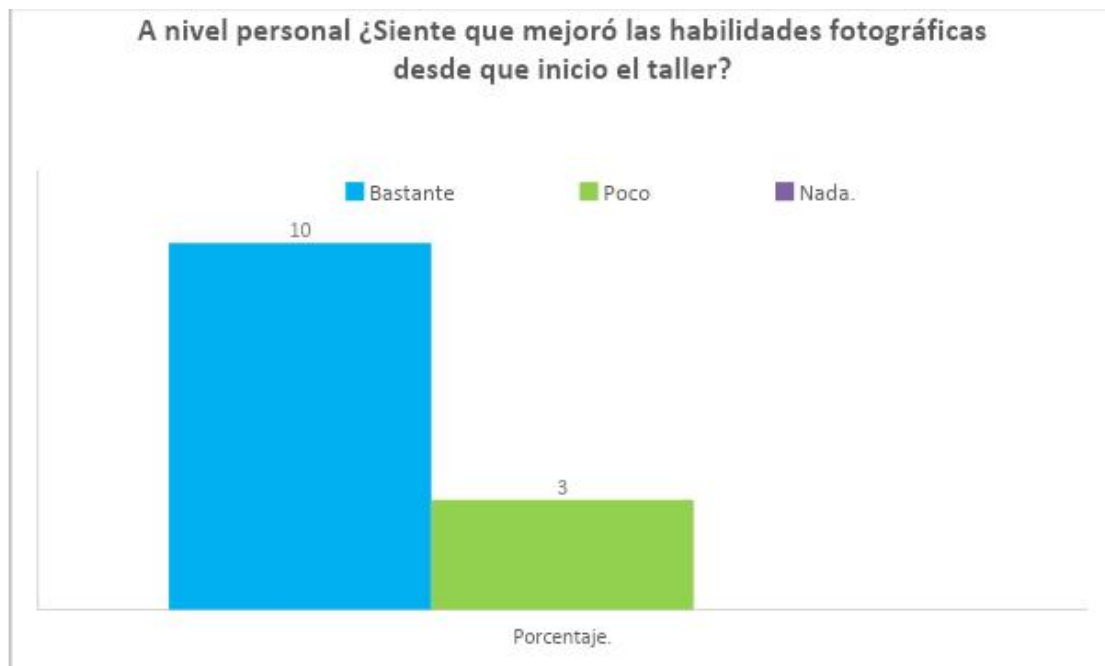
Pregunta 7



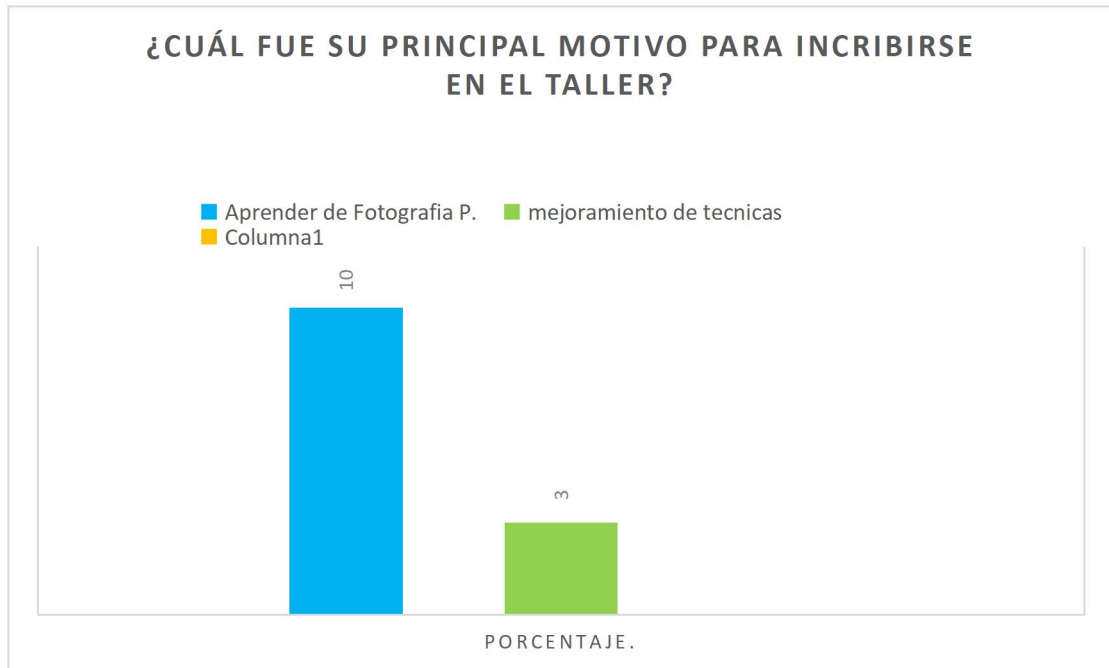
Pregunta 8



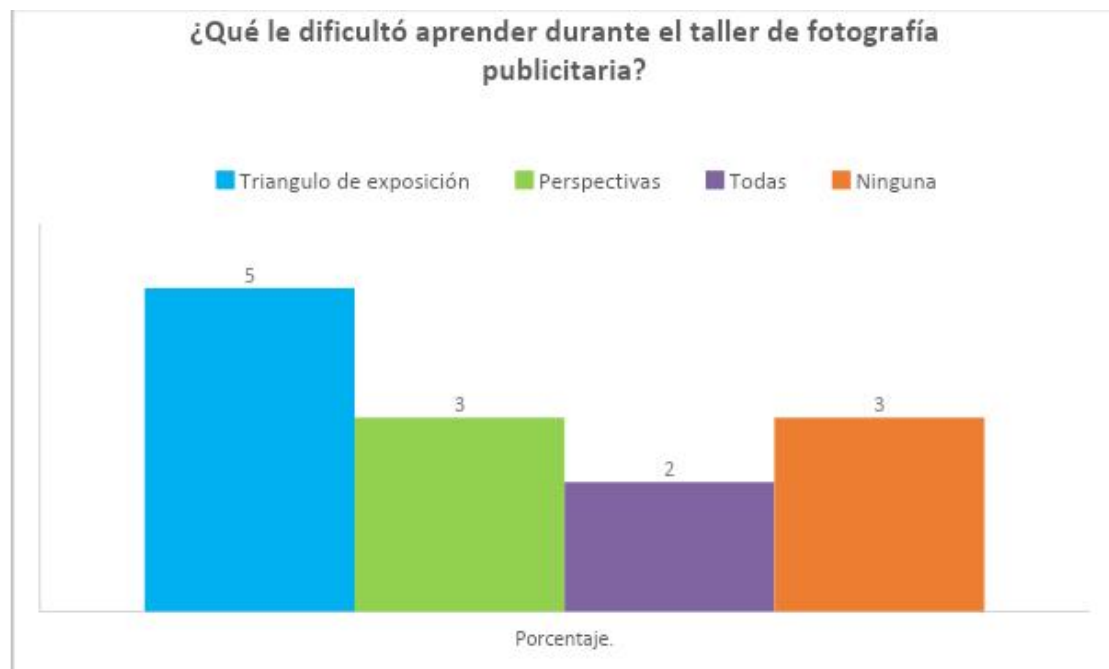
Pregunta 9



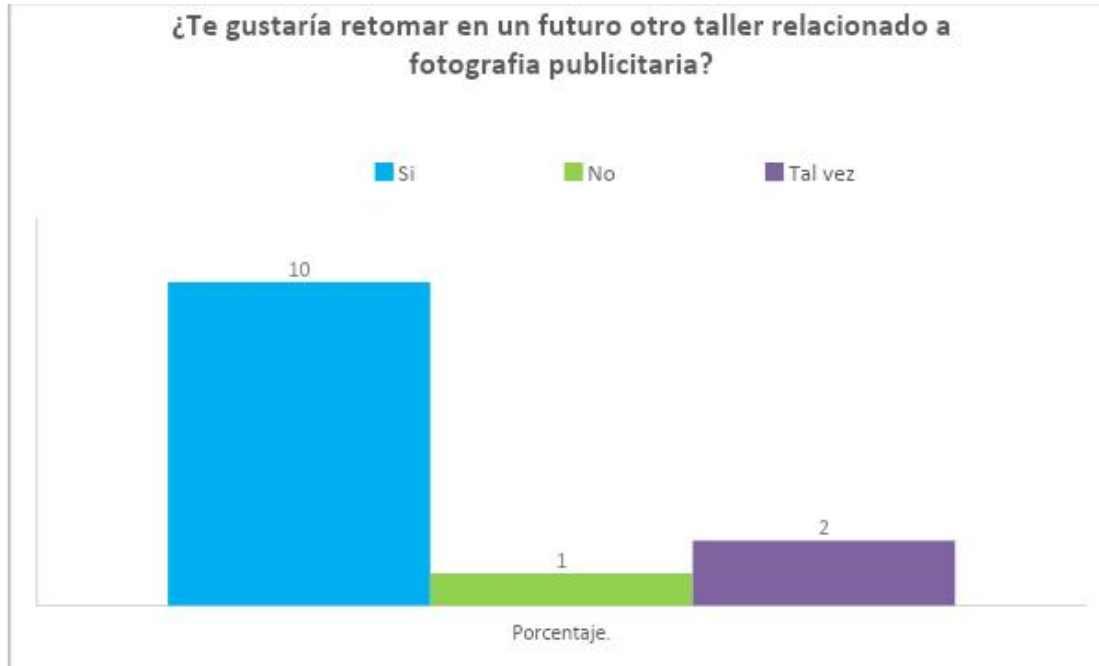
Pregunta 10



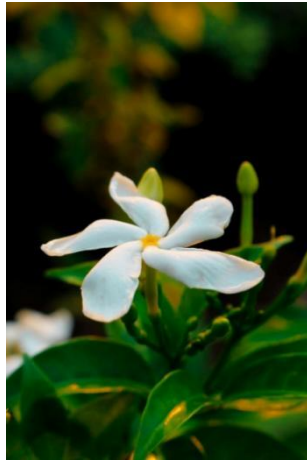
Pregunta 11



Pregunta 12



ANEXO IV: MUESTRA DE PROYECTO



TITULO	Una flor en el jardín
AUTOR	Andrea Rivas
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1900x1600
AÑO	2023



TITULO	Un sol es tu mirada
AUTOR	Anny Cisneros
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1296x171
AÑO	2023



TITULO	El color de la realeza
AUTOR	Andrea Rivas
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1200x1600
AÑO	2023



TITULO	Canasta floral
AUTOR	Alejandro Arevalo
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1296x171 KB
AÑO	2023

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



TITULO	Flores de verano
AUTOR	Cristina Hernandez
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	900x1600
AÑO	2023



TITULO	Flor de pasión
AUTOR	Alejandro Arevalo
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1220x520
AÑO	2023



TITULO	Campana religiosa
AUTOR	Pedro Magaña
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1200x1600
AÑO	2023



TITULO	Verano celestial
AUTOR	Alejandro Arevalo
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1296x171
AÑO	2023

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



TITULO	Pequeño Cactus
AUTOR	Cristina Hernández
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	1200x1599
AÑO	2023



TITULO	Miss Begonias
AUTOR	Morena Rivas
TÉCNICA	F. de Naturaleza
MEDIDAS	900x1600
AÑO	2023



TITULO	Palacio de las Artes
AUTOR	Alejandro Arevalo
TÉCNICA	F. Arquitectónica
MEDIDAS	1900x1600
AÑO	2023



TITULO	Paaroqui Santos Niños Inocentes
AUTOR	Alejandra Magaña
TÉCNICA	F. Arquitectónica
MEDIDAS	1296x171 KB
AÑO	2023

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Guatemala 2023



TITULO	Bustos cerámica
AUTOR	Salvador López
TÉCNICA	F. Publicitaria
MEDIDAS	736x1046
AÑO	2023



TITULO	Cerveza Dorada premium
AUTOR	Eduardo López
TÉCNICA	F. Publicitaria
MEDIDAS	576x1024
AÑO	2023



TITULO	Crucifixión
AUTOR	Sergio Ayala
TÉCNICA	F. Realidad social-cultural
MEDIDAS	1200x1600
AÑO	2023



TITULO	Flores de verano
AUTOR	Andrea Rivas
TÉCNICA	F. Realidad social-cultural
MEDIDAS	1296x171 KB
AÑO	2023

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



TITULO	Jardin Botanico
AUTOR	Pedro Magaña
TÉCNICA	F.Retrato-Naturaleza
MEDIDAS	3024x4032
AÑO	2023



TITULO	Luces de Diciembre
AUTOR	Alejandra Magaña
TÉCNICA	F. Realidad social-cultural
MEDIDAS	1200x1600
AÑO	2023



TITULO	El pequeño mundo
AUTOR	Lucia Nohemi Mejia
TÉCNICA	F. Naturaleza
MEDIDAS	765x1024
AÑO	2023

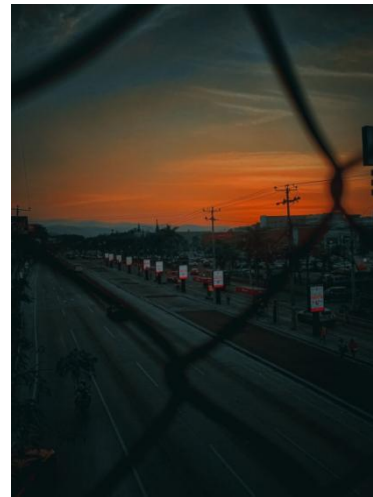


TITULO	Mis fotos son mis ojos .
AUTOR	Andrea Rivas
TÉCNICA	F. Retrato
MEDIDAS	1900x600
AÑO	2023

Taller de Fotografía Publicitaria para jóvenes y adultos en el Palacio de las Artes de Antigua Cuscatlán 2023



TITULO	Retrato
AUTOR	Francisco Portillo
TÉCNICA	F. Retrato
MEDIDAS	1900x1200
AÑO	2023



TITULO	Atardecer
AUTOR	Francisco Portillo
TÉCNICA	F. Arquitectónica
MEDIDAS	1296x171 KB
AÑO	2023



TITULO	Mundo verde
AUTOR	Alejandro Arevalo
TÉCNICA	F. Naturaleza
MEDIDAS	900x1600
AÑO	2023



TITULO	Arquitectura moderna
AUTOR	Pedro Magaña
TÉCNICA	F. Arquitectónica
MEDIDAS	736x1046
AÑO	2023