

Resulta apropiado comenzar definiendo el medio donde se va a desarrollar esta Galería Fotográfica Virtual, este medio es Internet. Se tocarán algunos términos de programación, consideraciones al momento de diseñar para la Web, arquitectura de la información, consideraciones de diseño y luego se tratará sobre el lenguaje fotográfico y la unión de todos estos aspectos para lograr un sistema gráfico visual, coherente y eficiente.

Algunas de las referencias bibliográficas que se han considerado como fuente para el marco teórico y metodológico son: Producción y Diseño Gráfico para la World Wide Web de Antonio Fernández-Coca y Diseño Gráfico para la gente de Jorge Frascara.

“La llamada autopista de la información es, realmente, un conjunto de miles de redes informáticas unidas entre sí”

Marco Teórico-Methodológico

Bases Conceptuales.

Internet.

Primero comenzaremos definiendo qué es “Internet”, algo de su historia y algunos términos de programación. Internet es una red internacional de comunicación, “La llamada autopista de la información es, realmente, un conjunto de miles de redes informáticas unidas entre sí” (cfr. en <http://www.ilustrados.com/publicaciones>), es decir, una red que no sólo interconecta computadoras, sino que interconecta redes de computadoras.

“Una red de computadoras es un conjunto de máquinas que se comunican a través de algún medio: cable coaxial, fibra óptica, radiofrecuencia, líneas telefónicas, entre otras, con el objeto de compartir información” (cfr. en <http://www.albanet.com.mx/>)



19

19. Internet



articulos/HISTORIA.htm).

La idea principal de este proyecto parte de este concepto, lo que se quiere es establecer una conexión con otras Escuelas e Instituciones que manejen la fotografía como medio artístico y de comunicación, además de todas las personas posibles que compartan intereses afines.

Más específicamente trabajaremos con uno de los servicios que nos ofrece Internet, como lo es la World Wide Web, siendo el más novedoso y atractivo.

WWW.

La World Wide Web, simplemente Web o algo así como telaraña mundial, “nació en respuesta a la necesidad que la comunidad científica internacional

tenía de nuevos sistemas de distribución de información. Este fue uno de los objetivos que planteó Tim Berners Lee cuando en 1989 presentó a sus superiores la propuesta original para el proyecto World Wide Web (WWW)” (cfr. en <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpypkZIZVywOIMxwKY.php>).

En la WWW podemos combinar textos, a través de documentos de hipertexto, que es otra de las características propias de la información que se encuentra en Internet. Además de la información propia del documento existen enlaces (en inglés links) a otros documentos con información relacionada. Estos enlaces “hacen posible que, a través de Internet, podamos conectar con servidores, probablemente situados lejos de nuestro punto de conexión, para obtener la información deseada de una manera casi inmediata” (Fernández-Coca, 1998: 42).



20

20. Conexión

**Marco
Teórico-Methodológico**



Un documento de la World Wide Web, esta integrado por una serie de páginas Web, enlazadas entre sí y con la red por medio de links. A este mundo Web puede acceder cualquier persona, sin ningún tipo de restricción inicial, haciéndolo un medio de fácil acceso para todos los interesados en un determinado tema, en nuestro caso es un canal que se forma desde el laboratorio de fotografía de la Facultad de Artes y el mundo.

Programas.

Para poder diseñar una página Web, además de estudiar y analizar algunos conceptos y ejemplos, debemos manejar ciertos programas de diseño. Las páginas Web, en su mayoría son diseñadas por personas que no manejan conceptos, ni criterios de diseño, como programadores informáticos o aficionados a Internet, cada vez que navegamos en

la Web nos encontramos con cualquier cantidad de páginas que son un caos visual, dificultando su navegación y obligándonos a abandonarlas en pocos segundos.

Si deseamos un buen resultado en nuestro diseño Web, que atrape al visitante y lo mantenga en nuestro sitio Web el tiempo necesario para que reciba todo lo que queremos informarle, podemos tener en cuenta algunos lenguajes y programas avanzados para la edición de dichas páginas.

Entre ellos están CorelDraw, FreeHand, Illustrator, como diseño vectorial, PageMaker o Indesign para maquetación y PhotoShop para edición de imágenes o cualquier otro que cumpla con los requisitos necesarios para obtener un buen resultado final y por supuesto se deben manejar



**Marco
Teórico-Methodológico**

21. Logos de programas



software editores de páginas Web como por ejemplo Dream Weaver, Netscape Composer, Flash, muchos de los cuales son gratuitos en Internet y que resultan eficientes si deseamos algo versátil, sencillo, original y rápido.

El diseñador da forma visual a las comunicaciones. Luego de aprender sobre la realización de páginas Web, manejo de paquetes, debemos adaptar toda esta información dentro de un sistema gráfico, esto es un proceso que precisa demasiadas decisiones para que puedan ser tomadas en una forma lineal y digitalmente controlada, para tomar estas decisiones y dar forma a nuestro concepto visual, debemos estudiar sobre las consideraciones y estéticas de la Fotografía, no podemos desligarnos del lenguaje visual que manejan los fotógrafos.

En este punto se puede tomar como base mi experiencia con la fotografía y la experiencia de los profesores del área de fotografía de la Facultad de Artes de la Universidad de Los Andes, además de considerar a otros fotógrafos del mundo que puedan aportar ideas y conceptos necesarios para hacer una conexión con el diseño gráfico, el mundo virtual de la Web y la Fotografía.

Diseño.

¿Qué es el diseño?, esta es La pregunta que todo diseñador cree saber responder con total seguridad y convicción. Sin embargo, las respuestas suelen ser muy diversas y en algún sentido opuestas. Por esta razón es importante consultar varias, para conocerlas, ya sea para confirmar la propia opinión o para replantearse.



En la enciclopedia Encarta se encuentra lo siguiente: “Etimológicamente la palabra Diseño tiene varias acepciones del término anglosajón design (referente al signo, signar, señalar, señal, indicación gráfica de sentido o dirección) representada mediante cualquier medio y sobre cualquier soporte analógico, digital, virtual en dos o más dimensiones” (Biblioteca de consulta Encarta 2005). Las consideraciones hechas por el profesor de diseño gráfico en varias universidades argentinas Raúl Bellucia, publicadas en el Foro Alfa son: “El diseño es un servicio a terceros cuya especialidad consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un artefacto y su modo de producción, para que cumpla con una serie de requisitos definidos de antemano: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, ergonómicos, persuasivos, económicos,

etc.” (cfr.http://foroalfa.com/A.php/Que_hacen_los_disenadores_cuando_disenan/1).

Con estos dos conceptos sumados a otras lecturas, podemos definir el diseño como una forma de pensamiento conciente, con el cual se crea un universo de signos, símbolos y señales representados mediante cualquier medio y sobre cualquier soporte analógico, digital, virtual en dos o más dimensiones. La mayor parte es un servicio para terceros y debe cumplir con los requisitos definidos de antemano tanto de funcionalidad como de estética.

Fotografía.

Uno de los puntos más importantes a destacar dentro de la Galería Fotográfica Virtual, es el valor que se le está dando a la enseñanza de la fotografía, preservando el método analógico y explorando



23

23. www.zonezero.com



las nuevas tecnologías de la fotografía digital. Un sitio Web presenta de forma digital las fotografías analógicas, por ello se hace una conexión más directa entre estos dos mundos, que ahora se están uniendo y que en páginas Web como www.zonezero.com, tiene como lema, "de lo analógico a lo digital".

En el editorial aniversario N° 52 de la revista-galería fotográfica digital Zonezero comentan: "El epítome de esta idea (de lo análogo a lo digital), se encuentra representada en la obra de Ken Merfeld. Sus maravillosas imágenes hechas en placas de vidrio a través del proceso de colodión húmedo, terminaron migrando al dominio digital. Ningún otro fotógrafo que hayamos publicado abarca tal rango de tecnologías siendo al mismo tiempo tan fiel a su estilo propio" (cfr. Pedro Meyer en <http://www.zonezero.com/editorial/editorialsp.html>).



24. Ken Merfeld. "Pop eyes, 2002"

El ejemplo de Ken Merfeld, también ayudará a sustentar un poco este paso de la fotografía analógica a la digital, sin dejar de un lado el valor y la práctica de las formas tradicionales. En este punto se hace interesante destacar unas palabras del fotógrafo: "He sido un aficionado del cuarto oscuro en blanco y negro y he tomado retratos por muchos años. He querido explorar un nuevo método de expresión, un modo diferente para entrar al meollo de mis temas. El mundo está moviéndose rápidamente hacia el futuro de las imágenes electrónicas. He decidido tomarlo con calma y trabajar con la técnica fotográfica original aplicando manualmente químicos a las placas de vidrio, exposiciones más largas y lentes antiguos" (cfr. Ken Merfeld en <http://zonezero.com/exposiciones/fotografos/merfeld/indexsp.html>).

Este fotógrafo sigue trabajando con métodos

**Marco
Teórico-Methodológico**



antiguos de la fotografía pero a la vez explorando las nuevas tecnologías al publicar su portafolio de forma animada y digital en la Web. Así son muchos los fotógrafos que pueden aportar posturas interesantes que complementen este proyecto de Galería Fotográfica Virtual.

Por ello se diseñó un cuestionario y se envió vía correo electrónico a varios fotógrafos de Venezuela y el mundo para recolectar opiniones y visiones acerca de la enseñanza de la fotografía, la fotografía digital y de la digitalización de fotografías analógicas, entre otros aspectos. Dicho cuestionario será trabajado más adelante.

Galería

Sala donde se exponen obras de arte. La palabra galería se originó de la palabra latina

“galilea”, que viene de la antigua Grecia y Roma. De Grecia viene la similitud con el término más próximo: pinacoteca, espacio situado a la entrada de templos donde estaban dispuestas diversas representaciones de dioses.

Galería Virtual

Es un espacio que posee las mismas características que una sala de exposición, pero en un lugar simulado por un computador al que puede tener acceso cualquier persona que introduzca la dirección en Internet. Los beneficios que tiene una galería virtual son diversos, entre éstos la interactividad, el fácil acceso y la disponibilidad del material a todo público las 24 horas, los 365 días del año, a un costo muy bajo y sin necesidad de movilizarse.



25

Marco
Teórico-Methodológico 25. Galería



Multimedia.

Es un sistema que para presentar una información utiliza la unión de varios medios de comunicación "como la imagen, el texto y el sonido, integrados en un mismo soporte" (Fernández-Coca, 1998: 26). Podemos clasificarlos en libros electrónicos, revistas, juegos y galerías virtuales. Existen dos tipos de aplicaciones multimedia, las on-line que necesitan de la red y las off-line que no requieren de ella para funcionar.

Estudio e identificación de nuestro mercado meta. Usuario final.

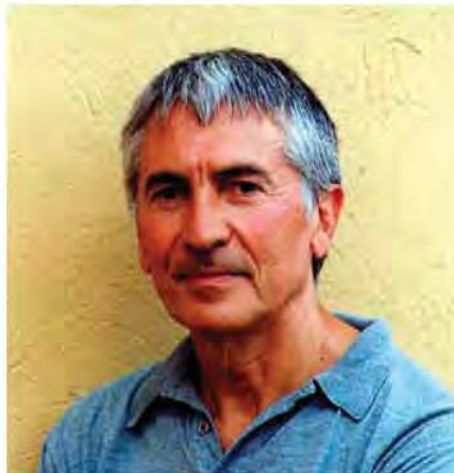
La World Wide Web puede ser consultada por cualquier persona, sin embargo siempre existe un público concreto que busca información sobre un tema específico. Podemos referirnos a este público como usuario final o también llamado destinatario

final, quien no es el cliente que encarga un proyecto sino la persona o grupo que lo usará.

Debemos tener en cuenta que el usuario final es cambiante, transforma continuamente sus necesidades, apetencias y aptitudes. Por ello consultamos el libro de Jorge Frascara *Diseño Gráfico para la Gente*, porque el propósito de su libro es "asistir a la práctica, proponiendo al diseño como una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente" (Frascara, 2000: 19).

En su concepto ubica al público como la parte más importante en el proceso de diseño y lo conecta con las nuevas tendencias, no apoya partir de supuestos principios estéticos universales o de

26



26. Jorge Frascara

Marco
Teórico-Methodológico



caprichos personales del diseñador.

El diseñador como bien lo dice Frascara, es un identificador y solucionador de problemas. El diseñador más que resolver una situación para sólo obtener una recompensa monetaria, debe trabajar para comunicar y aportar algo a la sociedad en la que se desenvuelve, es decir mejorar el bienestar de la gente.

Cuando trabajamos con una página Web, estamos trabajando para un público específico pero que se encuentra disperso en el mundo. Por ello el lenguaje visual debe ser universal y para poder lograr este propósito, podremos estudiar un poco de sociología, psicología, antropología, ciencias de la comunicación y marketing.

Sociología.

Los métodos de investigación que se usan en esta área pueden proveer a los diseñadores gráficos herramientas útiles para el estudio de los problemas comunicacionales, conociendo un poco sobre los fenómenos sociales de la actualidad.

Psicología.

Hay que saber un poco sobre la conducta y el comportamiento de los usuarios de Internet y más específicamente de las personas interesadas en el área de la Fotografía.

Antropología.

Sin volvernos especialistas en esta área, se debe comprender la noción de cultura y de las diferencias culturales del usuario del sitio Web a diseñar.



**Marco
Teórico-Methodológico**

Ciencias de la educación.

Además de ser una página inspirada en el trabajo obtenido de un proceso de aprendizaje dentro de una institución, uno de sus objetivos es introducir sobre lo que es la Fotografía al usuario interesado en el tema, pero no muy familiarizado con el mismo.

Investigación de mercado.

Se debe diseñar para las personas que van a usar la página Web y no para las que contratan estos servicios. Para esto se deben hacer investigaciones de Mercado. Por ello se recurrió a una compañía que trabaja dentro de la gran red de agencias de publicidad JWT (J. Walter Thompson), este organismo liderizado por GLUE (departamento dentro de la agencia que trabaja con mercadeo directo) se encargó de hacer una investigación de mercado general, es decir, una base de datos segmentada por edades y clases

sociales, este sitio se llama “El Cubo”, para cualquier producto y servicio a nivel de Latinoamérica.

Allí se pudo encontrar información de lo que le gusta, cree y piensa la gente además de las situaciones en las que pasa mayor tiempo nuestro target. Dicha información es actualizada anualmente y no esta disponible para el público general, sólo para la gran red de agencias de publicidad JWT. Toda esta información nos acerca más a nuestro público o consumidor final. Antes de entrar a este sitio en la red, tenemos que tener bien claro quién es nuestro mercado meta o target, por ello necesitamos definirlo.

Target.

Según el libro de Keppler publicidad “el target, también conocido por público objetivo,

27



27.Glue

**Marco
Teórico-Methodológico**

30



grupo objetivo, objetivo de mercado o mercado meta, es un término que se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto, servicio o bien” (Russell J. Thomas 2002:15). Tiene directa relación con el marketing. Conocer las actitudes de un target frente a los medios hace más fácil contactarlos y llegar con un mensaje al menor costo y mayor eficacia.

Podemos definir a nuestro target directo como estudiantes universitarios, por promedio podemos asignarle edades entre 16 y 25 años. Por otro lado tenemos aficionados y profesionales de la fotografía a los cuales podemos ubicar entre 16 y 40 años aproximadamente. Como resulta muy amplio nuestro target lo ubicaremos como mujeres y hombres con edades comprendidas entre 16 y 30 años de clases A, B y C. No incluiremos la clase “D”, por

no tener suficientes posibilidades económicas y de información para acceder a Internet.

Estos datos fueron introducidos a “El Cubo” obteniendo los siguientes resultados:

El Cubo:

País: Venezuela

Sexo: femenino y masculino

Edad: 16 a 30 años

Clase social: A, B y C

Cuáles de los siguientes canales le dedica tiempo (sólo veremos los 10 primeros)

USAR MENSAJES DE TEXTO EN TELEFONOS
CELULARES
75.52%



**Marco
Teórico-Methodológico**

VER TV POR CABLE
67.85%

ESCUCHAR RADIO FM
67.26%

NAVEGAR EN INTERNET
63.62%

USAR TELEFONOS CELULARES
61.95%

USAR EL TRANSPORTE PUBLICO
56.05%

LEER PERIODICOS
30.61%

LEER REVISTAS
46.02%

IR AL SUPERMERCADO
20.25%

REALIZAR ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE
42.48%

Los atributos del medio (Internet) en los que coincidió mayormente la muestra realizada por el departamento de mercadeo de JWT de 500 personas de sexo femenino y masculino, edades entre 16 y 30 años de clases A, B y C son los siguientes:

Internet es:

Entretenido 355 personas

28

J W T

28.JWT

Marco
Teórico-Methodológico

32



Necesario 270 personas
Tecnológico 423 personas

El 63.62% de nuestro mercado meta le dedica tiempo a Internet, con esta cifra podemos concluir que Internet es un buen medio para comunicarnos con nuestro target.

Marketing / Mercadotecnia.

Una página Web no es un producto tangible al cual vender y por el cual recibir dinero, se usa para comunicar e informar sobre un determinado tema y también como medio dónde exponer productos y venderlos haciendo uso de nuevas tecnologías. Es un ambiente virtual, pero igual necesita de la mercadotecnia para poder llegar efectivamente al usuario final. Esta nos ayuda a localizar nuestro público meta, a estudiar su conducta y a aplicar

estrategias eficientes para lograr uno de nuestros objetivos, la comunicación e interrelación con instituciones y personas interesadas en la fotografía.

Brief.

“Es la presentación del entorno y la estrategia de venta que va a tener nuestro producto o servicio. Tiene que ver mucho con las estrategias de marketing que se van a usar, la imagen del producto y sobre todo las características del mismo” (cfr. en <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/no10/briefdeproducto.htm>). El Brief esta compuesto por cierta cantidad de preguntas que se le envían al cliente, para obtener de él la información necesaria acerca del trabajo que solicitan, en este caso, la página Web. Las preguntas son las siguientes:

1. ¿Qué se requiere?
2. ¿Qué esperamos que haga la comunicación?



**Marco
Teórico-Methodológico**

3. ¿Qué conocimiento profundo tenemos sobre nuestro público objetivo (su comportamiento, creencias y sentimientos)?
4. ¿Qué respuesta única queremos de nuestra Galería Fotográfica Virtual?
5. ¿Cuál es la mejor razón para estimular esto (emocional, sensual o racional)?
6. ¿Qué aspectos de la personalidad del área de fotografía son importantes para esta comunicación?
7. Virtudes del área de fotografía que podrían ayudar

Metodología.

Todos estos conceptos son base o marco teórico, pero para poder organizar esta información y establecer un plan de trabajo, se necesita una metodología. La metodología que se va a utilizar va a

ser experimental, basada en la experiencia del autor Fernández-Coca en el proceso de realización de la página Web, adaptándole nuestro particular proceso creativo y de diseño.

Fernández-Coca, siendo productor y diseñador gráfico, plantea una metodología para la realización de una página Web, basada en experiencias propias e investigaciones previas. Define Multimedia como el resultado de la unión de varios medios de comunicación como la imagen, el texto y el sonido, integrados en un mismo soporte. El teatro, el cine, la televisión, el disco compacto y los sitios Web son considerados soportes multimedia.

**Marco
Teórico-Metodológico**



BRIEF CREATIVO: Galería Fotográfica Virtual.

Cliente: Área de Fotografía

Faculta de Artes

14/12/2006

1.- ¿Qué se requiere?

El área de Fotografía necesita darse a conocer en el mundo del arte y el diseño, no sólo a nivel nacional sino también internacional.

2. ¿Qué esperamos que **haga** la comunicación?

Informar tanto al medio de los diseñadores y artistas, como al público en general de la calidad de los trabajos producto del esfuerzo realizado por sus profesores y alumnos cada semestre.

Este intercambio de información ampliará las expectativas del alumno, porque no sólo estará exponiendo sus trabajos al mundo, sino también se estará dando a conocer entre miles de fotógrafos, mostrando un currículo que podría abrirle las puertas en el ámbito profesional.

3. ¿Qué **conocimiento profundo** tenemos sobre nuestro público objetivo (su comportamiento, creencias y sentimientos)?

El Target de esta Galería, son: ¿Qué respuesta **única** queremos de nuestra Galería Fotográfica Virtual? ¿Qué respuesta **única** queremos de nuestra Galería Fotográfica Virtual?

Estudiantes de fotografía.
Aficionados a la Fotografía.
Amantes de la fotografía.
Profesores.
Fotografos Profesionales.Dinámico

Por ello, este autor propone organizar el proceso de

4. ¿Qué respuesta **única** queremos de nuestra Galería Fotográfica Virtual?

Frecuentes visitas.
Que nos contacten y poder contactar estudiantes que quieran formar parte de nuestra escuela y, Profesionales del área para entrevistas y talleres.

5. ¿Cuál es la mejor **razón** para estimular esto (emocional, sensual o racional)?

Racional,
en esta página consigo información que me ayuda en mi aprendizaje,
conozco el trabajo de otros fotógrafos amateur y profesionales,
obtengo información sobre talles y seminarios.

6.- ¿Qué aspectos de la **personalidad del área de fotografía** son importantes para esta comunicación?

el área de Fotografía, conformada por las asignaturas Foto 10, Foto 20, Expresión Fotográfica, reúnen cada semestre a un grupo de talentosos estudiantes que desarrollan proyectos fotográficos con calidad de exposición y exportación. Por ello en la galería, se debe resaltar el potencial de departamento, de sus profesores y estudiantes en la enseñanza de la Fotografía.



Marco
Teórico-Methodológico 29. Brief

elaboración de una página Web como un medio audiovisual, dividiendo y organizando el proceso de investigación y producción en 4 pasos que son: estudio, pre-producción, producción y post-producción, cada uno de estos pasos tiene incluidos actividades específicas, que luego de estudiarlas se adaptarán al proceso creativo y de diseño, creando una metodología experimental.

Criterios para el diseño.

Idea Creativa.

La idea creativa de este proyecto se fundamenta en este punto: "hay un gran trecho entre articular una gran idea y ejecutarla. Hay que tener los sistemas para sustentar nuestra idea y promesa básica" Emilio Botech Rophie (specialista en estrategia promocional y creación de programas de lealtad y

valor agregado (cfr. en <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=12418>). La idea detrás de Nike no son zapatos, sino la acción, el hacer deporte.

Se relaciona directamente la idea creativa con las estrategias publicitarias, porque una página Web como medio comunicativo necesita estructurar una buena idea para lograr sus objetivos. Nuestra idea creativa se puede describir con una palabra "CONEXIÓN", pues el objetivo principal de esta Galería Fotográfica Virtual es conectar el área de fotografía de la Facultad de Arte con el mundo, hacer un puente directo con éste para poder participar y darse a conocer a través del medio más eficiente para este objetivo: Internet.

Tormenta de Ideas.

30



31



30.Logo nike

31.Zapatos Nike

La idea detrás de Nike no son los zapatos, sino la acción, el hacer deporte.

Marco Teórico-Methodológico

El Brainstorming (Lluvia de ideas o tormenta de ideas) es una herramienta que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. Fue creado en el año 1941, por Alex Osborne, "dando la oportunidad de sugerir sobre un determinado asunto muchas ideas sueltas y originales" (cfr. en www.gdsig.com.ar/mindjet/Mapas%20Mentales%20-168.htm - 3k -). Se realizaron dos tormentas de ideas, una para las ideas en conjunto de diagramación y secciones de la página, de donde surgió la estructura del mapa Web; la otra tormenta de ideas fue sobre el nombre de la página o dirección Web, debido a que existen muchos elementos importantes que deben considerarse, uno de ellos es la facilidad para recordar el nombre, entre otros.

Tormenta de ideas:

- Sólo fotografía
- Quizás videos (cortos, micros,...)
- Material de la Facultad de Artes ULA, Foto I, Foto II y Expresión Fotográfica.
- Las fotos se empezarán a recolectar en el semestre A-2006
- Se podrán tomar en cuenta trabajos de estudiantes que estén cursando otras materias o ya egresados.
- Se podrá hacer una sección para profesores.
- Concursos (en diferentes categorías, foto-libre, digital, por técnica,...).
- Actualización semestral, en algunas secciones se pueden hacer actualizaciones semanales.
- Información acerca de la historia de la fotografía, técnicas, nuevas tendencias, artículos escritos por fotógrafos profesionales,

32



32. Tormenta de ideas



entrevistas...

- Exponer a un fotógrafo venezolano, su currículum, comentarios...
- Abrir un foro de opiniones.
- Información de exposiciones y concursos a nivel nacional.
- Cada fotografía vendría acompañada del currículum del artista.
- Una de las secciones será un "Blog", aquí el webmaster encargado de la página actualizará diaria o semanalmente recomendaciones de otros sitios web, de fotógrafos, de exposiciones, galerías, diseño, arte.
- Sección de noticias, esta sección deberá actualizarse con más frecuencia, dentro de las noticias habrán links para las páginas que tengan relación con la noticia.
- Información y recomendación de fotógrafos

de libros y revistas especializadas.

- Información de cursos y talleres, postgrados en fotografía
- Diseño minimalista.
- 3 clic máximo para llegar a algún sitio de la página.
- Pocos colores, blanco, gris y negro, preferiblemente, quizás otro color.
- Fácil acceso, interactivo.
- Conseguir patrocinantes, publicidad dentro de la página, para lograr que se financie sola.
- 6 botones principales, Foto 1, Foto 2, Expresión fotográfica, ensayo fotográfico y entrevista o reportaje e información
- En las secciones de Foto 1 y Foto 2 se pueden mostrar las mejores fotos del semestre, también se pueden hacer concursos o mostrar

33



33.Minimalismo. Robert Ryman

Marco
Teórico-Methodológico



todos los trabajos.

- En la sección de ensayo fotográfico se muestran las mejores fotografías producidas en esta materia optativa.
- En la sección de Entrevista, se puede escoger a un Fotógrafo o grupo de ellos, que manejen una misma tendencia. La idea es hacer contacto con ellos y mandarles una entrevista vía Internet o hacer contacto por otro medio y redactar u artículo acerca de ellos.
- En la sección de Información se hablará sobre el área, noticias, exposiciones, profesores, entre otras.

Posibles nombres: El nombre debería contener o empezar con la palabra "FOTO", para que sea encontrado más fácilmente por los buscadores. Debe ser fácil de recordar, original y que esté relacionado

con la fotografía.

- www.fotografosenascenso.com
- www.migaleriavirtual.com
- www.nuevosfotografos.com
- www.fotografiaparatodos.com
- www.fotogaleria.com
- www.fotoexposicion.com
- www.fotoconcepto.com
- www.fotoexpresion.com
- www.fotointeraccion.com
- www.fotoexhibicion.com
- www.fotodemostracion.com
- www.fotografosyfotografos.com
- www.fotografiayfotografos.com
- www.verfotografia.com
- www.fotohacer.com
- www.fotoaprender.com



**Marco
Teórico-Methodológico**

- www.aprendiendofoto.com
- www.luzcolorysombras.com
- www.exponemos.com
- www.expofotografia.com
- www.expografia.com
- www.fotocatodo.com (fotocátodo: dispositivo sensible a la luz formado por una capa de una sustancia metálica como el antimonio o el sodio sobre una base de cuarzo o vidrio y descarga electrones cuando se expone a cierto nivel de luminosidad.)
- www.se-expone.com
- www.fotografiando.com
- www.fotografiemos.com
- www.andofotografiando.com
- www.nuestrafotografia.com
- www.nuestragaleria.com
- www.migaleria.com
- www.galeriafotografica.com
- www.espaciofotografico.com
- www.miranos.com
- www.observanos.com
- www.fotoestampas.com
- www.fotoarea.com
- www.areadefoto.com
- www.accesofotografia.com
- www.zonafotografica.com
- www.expresiones.com
- www.expo.foto.com
- www.zona.foto.com
- www.foto.zona.com
- www.todoesparte-detodo.com
- www.area.exposicion.com
- www.menosesmas.com
- www.lacajadefotos.com
- www.fotobox.com.ve

Marco
Teórico-Methodológico



Nombre de la Galería Fotográfica Virtual

Para elegir un nombre se deberá tener muy presente las siguientes indicaciones: "Debe de ser fácilmente asociable e identificable con nuestra Empresa / Marca / actividad. Con lo cual conseguiremos además que pueda ser recordado con facilidad. No debe de ser ni complicado ni difícil de recordar. Cuanto mas claro, sencillo y fácil de recordar, mejor" (cfr. en <http://www.monografias.com/trabajos/losdominios/losdominios.shtml>). Todos los documentos que se encuentran en la Red tienen, con carácter necesario, una dirección para que pueda ser reconocida en Internet y visitada por todos. Como si fuera un número de teléfono o una dirección postal.

Lo ideal de los Nombres de Dominio es que

sean nombres pequeños ya que ellos se graban más fácil en la mente de los usuarios de Internet, por ejemplo un nombre corto como GOOGLE.COM se retiene más que un nombre como BUSCADORDE PAGINASWEBGOOGLE.COM sería muy difícil de recordar siempre.

En tal sentido se consideró apropiado que la dirección de la Galería Fotográfica Virtual sea www.lacajadefotos.com.ve o en inglés www.fotobox.com.ve. Estos nombres son la derivación de una tormenta de ideas, de la consideración de la palabra "foto" como elemento clave dentro del nombre y de la premisa de poseer un nombre que se vincule con la fotografía y que a su vez sea recordado con facilidad. La terminación ".ve" "es un dominio que agrupa a todos los computadores inscritos dentro de Venezuela. Dicho código de dos letras asignado por



35



34



Marco
Teórico-Methodológico

34. Google
35. Google.ve

la ISOC (Internet Society) como dominio de primer nivel para Venezuela, cada país tiene un código de dos letras como dominio de primer nivel” (cfr. en <http://www.mipunto.com/telcelnet/wh/faq.html>).

La caja de fotos o fotobox tiene dos significados que están estrechamente vinculadas a la fotografía. Una caja de fotos es una cámara fotográfica o también es en donde anteriormente se guardaban las fotos, mucho antes de los álbumes

inclino por FotoBox, ya que contiene la palabra foto de primera en el nombre, lo cual facilita su búsqueda y lo más importante es una palabra fácil de recordar por el usuario. Una caja se adapta perfectamente al concepto que venimos manejando de minimalismo, y el uso del cuadrado como elemento principal y predominante dentro del diseño. Al entrar al site estarás abriendo la caja de fotos “abre un mundo de imágenes”, un mundo de imágenes se abre ante ti”, “abre la caja de fotos y siéntate a ver una a una” o “descubre lo que hay dentro”.

Palabras Clave.

Las palabras clave son términos concretos de significados claves que se utilizan para comenzar a esbozar ideas, también se les llaman matrices. Estas serían: Galería, Fotografía, Virtual, Comunicación, Conexión, Minimalismo, Simplicidad, Espacio,

FOTOBOX FOTOBOX
BOX FOTOBOX

FOTOBOX FOTOBOX
BOX FOTOBOX

FOTOBOX

36.FotoBOX

Marco
Teórico-Methodológico



Elemento, Estética, Luz, Contraste, entre otras.

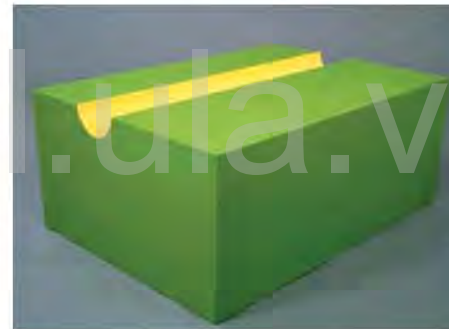
Concepto.

El concepto, este el punto donde se ha hecho más énfasis, el concepto gráfico lo explican dos frases: "menos es más" (el arquitecto alemán Ludwig Mies Van Der Rohe) y "todo es parte de todo" (precepto minimalista), se comenzó por escoger una corriente artística para respaldar la estética del sitio Web, la adecuada para una galería fotográfica es el MINIMALISMO, corriente estética y musical iniciada en los años 60' en reacción al colorismo del Pop Art y frente al fenómeno de lo comercial.

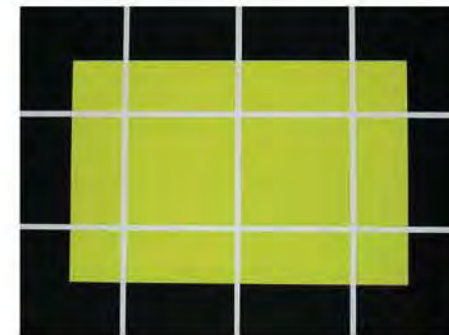
"Al minimalismo lo entendemos como una nueva sensibilidad, un nuevo sistema de creación que nace de una estela de influencia que deja al minimal art y a partir de algunos ideales de la modernidad"

(González Torras, 2001: 17). Este movimiento se caracteriza por espacios amplios, libres y con colores tenues, utilizando mayormente el blanco y el negro con conceptos gráficos simples.

El minimalismo tiene muchos representantes, los pioneros fueron Donald Judd, Marcel Duchamp, Robert Ryman y en Venezuela Carlos Raúl Villanueva. Entre muchos estos fueron los que se seleccionaron para estudiar en profundidad, ya que tienen un



obras que será



Marco Teórico-Methodológico

37.Minimalismo. Donald Judd



el elemento clave dentro del diseño de La Galería Fotográfica Virtual. Este elemento es el cuadrado, figura geométrica formada por cuatro líneas rectas de igual longitud, denominadas lados, que forman ángulos perfectamente rectos en los puntos de unión entre ellas (esquinas a 90°).

El artista que utilizó el formato cuadrado como forma preferida en sus obras fue Robert Ryman, “porque no estaba especialmente interesado en



38. Winsor 5
Óleo sobre lienzo de lino, 159,5 x 159,5 cm

neutral del cuadrado le servía perfectamente en sus investigaciones sobre la naturaleza de la pintura” (Marzona, 2004: 82).

El cuadrado es una figura muy estable y de carácter permanente, asociada a conceptos como estabilidad, permanencia, honestidad, rectitud, limpieza, esmero y equilibrio. Invita a mirar su centro y pasear la mirada en espiral en torno a ese punto. Es considerado el símbolo perfecto. Lo que se quiere lograr en la Galería con la utilización del cuadrado es que la geometría elemental de las formas esté en una estrecha relación con el espacio en que se inserta la obra, sin invadirla ni opacarla.

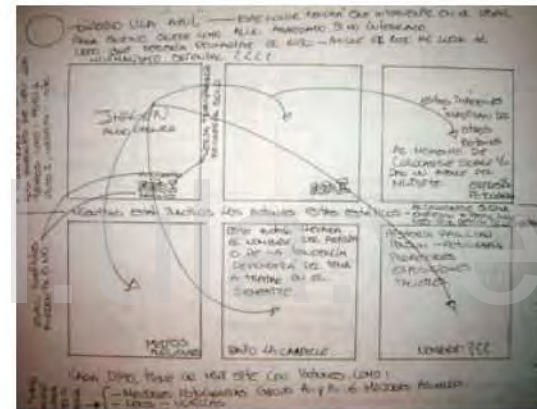
Caja de Bocetos.

**Marco
Teórico-Methodológico**



Un boceto es un apunte rápido de una idea. “Un boceto o esbozo es un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general” (cfr. en <http://www.fotonostra.com/glosario/boceto.htm>). Una caja de bocetos, como su nombre lo indica es una especie de arca o cofre que facilita la organización de las ideas, permitiendo establecer una coherencia visual de progresión y conexión de las propuestas y los conceptos.

A continuación se presenta una serie de bocetos previos al diseño de la Galería Fotográfica Virtual (FotoBOX):



Un boceto es un apunte rápido de una idea

CAPITULO III Pre-Producción

39. Bocetos

