

# Guía: Cómo hacer una foto de protesta posada

## Prepara la cámara:

a) Antes de acudir, pregunta a los participantes del grupo si alguien tiene acceso a una cámara de alta calidad que pueda traer

Si no es así, utiliza la cámara del móvil de mejor calidad que haya entre los participantes

b) Asegúrate de que esté bien cargada

c) Ajusta la cámara a la resolución más alta que tenga.

d) Asegúrate de que quede algo de memoria libre para guardar las fotos o de que puedas hacer una copia de seguridad en la nube fácilmente.

## Contar la historia:

a) La mayoría de las fotos pretenden contar una historia.

b) Los objetos y las personas que aparecen en una foto deben contar la historia en la medida de lo posible.

c) Cuando sea necesario, utiliza palabras, por ejemplo, en carteles o logotipos en camisetas, etc.

d) Lo ideal es que el cartel, la persona que lo sostiene y el fondo transmitan algo.

Cartel: normalmente debe mostrar el mensaje de la campaña.

Persona: ¿qué lleva puesto o qué sostiene? ¿Puede esto transmitir quién es?

Fondo: ¿dónde se encuentran? ¿Nos indica esto quiénes son? ¿O en qué parte del mundo se encuentran?

## Encuadre de la foto:

a) La parte más importante a la hora de hacer una buena foto consiste en mirar a través del objetivo o la pantalla para ver qué hay en la imagen.

b) Observa con atención lo que hay en la imagen.

¿Hay algo que no quieras que aparezca en la foto?

¿Hay algo que pueda distraer del mensaje principal?

c) Toma la foto en horizontal (no en vertical) en la mayoría de los casos

Especialmente para las redes sociales, suele ser mejor tomar fotos en horizontal

d) Iluminación

Siempre que sea posible, haz que la luz provenga de detrás o por encima del hombro del fotógrafo. NO detrás de los «modelos»

Evita que los modelos tengan que entrecerrar los ojos por la luz del sol.

Plantéate cambiar de sitio si hay un lugar mejor.

Ten cuidado con las sombras que caen sobre la escena.

Ten cuidado con las sombras marcadas en los rostros de quienes posan

e) Cambia de posición desde donde estás haciendo la foto

Ponte en cuclillas, levántate, súbete a un muro

Haz lo que sea necesario para encuadrar bien lo que quieres.

f) Dirige a las «personas de la foto»

No tengas miedo de dar instrucciones a quienes posan: simplemente pídeles educadamente que se muevan, pero si eres tú quien hace las fotos y la pose ya está preparada de antemano, entonces no debes tener miedo de hacer lo que sea necesario para conseguir una foto realmente buena.

**Pídeles que:**

- (1) se coloquen donde tú quieras,
- (2) miren en la dirección que tú quieras,
- (3) pídeles que pongan cara seria, que sonrían o que mantengan una expresión neutra.
- (4) Ajusta la orientación del cartel o letrero.
- (5) Mueve el cartel hasta colocarlo exactamente en el lugar adecuado.

¡Diviértete con ello!

## **4) Haz muchas fotos:**

a) Nunca te limites a hacer una sola foto: cuantas más hagas, menos posibilidades habrá de que la que hayas tomado tenga algún detalle que no hayas visto y que la estropee. O, por el contrario, más posibilidades tendrás de conseguir una que sea perfecta.

b) Haz muchas fotos desde

La misma posición,

Ángulos ligeramente diferentes.

Una persona / dos personas / grupos

Con diferentes composiciones, etc.

c) Revisa lo que has fotografiado para ver si se te ha pasado por alto algo que estaba en el encuadre. O si hay algún ajuste que debas hacer.

Es mucho mejor hacer muchas más fotos ahora que llegar a casa y darte cuenta de que hay algo en el fondo que hace que no puedas usarla.

## **5) Consentimiento:**

Es importante informar a las personas que aparecen en las fotos sobre el uso que se les dará.

Sin embargo, no siempre se puede garantizar que no vayan a ser modificadas y utilizadas para otros fines.

Si existe alguna reserva al respecto, esta debe comunicarse claramente en el momento de ceder las imágenes. También resulta útil indicar quiénes aparecen en la imagen.

Si el espacio es cerrado, se puede utilizar un sistema donde unas personas lleven un brazalete muy visible que marque que no quieren salir.

## Vamos a ver un par de ejemplos:



### Lo bueno:

- El cartel es legible. - Transmite el mensaje de la campaña.
- La camiseta y el logotipo son visibles. - Nos indican quiénes son.
- El logotipo de McDonald's es visible al fondo. - Nos indica a quién va dirigido el mensaje.

### Lo malo:

- ¿Quién es la persona del fondo con el abrigo? Distrae la atención.
- Las sombras son muy visibles y distraen la atención.
- El coche no queda muy bien.



### Lo bueno:

- Los carteles se leen bien.
- Todos ponen la misma expresión. Es decir, seria.

### Lo malo:

- Tienen los ojos hundidos.
- Hay un reflejo en la ventana.



### Lo bueno:

Encuadre:

- El letrero de McDonald's aparece al fondo.
- El portapapeles indica de qué se trata.

### Lo malo:

- Hay un poco demasiado espacio por encima del letrero y de la cabeza.
- No queda muy bien que la imagen esté invertida [aunque esto se puede corregir en la edición].
- Y está en formato vertical.
- Hay una sombra que le cubre la mitad de la cara.



### Lo bueno:

- El cartel se ve claramente y es legible.
- Queda bien que haya gente manifestándose al fondo.
- El letrero de Sports Direct es legible y visible.
- Su expresión es seria y mira directamente a la cámara.

### Lo malo:

- No hay mucho que destacar; quizás se ve un poco cortado el final de «sportsdirect.com».