



Índice

Definiciones	4
Hitos del Desarrollo	4
Momentos Mágicos - La Integración de Programas con Patrocinio.....	4
Captura de Momentos Mágicos.....	5
Objetivo de aprendizaje	5
¡Manos a la obra!	5
¿Qué queremos comunicar y como lo comunicaremos?.....	5
Planificando la captura o cobertura	6
1. Identificar el Hito:.....	6
2. Identificar los medios solicitados:	6
3. Escriba el plan de Cobertura:.....	6
Productos y sus requerimientos	8
Lineamientos para fotografías	9
Identificación.....	9
Temas	9
Ética en la fotografía de ChildFund	9
Visibilidad de ChildFund	10
Presentación.....	10
FOTOGRAFÍA BÁSICA	10
Tipos de cámara	10
Técnicas básicas de fotografía	11
Composición Fotográfica	11
Formas de componer	11
La Ley de Tercios.....	12
Regla de la trinidad	13
Profundidad y Perspectiva	13
Equilibrio.....	14
El Encuadre o Enmarcado	14
Conceptos Básicos	15
Enfoque.....	15
Sobreexposición.....	15
Subexposición.....	15
Planos	16
Plano Largo o General	16

Plano Medio o Tres cuartos	17
Plano Cerca o Primer plano.....	17
Ángulos	17
Angulo Normal.....	18
Angulo Picado “Vista de Pajaro”	18
Contrapicado “Vista de Hormiga”	19
Fotografía Móvil	19
Aproveche la luz:.....	20
Acérquese al objeto de interés:.....	20
Trabaje el concepto:.....	20
NO Utilice las aplicaciones:	20
Mantenga limpia la lente:.....	21
Busque estabilidad:.....	21
A tener en mente al contar una historia a través de fotos	21
Ejemplo de “Escenas” de la misma familia.....	21
Captura de foto.....	21
Ejemplo de cómo cubrir una escena	22
Consejos de fotografía	26
Usar la más alta resolución posible en su cámara	26
¿Cómo puedo asegurarme que mi cámara esté configurada con la mejor calidad de salida?..	26
¿Cómo debería enmarcar mis fotos?	26
¿Cómo puedo eliminar sombras fuertes en mis temas a plena luz del día?	26
¿Cómo puedo reducir las fotografías borrosas?.....	27
¿Cómo puedo mejorar mis fotografías y hacerlas parecer más "profesionales"?	27
Otros pequeños consejos	27
Evite que la persona entrecierre los ojos:	27
Cuidado con el Fondo:.....	27
Evite anteojos de sol:	28
HISTORIAS – LO BÁSICO	29
Primero haga una buena entrevista	29
Cómo escribir una historia a partir de la entrevista	29
Introducción	29
Cuerpo	29
Cierre	30
Ejemplo de historia:	30

A continuación algunos consejos para escribir buenas historias.....	32
Centrarse en el impacto.....	32
Utilice palabras simples.....	32
Incluya citas directas.....	32
Elimine las palabras innecesarias.....	32
Mantenga los párrafos lo más breve posible, sea claro y conciso.....	32
Escriba para los patrocinadores.....	32
Roles y responsabilidades.....	32

Guía de Captura de Los Momentos Mágicos

Desde los Hitos del Desarrollo de los NNAJ

Definiciones

Hitos del Desarrollo

Los hitos del desarrollo son comportamientos o destrezas físicas observadas en lactantes, niños, adolescentes y jóvenes a medida que crecen y se desarrollan. Son **acontecimientos fundamentales que habitualmente se orientan pero que no son exclusivas a la infancia.**

Se consideran hitos o acontecimientos fundamentales a aquellas competencias a nivel: motriz, de autonomía, de pensamiento, lenguaje, lecto-escritura y socio emocional que las niñas, niños, adolescentes y jóvenes (NNAJ) desarrollan durante su crecimiento físico. Estos hitos son diferentes para cada rango de edades. Por ejemplo: Los infantes alcanzan hitos en como juegan, aprenden, hablan, actúan y se mueven (gateando, caminando, etc.).

Existe un rango de tiempo en el que las NNAJ han de cumplir un hito del desarrollo para que se considere que evolucionan favorablemente. El **Mapa de Implementación de contenidos (MIC)** desarrollado para cada modelo permite identificar en función de las intervenciones programáticas el momento deseado en que las NNAJ alcanzan un hito de desarrollo.

Siendo estos HITOS DEL DESARROLLO momentos únicos en la vida de las NNAJ tanto en el entorno familiar, escolar y comunitario es importante que en los Modelos de Programa se celebren y capturen de manera intencionada para luego compartir con los patrocinadores.

Momentos Mágicos - La Integración de Programas con Patrocinio

Se ha denominado Momentos Mágicos a los momentos especiales en que los Hitos de Desarrollo de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes son alcanzados. La experiencia de ese sentimiento es lo más importante, dado que se pueden dar de forma natural en cada sesión de programa, la tarea consiste en documentarlos a través de historias, fotos, entrevistas y compartirlos en éste caso con patrocinadores considerando su intervención y contribución directa en hacer posible los programas.

Al compartir el producto comunicacional con el patrocinador lo que estamos haciendo es invitarlo a entrar a la sesión de programa y conocer el proceso de desarrollo de las NNAJ. Estamos levantando la cortina permitiéndole ver lo que sucede detrás de escena para darle la experiencia de saber cómo es y que se siente estar en una sesión. Esta invitación empodera al patrocinador y le brinda un producto con el cual se siente responsable y comprometido. Los Momentos Mágicos fortalecen el vínculo entre los patrocinadores y la comunidad.

El Contenido Curricular del Programa (CCP) junto con el mapa de implementación de contenidos (MIC) permite planificar la captura del Momento Mágico. El MIC es en esencia un calendario de contenidos que ayuda a identificar el Momento Mágico antes de que suceda, lo que corresponde entonces es capturar aquello que anticipamos va a suceder.

Captura de Momentos Mágicos

El personal de campo de Socios Locales serán los encargados de capturar los Hitos del Desarrollo de las NNAJ a través de **Historias, fotos, entrevistas** es decir: serán los encargados de capturar los **Momentos Mágicos**. El material capturado en campo será utilizado para crear contenidos para patrocinadores que son informativos, educativos e inspiradores, que muestran con veracidad las historias de las NNAJ y sus familias con dignidad y respeto.

El material recolectado por el personal de campo será usado para producir contenidos comunicacionales desde patrocinio para el patrocinador. Sin embargo a un futuro cercano este mismo material podría aprovecharse para diferentes plataformas que pueden incluir pero no limitarse a medios de comunicación social, contenidos impresos para mercadeo, uso interno de ChildFund, etc.

La presente es una guía básica para el personal de campo para la captura de esos materiales. Es importante recalcar que esta guía no pretende limitar la creatividad del personal, más bien provee una base para despertar la creatividad en cuanto a fotos y textos que pueden ser capturados para brindar mayores opciones al producir contenidos para nuestros patrocinadores actuales y futuros, así como audiencia en genera.

NO se espera o es la intención que el personal de campo sea un profesional experto en el tema. Por tanto la guía es para el personal actual de campo, brindándoles herramientas y conceptos básicos para lograr una captura de los hitos del desarrollo de una manera creativa y armónica. Los conocimientos son fundamentales pero lo más importante para la captura exitosa de Momentos Mágicos es la actitud, creatividad e imaginación.

Objetivo de aprendizaje

Brindar conocimientos y herramientas básicas para que el personal de campo de Socios Locales comunique a través de fotografías, historias, entrevistas lo que las niñas, niños, adolescentes y jóvenes están logrando en la sesión de programas y durante su proceso de desarrollo.

¡Manos a la obra!

¿Qué queremos comunicar y como lo comunicaremos?

No está demás continuar recalcando que el interés es comunicar **el hito de desarrollo de las NNAJ** - pero cómo se define qué hito debe comunicar y qué medios (fotos, historias) utilizar para hacerlo. Para ello tendrá que realizar un ejercicio de planificación.

Planificando la captura o cobertura

La captura del hito de desarrollo de las NNAJ estará a cargo del personal de campo del Socio Local y lo hará **antes, durante o después** de la sesión de programa en su comunidad. Sin importar el hito o producto que debe presentar (**Sesión de fotografía, historia – ver la sección de “Productos y sus requerimientos”**), la planificación será la misma y deberá hacerla con anticipación.

1. **Identificar el Hito:** Para identificar el hito las herramientas esenciales son el Contenido Curricular del Programa (CCP) y el Mapa de Implementación de Contenidos (MIC) del programa. La planificación de la captura o cobertura debe partir del conocimiento del CCP programado para la sesión y el momento en que sucederá dicha sesión (MIC).

Por Ejemplo: En el **MIC de Creciendo Contigo** (referirse al Mapa de Implementación de Contenidos de Creciendo Contigo), puede visualizar que la sesión 1 (S1) trata sobre desarrollo (ND1) y que es aquí donde corresponde o se solicita nuestra primera captura de Momentos Mágicos (MM1).

Luego por medio del CCP (referirse al Contenido Curricular de Creciendo Contigo), obtenemos mayores detalles para visualizar y planificar la captura. Dando seguimiento al ejemplo: en el CCP del Creciendo Contigo encontramos que el ND1 está dirigido a infantes de 0 a 5 años y cuidadores en temas para el desarrollo y crecimiento adecuado a la edad. Además, el CCP nos brinda información de la modalidad, metodología, perfil del facilitador entre otros detalles.

Con los insumos tanto del MIC como del CCP el personal de campo del Socio Local **IDENTIFICA** el Hito que comunicará al patrocinador. Por ejemplo: podría identificar y planificar su captura o cobertura del siguiente hito **“Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo”**.

2. **Identificar el/los productos solicitados:** el personal de campo del Socio Local debe identificar el/los productos que debe presentar para comunicar el Hito. En relación a los productos solicitados (**ver la sección de productos y sus requerimientos**) debe planificar su secuencia de fotos y/o entrevistas que necesitará para ilustrar el hito mediante los “productos” o medios que debe presentar.

Al identificar el/los productos es importante apegarse a la idea por la cual se decidió, “Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo” y visualizar cual es la mejor forma de contar/ilustrar ese hito. Mantener la idea también será especialmente importante al momento de cubrir el hito en campo, probablemente habrá momentos en que muchas cosas están sucediendo al mismo tiempo.

3. **Escriba el plan de Cobertura:** En el encabezado de su plan escriba el hito que ha identificado comunicar al patrocinador, los datos de la persona que cubre el hito, el país y el socio local. También escriba el detalle del producto/productos que debe presentar para ilustrar el hito. La fecha de captura en campo del hito así como la fecha de entrega del material a Oficina de País. Estos datos permiten llevar un adecuado registro de la cobertura.

La siguiente sección de su plan debe llevar una breve descripción del contexto del hito seleccionado que estará capturando en campo. Una breve descripción de las acciones que necesitará realizar en campo para asegurar la captura del hito. Las descripciones le ayudaran a mantener el rumbo, ser creativo y reubicarse si en caso siente que no está consiguiendo lo necesario para ilustrar o contar el hito.

Si se solicita hacer una historia: Primero debe realizar una entrevista; para ello escriba en su Plan de Cobertura una lista corta de preguntas basadas en las 5 preguntas básicas del periodismo: ¿Qué? ¿Quién? ¿Por qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? Evite preguntas que conlleven una respuesta simple como SI o NO. Resalte aquellas preguntas que quiere ASEGURAR realizar. Puede consultar el **ANEXO 4 “Guía para entrevista de Momentos Mágicos”** el cual está diseñado para ayudarle a construir sus preguntas en su plan de cobertura.

La entrevista servirá (tendrá los insumos) para “armar/escribir” la historia, por tanto lo primero es obtener información de la o las personas involucradas. Para ello tendrá que realizar la **entrevista** a la persona o personas. En nuestro ejemplo: la entrevista probablemente tendría que ser con una de las madres que participó en la sesión en donde aprendió sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo.

Puede grabar la entrevista con la función de grabadora de voz de su móvil, no pretenda escribir toda la entrevista. Tenga en mente la duración de la entrevista ya que tendrá que transcribirla a un documento Word cuando regrese a la oficina.

Si se solicita hacer sesión de fotos: Escriba en su Plan de Cobertura una lista de fotos que “debe” obtener para ilustrar el Hito. Esto permite cubrir la idea principal “Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo”; sin embargo una vez esté tomando las fotos ponga atención a sus instintos y su creatividad para agregar cualquier foto que considere puede mejorar o ayudar a ilustrar la idea principal. Al hacer esto se tendrá mayor seguridad que tendrá lo mínimo que necesita para ilustrar el hito.

Si va a tomar fotos piense que está realizando una narración a base de imágenes. Las imágenes que tome deben desarrollar el tema y contener elementos que ilustren al patrocinador sobre la idea principal. Las fotografías deben ayudar a ilustrar el Momento Mágico.

Por favor vea en **ANEXOS 1:** El ejemplo de un **PLAN DE COBERTURA** de “Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo”.

Productos y sus requerimientos

Producto	Descripción	Equipo/Herramientas	Formato/entrega
Sesión de Fotografía	Serie de 05 -10 fotografías con una frase directa del niño, su familia, un comunitario o personal de campo Y/O descripción del contexto de la foto (para ello debe llenar la hoja de información fotográfica, ver el ANEXO 2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo mínimo sugerido: Móvil con grabadora de voz y con cámara de al menos 5 MP. 2. Libreta de apuntes. 3. Plan de Cobertura. 4. Hoja de información fotográfica. 5. Lista de verificación de fotos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotos: JPEG con la más alta resolución disponible. 2. Word del plan de cobertura. 3. Excel de la hoja de información fotográfica.
Historia	Historia escrita sobre el hito que ha identificado comunicar al patrocinador. Ejemplo: "Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo". Acompañado de 02 - 05 fotografías que ayude a contar la historia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo mínimo: Móvil con grabadora de voz y con cámara de al menos 5 MP. 2. Libreta de apuntes. 3. Plan de Cobertura. 4. Hoja de información fotográfica. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historia: Documento Word de no más de 2 páginas. En español. 2. Historia: Documento Word con la traducción de la historia al inglés. 3. Fotos: JPEG con la más alta resolución disponible. 4. Word del plan de cobertura. 5. Excel de la hoja de información fotográfica.

Para el primer año de implementación, se ha identificado en el MIC 4 tiempos sugeridos de captura de Momentos Mágicos. Si bien es cierto que los tiempos sugeridos de captura son flexibles, al final del año fiscal se **deben capturar 4 Momentos Mágicos, por Socio Local y por Modelo de Programa.**

AÑO 1

MM 1	MM2	MM3	MM4
Que: 1 Sesión de fotografía. Responsable: Técnico/movilizador Socio Local.	Que: 1 Historia. Responsable: Técnico/movilizador Socio Local.	Que: 1 Historia. Responsable: Técnico/movilizador Socio Local.	Que: 1 Sesión de fotografía. Responsable: Técnico/movilizador Socio Local.

Al término de cada año fiscal se hace la evaluación y/o reajustes necesarios de los requerimientos mínimos que serán solicitados. En el primer año los productos serán exclusivamente: Historias y Sesiones de fotografía. La intención a futuro es que los productos puedan evolucionar en diferentes formas y empaques.

Lineamientos para fotografías

Identificación

Sólo podemos utilizar fotos en donde la persona está identificada, por favor vea en **ANEXOS 2** la **HOJA DE INFORMACIÓN FOTOGRÁFICA**. Debe llenar la Hoja de Información Fotográfica para cada carpeta/folder de fotos que presente.

El llenado se auto-explica en el formato. Las personas en la foto deben ser participantes niñas, niños, adolescentes, jóvenes o relacionados a un participante identificable (De preferencia). Se sugiere llevar un móvil con grabadora de voz o libreta de apuntes, y pida nombres y número del niño cuando tome la fotografía, además le servirá para completar la información en la sección de "Frase Y/O descripción" de la Hoja de Información Fotográfica. Es muy fácil olvidarse de apuntar los datos y detalles/contexto de la foto, sin los cuales no podrá completar la Hoja de Información Fotográfica.

Temas

Debe obtener fotografías que ilustren los hitos/logros programáticos de la persona, producto de las intervenciones programáticas. Para ello usted puede capturar **Rostros:** acercamientos de la persona (las expresiones de alegría son esenciales) de preferencia fotos con buen contacto visual con la cámara. **Relaciones:** personal - patrocinado, personal –familias (padres, hermanos, etc.) y patrocinados/familias que interactúan entre sí son de especial interés. **Sesiones:** talleres, charlas, sesiones educativas, de nutrición, de salud son ejemplos de beneficios programáticos. **Las familias:** Las madres/padres y los niños son de especial interés. **Paisajes:** paisajes de las áreas de intervención, los hogares, las calles, medios de transporte, vida silvestre, mascotas, etc. O cualquier otra foto que ayude a ilustrar el hito programático.

Ética en la fotografía de ChildFund

El material capturado en campo será utilizado para crear contenidos para patrocinadores que son informativos, educativos e inspiradores, que muestran con veracidad las historias del desarrollo de los participantes y sus familias con dignidad y respeto. Por tanto:

- No debe tomar fotos de niños desnudos, semidesnudos - sin camisa, en ropa interior.
- No debe tomar fotos que desdigan la dignidad de la persona. Fotos de niños con moscas en la cara, jóvenes o señoritas en posturas o situaciones comprometedoras, etc.
- No debe tomar fotos que no sean una muestra fiel de los programas ofrecidos.

Visibilidad de ChildFund

En lo posible asegúrese que el personal de ChildFund, participantes usen indumentaria con logotipo de ChildFund. Tome fotos con la persona frente a un banner con el logo de ChildFund. Por favor evite logotipos de compañías (Coca Cola, Nike, etc.) tanto en la indumentaria de la persona como en el fondo.

Presentación

NO incruste fotos en documentos de Word o PowerPoint. Esto da como resultado una pérdida de resolución que dificulta el uso de las fotografías. NO colocar “sello de fecha” (números amarillos que indican la fecha en que fue tomada la foto), desactive la función si su cámara cuenta con ella. Envíe las fotos como archivos individuales JPEG junto con el documento Excel de la **hoja de información fotográfica y el Word del Plan de Cobertura**.

FOTOGRAFÍA BÁSICA

Tipos de cámara

Existe una gran variedad de cámaras en el mercado, desde las profesionales hasta las que todos cargamos en el bolsillo, es decir las cámaras inteligentes de nuestro móvil.



La guía está pensada para que el personal de campo pueda mejorar la captura fotográfica desde cualquier dispositivo. Normalmente los móviles de hoy en día cuentan con una cámara de al menos **5 megapíxeles (MP)**, este es el requerimiento básico para asegurar la calidad de la

resolución que se necesita. No se aceptarán fotos que hayan sido tomadas en una cámara de menos de 5 MP.

Sin importar que tipo de cámara use / tenga disponible, por favor asegúrese de configurarla para que tome las fotos con la más alta resolución disponible (sin que está sea menor a 5 MP). Puede consultar el manual de su cámara para obtener instrucciones de cómo hacerlo ya que el procedimiento es distinto para cada modelo.

Técnicas básicas de fotografía

Composición Fotográfica

Se refiere al conjunto de relaciones que se Establecen entre los elementos visuales que en ella participan, siendo fundamental la distribución de tales elementos en el espacio determinado, es decir, el formato o cuadro fotográfico.

Generalmente, la composición gira alrededor de dos o tres puntos de máxima atracción visual, en donde se distribuyen los distintos objetos que intervienen, y articulando las líneas de fuerza que los unen, se establece las pautas de lectura de la imagen.

En resumen, componer es organizar las formas dentro del espacio visual disponible, con sentido de unidad, de manera que el resultado sea armonioso y estético.

Formas de componer

Composición Triangular

Esta composición es atractiva a la vista. También utilizada para la apreciación de todos los elementos. Puede crear formas triangulares con grupos sin ponerlos en fila como soldados. Algunos pueden estar sentados o agachados.



¿Puede ver los Triángulos en la foto?

Composición LAsimétrica

Da una cierta idea de movimiento, o profundidad en la fotografía, resaltando elementos.



Composición Diagonal

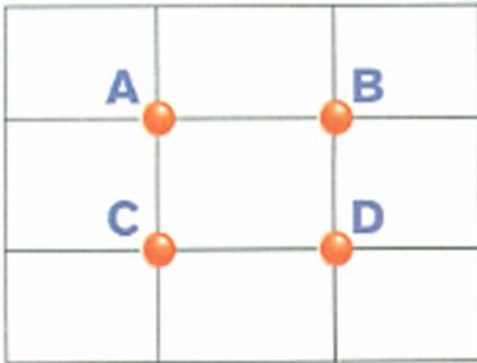
Es una composición dinámica que permite apreciar muy bien el o los objetos en primer plano.



La Ley de Tercios

Cuando comenzamos a tomar fotografías tendemos a centrar el objetivo dentro del encuadre (al centro). La simetría resultante suele convertirse en un error fotográfico bastante común, por su monotonía y carente de expresividad. La ley de tercios es una de las posibilidades compositivas más adecuadas para romper la simetría, fortaleciendo, a la vez, el valor expresivo de la imagen. Esta regla se basa en las zonas áureas (Los puntos de intersección A, B, C, D son las zonas áureas), que se denominan tras dividir el formato en tres parte iguales mediante rectas paralelas verticales

y horizontales. En la intersección de las líneas es donde se coloca el objeto más interesante, en vez del centro



En la fotografía el rostro del joven está en el punto A, lo cual hace la foto más interesante.

Regla de la trinidad

La regla de la trinidad enuncia que cuando se fotografía múltiples elementos se debe hacer en grupos de tres, ya que 2 son muy equilibrados y cuatro o más son exceso.



Profundidad y Perspectiva

La profundidad y perspectiva de los elementos de una imagen viene expresada por la relación espacial entre el primer plano y el fondo y por la disminución de tamaño de los objetos situados sobre el suelo a medida que se aleja del observador.



Equilibrio

Se asocia a la relación entre los diversos elementos presentes en una imagen, a la intensidad y al contraste de los colores.



El Encuadre o Enmarcado

Es algo tan sencillo como elegir una porción de realidad y fotografiarla y, sin embargo, en él reside la mayor parte de la creatividad de un fotógrafo.

Conseguir encuadres sorprendentes, originales y llamativos comienza por educar la mirada para que las imágenes sean innovadoras.



Conceptos Básicos

Enfoque

El enfoque es un aspecto muy importante a la hora de lograr una buena fotografía. Consiste en la presencia de un objeto claramente enfocado, en este caso el niño, frente a un fondo de imagen claramente desenfocado, de manera que se centra la atención del que ve la foto en aquello que está nítido y definido en la imagen, es decir, el objeto enfocado.



Sobreexposición

Este efecto se da o se produce cuando hay demasiada luz en una fotografía. Los motivos por los cuales tenemos una sobreexposición pueden ser por diversos motivos con explicaciones muy técnicas. Para nuestros fines lo importante es tener conciencia que fotos tomadas a luces más altas o fuertes como por ejemplo el sol tienden a producir una imagen final de tono pálido y desteñido, pudiendo perder completamente los detalles.

Subexposición

La subexposición es el caso contrario que la sobreexposición, y se produce cuando no llega suficiente luz al sensor o al carrete de nuestra cámara. Produce un efecto de una imagen demasiado oscura perdiendo detalle en las sombras, que tienen un aspecto negro profundo y carecen de detalle.

Los motivos nuevamente pueden ser diversos y de carácter técnico. Lo importante es saber que si estamos en un espacio con poca luz quizá sea mejor idea pedirle a la persona pasarse a otro espacio donde tenga mejor iluminación.



Subexposición

Correcto

Sobreexposición

Planos

Plano Largo o General

Este es el plano en el que aparece todo el cuerpo. El sujeto u objeto aparece de cuerpo entero. Es el plano más lejano que podemos hacer en retratos.



Plano Medio o Tres cuartos

Este plano corta al sujeto aproximadamente a la altura de la rodilla. En función de si el sujeto está recostado o sentado, la tolerancia baja algo, llegando hasta un poco por debajo de las rodillas.



Plano Cerca o Primer plano

También llamado retrato, recoge el rostro y los hombros. Este tipo de plano se corresponde con una distancia íntima, que ya sirve para mostrar confianza e intimidad respecto al personaje.



Ángulos

El ángulo de una fotografía es la inclinación con respecto al suelo, de una línea imaginaria que se genera al fotografiar. Tome fotos desde distintos ángulos, muévase - encuentre un sitio alto,

agáchese para otro ángulo; estamos acostumbrados a ver las cosas a nivel del ojo, pero en una fotografía puede ser monótono.

Angulo Normal

Este es el ángulo habitual y se caracteriza por establecer una línea recta entre la cámara y el objeto fotografiado paralela al suelo. Es el tipo de ángulo más empleado y, en muchas ocasiones es recomendable que se agache para lograr este ángulo.



Angulo Picado “Vista de Pajaro”

Este ángulo se produce cuando la cámara se sitúa en un plano superior al objeto fotografiado, esta posición superior también conlleva una situación de inferioridad, vulnerabilidad o debilidad de objeto dentro de la fotografía.



Contrapicado “Vista de Hormiga”

El contrapicado se logra situando la cámara en una posición inferior al objeto o sujeto. Con este ángulo dotamos al objeto o sujeto de mayor importancia, superioridad, majestuosidad o de una posición dominante frente al observador.



Fotografía Móvil

Lo más probable es que el personal de campo del Socio Local no cuente con una cámara profesional o que (por lo menos por ahora) el Socio Local esté pensando en comprarlas. Sin

embargo hay una alta probabilidad de que el personal de campo tenga un móvil equipado con cámara de **al menos 5 MP**.

La cámara del teléfono móvil ha pasado de ser un simple accesorio que las marcas incluían en los teléfonos, para convertirse en una de las principales características que los usuarios buscan a la hora de elegir un nuevo teléfono.

A continuación algunos consejos para la fotografía móvil:

Aproveche la luz: los pequeños sensores de este tipo de cámaras móviles, a pesar de ser cada vez más sofisticadas, tienen un enemigo poderoso: **la oscuridad**. En situaciones de escasa luz, las maravillas que realizan estos dispositivos a plena luz del sol o con buena iluminación se esfuman tan pronto como el ambiente se oscurece.

Acérquese al objeto de interés: debido a que los sensores son muy pequeños y por más megapíxeles que tengan, acérquese al sujeto u objeto de interés. Evite el zoom digital ya que dejará mucha calidad en el camino. Llene el cuadro. A menos que esté tomando fotografías de paisajes o de “locación”, no sea tímido con las personas. Tómese 1-2 pasos más cerca de lo que normalmente tomaría. Tome fotos a nivel de los ojos de los sujetos especialmente con los niños, póngase en el suelo con ellos.



Trabaje el concepto: en fotografía, lo más importante es el mensaje que logra transmitir al observador. Para hacer una excelente fotografía no es necesario que tenga la mejor y más costosa cámara, pero sí es necesario que trabaje la imagen y el mensaje a través de la disposición de los elementos en la escena. Debe concentrarse en dirigir la mirada del observador y lograr grabar su fotografía en su retina.

NO Utilice las aplicaciones: hay una gran cantidad de aplicaciones disponibles para lograr llevar al límite su creatividad. Por favor no las utilice, necesitamos las fotos sin edición y sin “retoques”.

Mantenga limpia la lente: junto con la pantalla, la lente de la cámara es uno de los componentes más expuestos del teléfono celular. Procure mantener siempre limpia la lente si quiere obtener mejores resultados.

Busque estabilidad: una de las principales dificultades para tomar fotografías con el teléfono es la estabilidad, y más todavía si tiene un Smartphone táctil. Téngalo en mente y tenga mayores precauciones a la hora de tomar sus fotografías con un móvil. La mejor técnica es sostener el celular con las dos manos a la altura de su barbilla, usando sus codos como apoyo recargándose en sus costillas, de esta manera está asegurando la estabilidad tanto de la cámara como de sus brazos. Sostenga la cámara firmemente –apoye los codos– contenga la respiración y dispere.



A tener en mente al contar una historia a través de fotos

Al capturar fotos, debemos de pensar que lo que estamos capturando es una “escena”. La “escena” muestra a la persona/personas en el mismo lugar/fondo, de diferentes ángulos al ser fotografiados. **Una nueva “escena”** muestra a la persona en un distinto lugar/fondo al ser fotografiado. Al capturar diversidad de escenas usted se asegura de captar adecuadamente la historia. **Tome muchas fotos:** una toma no es suficiente. Siempre es mejor tomar “demasiadas” fotos que tomar muy pocas. Luego, puede elegir las mejores para enviar.

Ejemplo de “Escenas” de la misma familia



Captura de foto

En la medida de lo posible (no es una regla pero es para “tener en mente”), cada escena debe ser cubierta con una diversidad de fotos como se describe a continuación:

- Fotos en orientación horizontal y vertical.
- En cada orientación (horizontal o vertical) puede capturar:

- Fotos de plano largo, medio y cerca.
- Espacio en “blanco” a la izquierda y derecha (cuando la composición de la foto lo permita). Los espacios pueden servir posteriormente para la colocación de textos.
- Diferentes ángulos.
- Detalles de la actividad de la persona.
- Locación.
- Comunidad.
- Otros que usted considere sean necesarias para contar la historia.

Por favor vea el **ANEXO 3 Lista de Verificación de Fotos**, el cual es una herramienta sencilla que puede utilizar para “tener en mente” las fotos que puede tomar.

Ejemplo de cómo cubrir una escena

Este ejemplo no debe tomarse como el único tipo y estilo de fotos que el personal de campo debe capturar, más bien la intención es entender la diversidad de fotos que puede capturarse en cada escena.

ESCENA 1: Madre en el jardín

Horizontal: Plano cerca, medio y largo



Cerca



Medio



Largo

Espacio Blanco a la izquierda y derecha



Espacio blanco a la derecha



Centrado



Espacio blanco a la izquierda

Vertical: Plano cerca, medio y largo



Cerca



Medio



Largo

Ángulos y detalles



LOCACION, DETALLES Y COMUNIDAD



Un listado de verificación de fotos es una herramienta para asegurar que ha obtenido “lo necesario” antes de regresar de la comunidad. Puede ver un ejemplo de **Listado de Verificación de Fotos** en la sección de **ANEXOS 3**.

Consejos de fotografía

Usar la más alta resolución posible en su cámara

DPI – Dots per inch (Puntos por pulgada) es una medida de **resolución de impresión**, en esencia es el número de puntos de tinta que una impresora puede producir en un espacio lineal de una pulgada. Entre más puntos por pulgada, más alta es la resolución, detalle y calidad de la impresión.

Las cámaras digitales guardan las imágenes como una colección de pequeños puntos llamados píxeles. Entre más píxeles, mejor es la calidad. Se conoce como resolución al número de píxeles capturado por el sensor de imagen de la cámara. La resolución es en esencia el número de píxeles empacados en un área determinada. Las cámaras con megapíxeles capturan un millón de píxeles o más. Se estima que las cámaras de consumo “comúnmente” cuentan con una resolución de al menos 6 megapíxeles, es decir 6 millones de píxeles.

Las imágenes en la Web suelen ser de 96 o 72 DPI porque esa es la resolución de la mayoría de los monitores de computadora. Si imprime una imagen de 72 DPI en una impresora de 600 DPI, por lo general no se verá tan bien como en el monitor de la computadora. La impresora no tiene suficientes puntos de información para crear una imagen clara y nítida. Es por eso que para publicaciones impresas ChildFund necesita la resolución de imagen / DPI de la más alta calidad que su cámara pueda emitir.

¿Cómo puedo asegurarme que mi cámara esté configurada con la mejor calidad de salida?

Normalmente, una cámara nueva no viene configurada con la mejor calidad. Deberá verificar la configuración para cambiarla a la más alta calidad. Este proceso difiere de un fabricante a otro, pero en general las cámaras tienen una configuración en el menú en la sección de "calidad" en donde usted deberá elegir la de mayor calidad. Por favor, consulte el manual de la cámara.

¿Cómo debería enmarcar mis fotos?

Lo mejor es evitar las tomas grupales y en su lugar centrarse en un niño o en un pequeño número de niños (tres o menos) como grupo. El objetivo es tener un punto focal claro. Los fotógrafos deben enfocarse en las caras y expresiones. Cuando enfoque la cámara, concéntrese en los ojos. Si no puede ver caras, no tome la foto; en su lugar, muévase a una posición diferente. A menudo ayuda sentarse o arrodillarse para estar a la misma altura que los niños.

¿Cómo puedo eliminar sombras fuertes en mis temas a plena luz del día?

Notará sombras intensas en las personas al fotografiar durante las horas más soleadas del día o cuando el sujeto esté a la sombra en un día soleado. Idealmente, lo mejor es fotografiar entre las horas de la salida del sol y las 10 a.m. o entre las 4 p.m. y la puesta de sol. Los días nublados también pueden funcionar para suavizar la luz en los retratos.

Fotografiar durante el mediodía dará lugar a un sombreado intenso, ideal para la arquitectura dramática, pero no para las personas. Una solución es utilizar su flash. Muchas cámaras tienen esta función, así que consulte su manual y asegúrese de utilizar esta configuración cuando tome fotografías con luz solar directa o en áreas con sombra en un día soleado. Esto equilibrará la exposición en su fotografía, dando como resultado una iluminación más uniforme.

¿Cómo puedo reducir las fotografías borrosas?

Los tres principales culpables de las fotografías borrosas son las vibraciones/movimiento de la cámara, los sujetos en movimiento y las condiciones de poca luz. Lo más importante es asegurarse de que está fotografiando con suficiente luz; si no es así, utilice el flash, lo que reduce la posibilidad de borrosidad. La mayoría de los movimientos de la cámara se producen al presionar el disparador. Para reducir la borrosidad, asegúrese de presionar "suavemente" el obturador en lugar de utilizar un movimiento de "punción". Pararse correctamente con un pie delante del otro también puede aumentar la estabilidad y reducir la borrosidad.

¿Cómo puedo mejorar mis fotografías y hacerlas parecer más "profesionales"?

Hay algunas cosas simples que puede hacer con la composición para mejorar dramáticamente la calidad de sus fotografías. La primera es asegurarse de que está lo **suficientemente cerca** de su sujeto mientras reduce el desorden circundante. Cerrar el espacio permite que el sujeto llene el marco fotográfico en lugar de ser solo una parte de la imagen general/amplia. Cuando nos alejamos, a menudo incluimos cosas en el fondo que distraen nuestro sujeto.

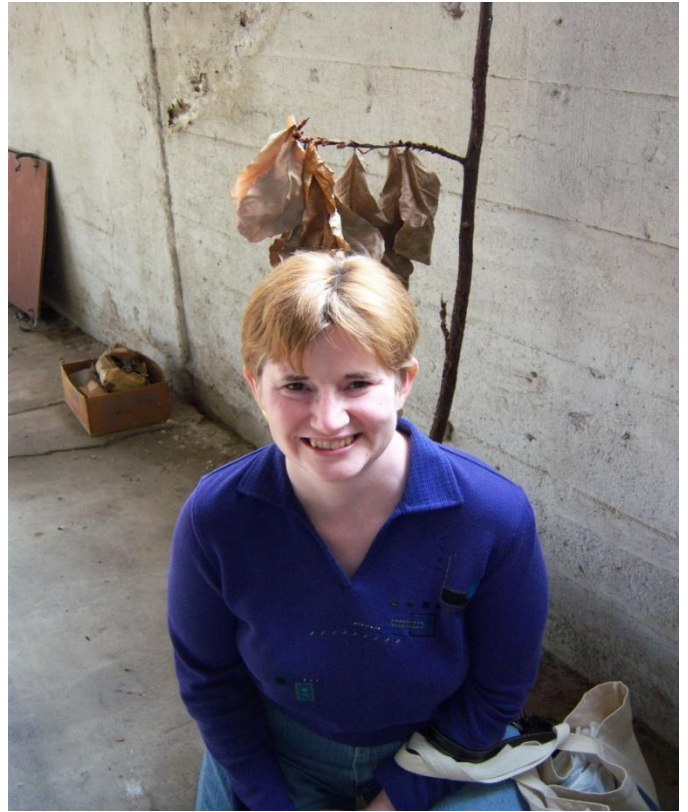
Otro gran consejo es usar **la regla de los tercios**. Las líneas imaginarias se dibujan dividiendo la imagen en tercios tanto horizontal como verticalmente. Debe colocar los elementos importantes de su composición donde se cruzan estas líneas. En otras palabras, su objetivo no necesita estar exactamente en el centro. Puede ser más interesante tener su tema fuera del centro o por encima o por debajo de la línea del horizonte.

Otros pequeños consejos

Evite que la persona entrecierre los ojos: en días soleados, los sujetos deben estar a la sombra, como debajo de un árbol o en una entrada (puerta). Luego use el flash para iluminar al sujeto.

Cuidado con el Fondo: Evite tener mucho congestionamiento que pueda distraer, evita fotografiar a las personas con cosas creciendo de sus cabezas - ramas u otros objetos que pueden dar la impresión que están saliendo de la cabeza de la persona.

Buena foto pero con un fondo que distrae y una foto con una rama saliendo de la cabeza.



Evite anteojos de sol: Queremos ver los ojos de la persona y reconocerla.



HISTORIAS – LO BÁSICO

Primero haga una buena entrevista

Antes de la entrevista elija un ambiente agradable donde la persona entrevistada y usted se sientan lo más cómodo posible. Brinde seguridad al entrevistado siendo amable y diciéndole que puede hablar con total libertad; asegúrele que usted se encargará de editar sus palabras/respuestas si fuese necesario. Prepárese para la entrevista, aprenda tanto como sea posible sobre la persona, su contexto, el programa en donde participa y repase su Plan de Cobertura, especialmente sus preguntas en la sección de Entrevista. Recuerde que puede consultar el **ANEXO 4 Guía para Entrevista de Momentos Mágicos** para ayudarle a construir/escribir sus preguntas para su entrevista en su Plan de Cobertura.

Escriba preguntas cortas, de 10 palabras o menos. Si no está satisfecho o no entendió la respuesta: pregunte, “Que quiere decir con eso”, “Y luego que pasó” o “Qué más me puede decir de eso”. Trató de obtener respuestas concretas y no generales como “Este programa me ha ayudado mucho”, haga preguntas de seguimiento como: “De qué manera le ha ayudado”.

Haga de la entrevista una conversación –pero una en que el entrevistado tome protagonismo. No interrumpa, permita que la respuesta fluya, no se salte de una pregunta a otra. Si su entrevistado dice algo interesante, ponga sus preguntas a un lado y siga la conversación con ese nuevo enfoque haciendo preguntas de seguimiento como “me puede dar un ejemplo” o “me puede contar más acerca de eso”. Sea flexible en la entrevista y luego puede retomar el orden de sus preguntas de manera natural sin forzarlo.

Al finalizar la entrevista, revise si cubrió todas las preguntas y si fuese necesario, repita las preguntas cuyas respuestas no le dejaron satisfecho –el entrevistado ya está más adentrado en el tema y podría darle una respuesta más interesante.

¡Y diviértase!

Cómo escribir una historia a partir de la entrevista

Una vez tenga su entrevista transcrita en un documento Word puede iniciar a “armar/construir” su historias a partir de los insumos de la entrevista y con insumos propios. La historia tiene 3 grandes secciones: **Introducción – Cuerpo - Cierre**.

Introducción

ES el primer párrafo, resume la historia, a veces esta Introducción está dividida en varios párrafos, pero el objetivo es el mismo: introduce la historia con los datos más necesarios. Si es posible comience con una anécdota sobre el protagonista que rápidamente envuelva al lector en la historia.

Cuerpo

El Cuerpo de la historia, desarrolla las preguntas con más detalle (Detalles y antecedentes). En el Cuerpo también es importante resaltar el HITO de la historia, es decir, aquello que hace

interesante al personaje. Por ejemplo: “Una madre aprende sobre la diferencia entre crecimiento y desarrollo”

El cuerpo de la historia debe centrarse ya sea en el éxito o en el aprendizaje logrado, tal como lo relató el protagonista (en su entrevista). Puede incluir información de la familia, comunidad y sobre las actividades del Programa para que los lectores sean capaces de enmarcar el éxito o el aprendizaje en el contexto local.


Cierre

Generalmente es el último o últimos párrafo. Donde se describe el “final feliz, el logro” o las conclusiones o soluciones al problema, también se debe mostrar el cambio en la vida de la persona producto de las intervenciones de programa.

Existen muchas maneras de escribir una historia, pero la estructura básica tiene siempre esos tres componentes. Por tanto, la historia debe contener por lo menos 3 párrafos, aunque puede tener más. Se solicita elaborar historias no mayores de 2 páginas. Y lo más importante: recuerde de divertirse al escribir, sea creativo y practique mucho.

Ejemplo de historia:

<p>Título:</p> <p>Autor:</p> <p>Introducción: Que habla sobre el contexto donde vive la protagonista.</p>	<p>Marialyn trabaja para retomar sus estudios <i>Escrito por Martin Nanawa, ChildFund Philippines</i></p> <p>Cada mañana, Marialyn se despierta con el sonido de las voces de los pescadores que vuelven de la pesca nocturna. Una fría briza marina trae la esencia salada del mar y se filtra por entre el piso de bambú de su casa, la cual está construida sobre pilastras en una comunidad cercana al mar de Filipinas, manteniéndolos seguros de todo menos del oleaje más fuerte del mar.</p>  <p>Marialyn vive en una comunidad costera de Filipinas.</p>
<p>Cuerpo - contexto: Información sobre su familia y los problemas.</p>	<p>Ella es la mayor de 3 hermanos, Marialyn de 17 años ayuda a sus hermanos menores a prepararse para la escuela. Pero Marialyn no irá con ellos, ella se prepara para trabajar, algo necesario ya que su familia no puede costear los gastos del hogar sin su ayuda. Jerwin, el hermano de 14 años de Marialyn, es un niño patrocinado por ChildFund, quienes le brindan apoyo para que no abandone el colegio, pero Marialyn, que empezó la universidad tuvo que tomar un descanso de los estudios para trabajar. Ella empezó a trabajar en una empresa envasadora de latas, un trabajo tedioso e incluso peligroso que no paga bien.</p>
<p>Cuerpo:</p>	<p>En Filipinas, 5.5 millones de niños y jóvenes entre los 5 y 17 años</p>

<p>Estadísticas del país.</p> <p>Información de ChildFund o el Socio Local</p>	<p>participan de algún tipo de trabajo. Más de la mitad – 3 millones – son empleados en trabajos peligrosos. En 2002, la Organización internacional del Trabajo empezó a recordar el Día internacional contra el Trabajo Infantil, cada 12 de Junio, para llamar la atención mundial sobre los millones de niños y adolescentes que trabajan.</p> <p>ChildFund está involucrado directamente en acciones contra toda forma de trabajo infantil durante muchos años. En muchos casos, ChildFund previene que niños y jóvenes participen en formas de trabajo peligroso o tráfico humano, ayudándoles a volver al colegio. También trabajamos con las comunidades para desarrollar maneras más seguras y estables de ayudar al ingreso económico de la familia.</p>
<p>Foto de apoyo (esto va como archivo individual, no incrustado dentro del documento Word)</p> <p>Cierre:</p> <p>Hay una cita de la patrocinada – producto de la entrevista.</p>	 <p>Los jóvenes de la cooperativa Pintado, apoyados por ChildFund aprendieron la técnica de la serigrafía en poleras.</p> <p>Marialyn ya no trabaja en la empresa envasadora gracias a uno de los programas de ChildFund: la cooperativa Pintado</p> <p>“ChildFund empezó a entrenar en serigrafía de poleras en mi comunidad, y pensé que eso sería muy útil y lo intenté” nos cuenta Marialyn. La idea de aprender una habilidad que requiere de la creatividad, una tarea opuesta a la realizada en la envasadora, fue atractiva. Ella descubrió lo fácil que le resulta esta manualidad, y también aprendió otras habilidades necesarias para estos nuevos empresarios, como la contabilidad. Dentro de poco, Marialyn y otros jóvenes de similares circunstancias consolidarán su cooperativa.</p> <p>El primer cliente de “Pintado” fue ChildFund, realizaron las poleras para el personal. Este emprendimiento resultó tan bien que pronto llegaron más pedidos. Los miembros de Pintado aprendieron a aplicar la técnica a otros materiales, y empezaron a pintar mochilas. Como contadora, Marialyn mantiene al día los pedidos, materiales y gastos de operación. Ella tiene que asegurarse que los ingresos se mantengan estables.</p>
<p>Cierre:</p> <p>Beneficios de la experiencia</p> <p>Cambio en la vida del protagonista.</p>	<p>Pintado empezó a obtener ganancias, Marialyn y sus colegas hicieron su primer pago de salarios! Marialyn compró víveres para su familia, y el negocio se mantiene activo. Ella incluso empezó a ahorrar algo de dinero para su futuro retorno a los estudios.</p> <p>Marialyn está decidida a volver a la universidad el siguiente año. Ella postuló a una beca y el dinero que está ahorrando le ayudará en alguna manera “Quiero terminar mis estudios, así puedo ser profesora y ayudar</p>

	a que otros aprendan”, confiesa ella.
--	---------------------------------------

A continuación algunos consejos para escribir buenas historias

Centrarse en el impacto

No centrarse en hablar de las actividades. Si no en el impacto es decir el logro/hito –siempre.

Utilice palabras simples

Mantenga un lenguaje sencillo y evite el uso de acrónimos y términos técnicos muy propios y que hacen sentido para la organización pero no para el patrocinador. Evite la jerga y palabras muy propias del país.

Incluya citas directas

Incluya todas las fuentes de información que considere necesarias o que ayuden a contar la historia. Si se cita al personal del Socio Local o de ChildFund, presente sus antecedentes, aptitudes profesionales y experiencia con el programa.

Elimine las palabras innecesarias

El exceso de detalles, palabras repetitivas y las palabras redundantes.

Mantenga los párrafos lo más breve posible, sea claro y conciso.

Escriba para los patrocinadores

Antes de escribir, pregúntese que información de base será necesaria para que el patrocinador entienda nuestro contenido (circunstancias, las condiciones, la historia, el contexto local, etc.). Incluya detalles que ayuden al patrocinador, que no son técnicos en la materia, a comprender cualquier información técnica que se proporcione.

Roles y responsabilidades

Socio Local	Oficial de Patrocinio País	Outsourcing	SSU - Content
Capturar Momentos Mágicos en campo. Enviar productos al oficial de patrocinio de ChildFund.	Orientar y brindar soporte a Socios Locales para una adecuada captura de Momentos Mágicos. Revisar y enviar productos al SSU Content con copia al su SERM.	Traducir Historias.	Integrar datos, historias, experiencias de Región hacia OI Haciendo énfasis en la implementación de los modelos de programa con Momentos Mágicos- trimestralmente