



Concurso de fotografía



Concurso
de fotografía



¿CÓMO IMPLEMENTAR?

¿Por qué un concurso de fotografía?

Un concurso de fotografía es una excelente oportunidad para que las personas se manifiesten a través de una imagen lo que piensan de su mundo, cómo lo perciben y pongan a prueba sus habilidades para seleccionar un tema o un personaje y lograr realizarlo adecuadamente desde la perspectiva estética y de contenido.



¿QUÉ PASOS DEBE SEGUIR PARA ORGANIZAR UN CONCURSO?

1. Seleccione un tema y un nombre para el concurso:

Hay concursos donde el tema es “Libre” pero a la hora de valorar la mejor foto, puede que sea más complicado. Si elige un tema específico, será más sencillo decidir cuál es la foto que mejor lo ilustra. Un nombre para el concurso que sea interesante y sonoro puede atraer a más interesados.

2. Redacte las bases correctas:

Ante todo, respete los derechos de los participantes dejando claras las reglas básicas como requisitos de las imágenes, plazos de entrega y premios.



3. Características de las imágenes presentadas:

¿Qué tamaño deben tener? ¿Admite fotos retocadas y/o fotomontajes? ¿Cuál es la cantidad máxima de fotografías que puede presentar cada participante?

4. Ofrezca un buen premio:

Cuánta más participación quiere que tenga el concurso, mejor debe ser el premio que tienen que ofrecer.

TIP

El premio puede buscarse con apoyo de empresarios locales o de instituciones de la comunidad.

5. Elija el jurado adecuado:

Seleccione a personas que conozcan la temática y otras que tengan algún criterio más artístico.

6. Seleccione la forma de difusión de los ganadores:

¿Será en un museo de la localidad? Por redes sociales? ¿En una feria regional? Esto es muy importante para que considere si deberá imprimir (costos) o bien si es en redes sociales o en una página web).

7. Considere utilizar el material para extender el alcance de la campaña por medio de videos sobre los ganadores o pequeñas notas. Publique las fotos en diferentes medios, con el consentimiento de los artistas.



Concurso
de fotografía

DETALLES ADICIONALES



MATERIALES NECESARIOS:

Puede ser una cámara fotográfica profesional, una muy sencilla o hasta con un teléfono inteligente. Si no todos y todas los estudiantes tienen uno, pueden formar grupos y competir así.



MATERIALES ADICIONALES:

Le recomendamos que visite nuestra sección de materiales donde podrá encontrar una variedad de materiales y recursos alusivos a diferentes temas que podrá utilizar al implementar esta actividad.



TIEMPO REQUERIDO:

Al menos dé un mes para que los fotógrafos se pongan detrás del tema, y unos 15 días para la selección y anuncio del ganador(a).



CANTIDAD DE PERSONAS:

Puede ser un número ilimitado de personas. Considere difundir.



ASPECTOS TECNOLÓGICOS:

Es importante hacer llegar en las publicaciones el mensaje de que para concursar no es necesario tener una cámara profesional, sino que una fotografía con un mensaje puede ser tomada hasta con un celular. También a la hora de difundir es necesario considerar si el público tiene acceso e utiliza redes sociales, o si otros medios son más relevantes.



INDICACIONES IMPORTANTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN



Conocimiento del tema:

Es importante que los participantes conozcan el tema ya que ellos son los que toman las fotografías. En la sección de recursos puede encontrar materiales temáticos para sensibilizar a los participantes si es necesario a través de una sesión presencial (por ejemplo, un curso de fotografía y sensibilización) o a través de mensajes en diferentes medios.



Actitudes ante la migración:

Es importante promover actitudes negativas ante la migración irregular, así como evitar expresiones xenofóbicas, especialmente para que no se vean reflejadas en los productos.



Comportamiento esperado:

El grupo debe promover alternativas a la migración irregular y desalentar la xenofobia. El material producido puede ser utilizado para cambiar comportamientos en comunidades.



Contexto de la comunidad:

Se debe adaptar el tema a comunidades de origen, tránsito y destino



Barreras al cambio:

Las barreras al cambio pueden ser altas, ya que el material producido puede ser utilizado como promocional para promover cambios en barreras medias y bajas a nivel de públicos secundarios y terciarios.