



Cronoscopio

LABORATORIO PARA LA **DIFUSIÓN** DE **CONTENIDOS** EN **REDES SOCIALES**



Apoyado por:



FONDO NOROCCIDENTAL PARA LOS
DERECHOS HUMANOS





Cronoscopio

LABORATORIO PARA LA
**DIFUSIÓN DE CONTENIDOS
FEMINISTAS Y ANTIRACISTAS**
EN REDES SOCIALES



Cronoscopio

LABORATORIO PARA LA
**DIFUSIÓN DE CONTENIDOS
FEMINISTAS Y ANTIRRACISTAS**
EN REDES SOCIALES



**Contenido y metodologías
de trabajo desarrolladas por:**

Carolina Benítez, Jacarandas y
Afrocolectivx
Marta Trejo, fotoperiodista
Natalia Fernández y Sara Tejada,
Revista Ácida
Larry Ledezma y Eryl Urrea
Solarte, Empredernido Laboratorio
de Diseño
Melissa Romero y Lina Marcela
Romero, Féminas Ilustradas

Editorxs y escritorxs:

Clara Ávila Peña
Alejandra Jerez Daza
William López Fernández

Diseño:

Aquelarre. Laboratorio
de diseño feminista

Fotografías realizadas por:

Carolina Sánchez

Realizado por:

Realizado por: campaña de comunicaciones para la paz “Relatos de Libertad. Un solo grito, muchas voces” acompañada por la Corporación Ensayos para la Promoción de la Cultura Política en el marco del proyecto “Relatos de libertad: comunicación digital y comunitaria para la construcción de la paz territorial”.

Proyecto “Entre los olores de la guerra y la paz esquivo: las mujeres indígenas, negras, campesinas, urbanas, firmantes de la paz y personas LGBTIQ+ del norte del Cauca lideramos procesos de diálogo humanitario, negociación política e implementación de acuerdos para la construcción de paz”

Santander de Quilichao, Cauca,
Colombia

Apoyado por:

Fokus Latinoamérica

Fondo Noruego para los
Derechos Humanos



Atribución – No comercial – Compartir igual: Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra de modo no comercial, siempre y cuando te den crédito y licencien sus nuevas creaciones bajo las mismas condiciones.



**Visítanos en nuestras
redes sociales:**



Spotify con QR de Irradia



Instagram con QR
de Corporación Ensayos



CONTENIDO

PRESENTACIÓN 4

Feminismos	8
Antirracismo	9
Disidencias sexuales y de género	11
Lenguaje inclusivo	14

CLAVES PARA DIFUNDIR CONTENIDO POLÍTICO

EN REDES SOCIALES 17

Objetivos a los que respondemos	18
Consejos para mantener a flote nuestras redes	20
Cómo ser unx tiktokker sin ser unx tiktokker	21
3, 2, 1, ¡grabando!	22
¡Sentémonos a editar!	23
¡Lanzamiento a la fama!	24
Aplicaciones que nos facilitan la vida para... ..	25
Tipos de formatos según la red social	26

FOTO PROFESIONAL EN LA PUNTA DE LOS DEDOS 29

Tipos de ángulos	30
Planos	33

DISEÑO GRÁFICO DE NUESTRAS APUESTAS 35



PRESENTACIÓN

“¡Ya conocimos la guerra, llegó la hora de conocer la paz!”, es una de las frases que las mujeres indígenas, afrodescendientes, campesinas, firmantes del



Acuerdo de Paz y personas LGBTIQ+ hemos posicionado en el norte del Cauca, como parte de nuestro sueño compartido por construir una sociedad justa y equitativa que nos garantice una vida libre de violencias para todxs. Para abonar este camino, durante los últimos años, nos hemos articulado para realizar procesos de formación orientados a cualificar nuestras capacidades técnicas y políticas, de manera que podamos intervenir los espacios públicos y elaborar piezas de comunicación con perspectiva de género, feminista y antirracista que visibilicen las problemáticas que hemos identificado.

Con este propósito nos encontramos diversas organizaciones de la región: Movimiento de Mujeres Nasa Hilando Pensamiento, Asociación de Consejos Comunitarios del Norte del Cauca – ACONC, Tejido de Comunicaciones de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca CWK – ACIN, Consejo Comunitario Cerro Teta, Consejo Comunitario Cuenca del Río Cauca Microcuencas Teta – Maza-



morrero, Movimiento Juvenil Álvaro Ulcué Chocué, Coordinación Juvenil Quilichao, Colectivo indígena de diversidad sexual Adx Tüu Yaset, Observatorio de DD.HH. Cristina Bautista, Movimiento Insurrectas, Tejiendo Hilos de Unidad por el Cauca LGBTIQ+, Colectivo de Mujeres Trascendiendo por la Paz, Asociación Etno Cultural Lewende Kultuur, Revista feminista Ácida, Fares P2, Asociación Nacional de Usuarios Campesinos – ANUC Norte del Cauca, Red de Organizaciones Defensoras de Derechos Humanos, Territoriales y Ambientales del Norte del Cauca – REDODEN y la Corporación Ensayos para la Promoción de la Cultura Política.

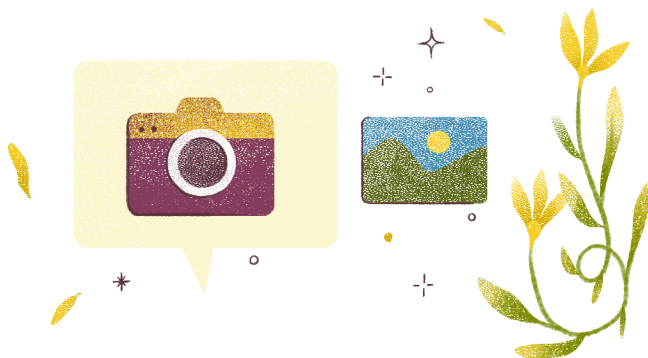
Así mismo, agradecemos el apoyo pedagógico y la perspectiva poderosa de Afrocolectivx, Jacarandas, Revista Ácida, Aquelarre. Laboratorio de diseño feminista, el laboratorio de diseño Empredernido y a las Fémias Ilustradas.



En suma, este material brindará herramientas técnicas y políticas para difundir nuestros mensajes y apuestas con enfoque feminista y antirracista, de modo que contribuya en la circulación de contenidos pertinentes y situados concebidos desde la organización, la equidad, la libertad y la dignidad. Esta es una invitación para seguir imaginando colectivamente.



PRESENTACIÓN



CUANDO VAYAS A COMPARTIR TU CONTENIDO, TEN EN CUENTA LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:

FEMINISMOS:

"Los feminismos son puentes para conocer el mundo y transformarlo, nunca en soledad, siempre en colectivo. Los feminismos son emancipadores porque nos ayudan a comprender las opresiones, el modo en que se coproducen y a luchar contra ellas. Son vigorosos árboles cuyas temporalidades varían, los hay longevos y los hay más jóvenes y con seguridad habrá otros cuyas semillas aún no germinan. Los feminismos son conciencia de los lugares que todas, todos y todes ocupamos en el mundo y son grandes posibilidades para luchar por la vida, la dignidad, los territorios, los derechos, la justicia, las posibilidades de sanar heridas y de compartir las luchas. Son herramientas afiladas para desnudar al poder opresivo, la feroz acumulación y el despojo de nuestros cuerpos y territorios. Son diversos, tienen rostros negros, indios, campesinos, urbanos, callejeros, trans, neuordivergentes y mestizos, a veces se mezclan y resultan más poderosos para luchar contra el racismo, el capitalismo, el colonialismo, el capacitismo, el clasismo y el feroz patriarcado. Son fuentes de conocimientos diversos y han sido una constante invitación a la movilización, a la acción e imaginación política y a la

libertad de pensamiento en cualquier esquina, casa, barrio, vereda, camino, calle, pared, libro, universidad, cama; son caminos para que la llama de la revolución siga viva e incandescente (Diana Granados 2023)."



Te puede interesar: "Cap 3. Transfeminista Ana Laferal", entrevista a Ana Lateral realizada por Fundación Terrícola, julio 29 de 2017



"Edición 3. Feminismo(s) y poder", Revista Ácida. Una publicación feminista, diciembre de 2021

ANTIRRACISMO:

"¿Qué significa construir una cultura antirracista? Resumiendo, podríamos decir que se trata de una cultura de la rehumanización, una cultura que desmonta los mecanismos de dominación social empezando con los dispositivos que componen la lógica del racismo: la división radical entre nosotros y ellos, la esencialización y la estigmatización.

Si el racismo es una concepción del mundo, un sustrato, una «sedimentación de nociones dentro de sistemas de creencias y actitudes del grupo dominante, que sirven sus intereses frente a otros grupos raciales y étnicos» (Essed, 2010, p. 138) entonces el antirracismo tiene que ser, ante todo, un proceso de decolonización de nuestro imaginario y una redefinición de nuestra identidad. Una tarea primordial de los/as profesionales de la intervención antirracista es contribuir a la deconstrucción de la lógica racista que en muchos casos reproducen nuestros principales agentes de socialización: instituciones educativas, familias, amigos, medios de comunicación y, sobre todo, reflexionar sobre los modelos implícitos que condicionan nuestra intervención y que son el reflejo de los elementos racistas integrados en nuestro horizonte cultural” (Buraschi, Daniel y María-José Aguilar Idáñez, 2017: 187)

Buraschi, Daniel y María-José Aguilar-Idáñez. 2017. Herramientas conceptuales para un antirracismo crítico-transformador. *Tabula Rasa*. (26): 171-191.



Te puede interesar: “No ser racista y ser antirracista”, video realizado por Afrocolectivx, noviembre 05 de 2022

DISIDENCIAS SEXUALES Y DE GÉNERO

“La palabra ‘disidencia [sexual]’ parecería estar reemplazando también el uso bastante extendido de ‘diversidad [sexual]’. De hecho, “disidencia”, a diferencia de “diversidad”, es relacional, pues no remite a una suma de identidades sexuales (normativas y no normativas) sino que hace referencia siempre a una norma sexual: ciertas prácticas resultan disidentes respecto a una norma siempre variable y en el marco de un sistema de poder —biopoder, según Foucault, régimen farmacopornográfico, según Paul B. Preciado. Por eso, no remite a un estado de cosas en sentido estático (como ocurre con ‘diversidad’) sino que se centra en lo dinámico y relacional; el término permite visualizar que las sexualidades no son privadas y estables sino que están entramadas en complejos sistemas de poder (Rubino, Atilio 2019: 63).



Rubino, Atilio. 2019. Hacia una (in)definición de la disidencia sexual. Una propuesta para su análisis en la cultura. *Revista Luthor*: 39 (IX): 62-80.



Te puede interesar: “Día internacional de la visibilidad trans”, publicación realizada por Thebonitachola, marzo 31 de 2023

Para difundir nuestras acciones sociales y políticas, te sugerimos recordar:

*** No celebramos, conmemoramos:** el 18 de marzo de 1977 la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas decretó el 08 de marzo como la fecha en el mundo para reconocer la lucha de las mujeres por la igualdad de derechos. Esta conmemoración surge a raíz de la huelga realizada por 129 mujeres trabajadoras de una fábrica en Nueva York, Estados Unidos, quienes exigían reducción de la jornada de trabajo, igualdad salarial y mejores condiciones laborales.

Desenlace de la huelga derivó en jornadas de movilización y rechazo ante la muerte de las manifestantes, a lo que se sumaron acciones para el reconocimiento de la mujer trabajadora. De manera gradual se realizaron jornadas de movilización en todo el mundo, resaltando la importancia de la igualdad entre hombres y mujeres, tanto en el trabajo como en todas las esferas de la vida social y política. A esto se han sumado demandas por el reconocimiento del trabajo del cuidado y la erradicación de las violencias. En ese sentido, hablamos de conmemoración apostando por el reconocimiento de la lucha de las mujeres en su diversidad y de los momentos históricos que han contribuido en la consolidación de una sociedad justa y equitativa.

El norte del Cauca hemos fortalecido el proceso de organización y articulación conjunta para dignificar el trabajo de las mujeres y las disidencias sexuales, así como la puesta en marcha de propuestas para superar las violencias que afectan nuestra vida individual y colectiva.



* 08 de marzo - día de la mujer trabajadora y la lucha feminista:

la conmemoración del 8M, y las reivindicaciones asociadas a este día, se han diversificado durante las últimas décadas. El horizonte trazado por las mujeres hacia la igualdad de derechos fue determinante en la consolidación del movimiento de mujeres y feministas, sin embargo, la articulación de nuevas demandas, en función de la pertenencia étnico-racial, la posición de clase, la procedencia y las apuestas de las disidencias sexuales y de género, han ampliado el sujeto político del feminismo y su agenda. En esa clave, proponemos el 8M como una fecha importante para conmemorar la juntanza de las mujeres negras, indígenas, campesinas, urbanas, firmantes del Acuerdo de Paz y las personas disidentes sexuales y de género, quienes hemos apostado por trabajo digno, reconocimiento del trabajo del cuidado, economía solidaria, cuidado para todxs y una vida libre de violencias. Nos movilizamos por un mundo más justo y equitativo para todxs.

LENGUAJE INCLUSIVO

El lenguaje es definido como un asunto político que está sujeto a transformaciones, de ahí que **el lenguaje inclusivo tiene como objetivo erradicar los estereotipos para visibilizar a grupos que históricamente han sido discriminados en razón de su identidad de género, orientación sexual, capacidades físicas, pertenencia étnico-racial, procedencia y edad.**

Para superar esta brecha, se han generado mecanismos de representación oral y escrita útiles para superar el uso de palabras binarias, excluyentes y estigmatizantes.

Su uso en redes sociales y espacios académicos se ha expandido ampliamente durante los últimos años, de ahí que se ha incorporado de manera gradual al interior de organizaciones sociales, instituciones del estado y espacios de educación superior, secundaria y primaria, aunque la última con mayor recelo, dada la circulación de discursos conservadores que tomaron fuerza en Colombia durante el contexto del posacuerdo.





Como parte de esta apuesta, debes tener en cuenta que:

- 1.** Es importante que cada persona pueda compartir el o los pronombres con los que se identifica (él, ella, elle).
- 2.** Es necesario respetar el o los nombres con los que una persona se reconoce, más allá de su nombre jurídico.
- 3.** El uso de diminutivos tiende a profundizar la discriminación e infantilizar a las personas.

4. Para los pronombres en plural debe tenerse en cuenta la identificación del grupo y la composición del mismo. En espacios donde la mayor parte de las personas son mujeres puede emplearse nosotras o ellas. Cuando hay participación de personas no binaries, apelar al uso de nosotres o elles.

5. Para la escritura de textos cortos para difundir en redes sociales podemos usar (x) o (e) para incluir hombres, mujeres, personas no binaries.

6. Los grupos y comunidades étnicas (afrodescendientes, indígenas, campesinos) no son minorías.

7. Las lenguas indígenas no son dialectos.

8. Las personas con discapacidad no son discapacitadx o retrasadxs.

EN RESUMEN:

1. El lenguaje se transforma de manera constante, por lo que se adecúa a temporalidades y contextos concretos.

2. El uso del lenguaje produce emociones y afecta de manera directa a otras personas a través de la interacción.

3. El lenguaje inclusivo favorece el reconocimiento y la representación de lxs miembrxs de distintas comunidades o grupos.

4. El lenguaje inclusivo es una apuesta política.



CLAVES PARA DIFUNDIR CONTENIDO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Elegir el contenido que vamos a publicar en las redes sociales de nuestras colectivas u organizaciones, nos implica una responsabilidad conjunta con la comunidad a la que pertenecemos, si cruzamos nuestras perspectivas locales con lo que ocurre en los niveles regional y nacional, es más probable que podamos difundir información pertinente y veraz sobre las transformaciones políticas, económicas y socio-culturales que ocurren a diferentes escalas.

Para idearse los temas de los cuales hablar, podemos pensar en los motivos principales con los que creamos nuestra red social, ya sea la defensa de los derechos humanos, posicionar nuestras acciones feministas, reducir las brechas de desigualdad profundizadas por el racismo, defender el territorio y nuestra permanencia en él, promover prácticas culturales propias, etc., o incluso monitorear otras plataformas para comprender los lugares desde donde no se ha abordado

el tema. Estos son ejes con los cuales podemos trabajar y crear contenido de calidad para nuestra agenda y franja informativa.

OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDEMOS

Una vez identificados los temas de interés que quisiéramos abordar, podemos responder a algunas preguntas que nos permitan orientar la información según nuestro énfasis o líneas de trabajo.

¿QUÉ?:

¿Qué queremos contar/mostrar?

¿POR QUÉ?:

¿Por qué es importante hablar sobre estos temas? o ¿Por qué nos interesa conversarlo?





¿CÓMO?:

Si es un tema coyuntural
¿Cómo abordarlo sin recaer
en lo que otrxs han dicho?

¿CUÁL?:

¿En cuál de los formatos se
nos facilita más o conviene
sacar la información?

En caso de que tengamos
varias, ¿cuál es la red so-
cial más conveniente para
difundir esta información?

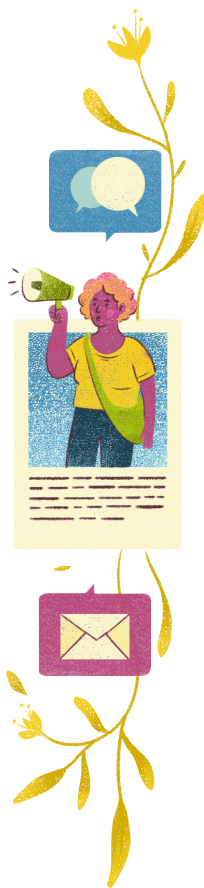


CONSEJOS PARA MANTENER A FLOTE NUESTRAS REDES

Gestionar asertivamente la información que manejamos en las redes sociales de nuestras organizaciones o colectivas, ayudará a mantener a flote el barco que navegamos en este inmenso mar de la comunicación digital. Para ello, es importante reconocer que estos espacios requieren seguimiento y deben ser dinámicos, es decir, alimentados y actualizados constantemente.

DATOS Y CRITERIOS PARA LA CREACIÓN Y MANEJO DE TUS REDES

1. Fáciles de encontrar: escoger bien el nombre. Piensa en cómo le dirías a alguien más de qué manera puede encontrar tu cuenta, si esto requiere una explicación muy compleja, reconsideralo.



2. Ver: unificar la gama de colores, imágenes y tipografía que caracterizan visualmente a tu organización o colectiva para tus publicaciones.

3. Leer: en nuestras portadas o perfiles podemos presentarnos respondiendo a 3 preguntas sencillas: ¿quiénes somos? ¿A qué le apostamos? ¿Dónde estamos ubicadxs?

4. Seguir cuentas afines a la propia, ya sea que se dirijan a un público como el tuyo, conversen sobre temas de interés en común, estén en tu misma localidad, etc.

5. Compartir el contenido de otras cuentas, dar like y comentar publicaciones que son de interés colectivo, ayudará a visibilizar nuestra cuenta debido a la alta interacción.

6. Publicar diariamente, ya sea contenido propio o de cuentas que comparten objetivos con la nuestra.

7. Cuidar a nuestra audiencia respondiendo de manera oportuna sus comentarios o mensajes directos.

8. Crear contenido de calidad sin perder nuestro horizonte político para que otrxs pasen tiempo en nuestra plataforma.

CÓMO SER UNX TIKTOKER SIN SER UNX TIKTOKER

Grabarnos a nosotrxs mismxs, a nuestrxs compañerxs, reírnos por creer que hacemos el ridículo y lanzarnos a publicar opiniones con nuestros rostros, puede parecer

un poco arriesgado pero es lo que estamos dispuestxs a hacer para conquistar el algoritmo de las redes y generar el impacto que nuestras plataformas necesitan. La onda de Tik Tok, Kwai, los Reels de Instagram y Shorts de Youtube, nos instigan a producir videos cortos y llamativos para captar la atención y mejor aún, producir una reacción por parte de nuestrxs usuarixs. Sin embargo, no convirtamos de esto un ejercicio dispendioso; he aquí algunas recomendaciones:

3, 2, 1, ¡GRABANDO!

1. Herramientas: celular o cámara de video.

2. Iluminación: busca un espacio con suficiente iluminación preferiblemente natural que permita que las personas que aparecen en el video sean reconocidas.

3. Dato: estas plataformas están diseñadas con reconocimiento facial de personas con tez clara, por lo que excluye a las personas de piel oscura o negra

llegando incluso a afectar las posibilidades de difusión de sus contenidos.

4. Guión: escribir las ideas y ponerlas de manera ordenada sobre el papel, nos permitirá conocer qué y cómo lo vamos a decir.

5. Ubicación: sitúate en un lugar con un fondo que no genere distracciones y permita a lxs usuarixs ver claramente a lxs protagonistas, todo depende de qué es lo que se quiere mostrar o resaltar.

6. Orientación: para los formatos de video corto como Tiktok, Kwai, Reels y Shorts de Youtube, ubica tu celular en formato vertical. Para videos más largos y de mayor producción, puede resultar mejor el formato horizontal, esto va en tus gustos.

7. Ruido: Cuando no contamos con micrófonos o auriculares que unidireccionen la voz, es necesario encontrar un espacio que garantice el entendimiento de las voces protagonistas.

8. Te recomendamos grabar un video prueba o borrador en el que puedas ver, escuchar y opinar sobre lo que te gustaría mejorar para tu video original.

9. Nuestro público: El público general es la mayoría de la gente y siempre debemos editar pensando en este siendo explicitxs y poner de forma clara la información. El público de nicho, en cambio, es quien consume nuestro tipo de contenido, lo conoce y le gusta.



¡SENTÉMONOS A EDITAR!

Cada video tiene una vibra, un ritmo y/o una intención, por ello, es importante que en el proceso de edición tengas en cuenta que si la información es:

- 1.** Positiva: la música deberá estar en nota mayor, es decir, que nos produzca felicidad y su vez, los colores sean cálidos.
- 2.** Negativa: la música deberá estar en nota menor, es decir, que nos genere miedo o enojo, y los colores sean fríos.
- 3.** Interrogativa: la música deberá ser repetitiva, es decir, que genere curiosidad, ganas de seguir investigando, y además de incluir efectos de sonido, esta vibra también responde a un color cálido.

¡LANZAMIENTO A LA FAMA!

Cuando finalmente publicamos nuestro video, solo nos queda esperar qué reacciones generan este tipo de contenido, para ello, ten en cuenta que:

- 1.** El engagement: son todas aquellas nuevas personas que llegan al espacio porque se sienten conectadas emocionalmente con el contenido.
- 2.** La incidencia política: es poder generar contenido crítico y formativo que genere opinión e involucre a lxs usuarios en las dinámicas y conversaciones de la red. Así que podemos difundir extensos mensajes políticos en videos claros y concretos. Recuerda que siempre puedes hacer parte 1, 2 y 3 sobre un tema que desees ampliar, no todo tiene que salir en un solo video.



APLICACIONES QUE NOS FACILITAN LA VIDA PARA...

- * **Video:** Capcut para celular y Filmora para computador
- * **Carruseles de fotos e imágenes:** Canva
- * **Fotos e íconos gratis:** Freepik, Pexels, Flaticon
- * **Analítica para redes y página web:** Metricool, Google Analytics - Search Console
- * **Calcular el engagement:** Phlanx.com
- * **Email Marketing o correos masivos:** Mailchimp - Sendinblue
- * **Reducir la URL:** Bitly.com

TIPOS DE FORMATOS SEGÚN LA RED SOCIAL

FACEBOOK:

1. Publicación: texto o imagen que se queda en nuestro muro.

2. Directo - en vivo: se convoca a la audiencia previamente y se habla de un tema muy específico

3. Stories o historias: estas son publicaciones de lo inmediato y solo duran 24 horas. Lxs usuarios pueden reaccionar, enviar un mensaje directo o comentar, este último será visible para todxs.

4. Evento: convoca e invita a participar de un espacio planeado por la organización.

INSTAGRAM:

1. Publicación: imagen o carrusel de fotos del colectivo

2. Stories o historias: foto o video x 24h, agregar la ubicación ayuda a viralizarla. Si prefieres conservarlas, recuerda añadirla en Destacados, allí quedarán guardadas, puedes nombrarlas y distinguirlas según categorías.

3. En vivo: permite conversaciones con otras cuentas relacionadas al tema.

4. Reel: video con información rápida y concisa. Música en tendencia.

5. Guía: compilación de publicaciones separadas por un tema en concreto.

6. Fijar: si tienes alguna publicación que consideres importante (Ejm: Misión, Visión, Objetivos, el último boletín de DD.HH.) mantener visible al ingresar al perfil, selecciona esta opción y automáticamente se ubicará al inicio de tu feed independientemente de la última publicación que hagas.

TWITTER:

7. Tuit/tweet o trino: publicación que no supera los 280 caracteres, también se pueden incluir imágenes, videos, gifs, emojis, enlaces y encuestas.

8. Hilo: son tuits conectados de una misma cuenta que permiten ampliar la información u opinión sobre un tema. Para que puedas convertirlo en un hilo, debes responder al último tuit y así sucesivamente hasta que completes la información.

9. Foto: puedes publicar fotos de hasta 5mb y estas no reducirán la cantidad de caracteres permitidos en el tweet.



Las fotos se acomodan automáticamente a la escala de visualización, por lo que debes tener en cuenta al momento de escoger las fotografías que no se corten las personas o en caso de una imagen, que la información principal se pueda leer con claridad.

10. Video: puedes publicar videos de máximo 2 minutos con 20 segundos sin que afecte la cantidad de caracteres. Por último, ten en cuenta que Twitter es una red social principalmente noticiosa y que atiende a la inmediatez, sin embargo, los videos seguirán siendo una forma distinta y creativa de mostrar tu contenido.

*** Recuerda que somos comunicadorxs comunitarixs y si bien el número de personas de nuestras organizaciones no es muy grande, es importante dedicarle un tiempo necesario a crear y producir contenido de calidad para que nuestro quehacer político-organizativo tenga el impacto que deseamos a través de nuestras redes sociales.**



FOTO PROFESIONAL EN LA PUNTA DE LOS DEDOS

Conocer las principales funciones de la cámara permitirá que a la hora de enfrentarnos a hacer el cubrimiento de nuestras labores, tengamos mayor probabilidad de conseguir lo que deseamos, es decir, sabremos aprovechar la luz del espacio cuando es reducida o podremos nivelarla si hay mucha exposición, teniendo cuenta si el registro se realiza en movimiento, si hay multitud o si queremos enfocar a una sola persona. Hay infinidad de posibilidades en estas sesiones, lo importante es que podamos identificar qué nos interesa fotografiar. Aunque sabemos que solo tendremos oportunidad de crear experiencias estando en la práctica, aquí mostramos algunas estrategias, datos y consejos que podemos revisar antes de salir a tomar una gran foto desde la cámara de tu celular en modo profesional o desde tu cámara de fotografía profesional:

FOTO PROFESIONAL EN LA PUNTA DE LOS DEDOS

1. S: la velocidad de obturación o tiempo de exposición es el periodo de tiempo que el sensor de la cámara va a estar recibiendo luz cuando estemos sacando la foto.

2. ISO: a mayor número de ISO, mayor capacidad para captar luz, a menor valor, menor capacidad para capturar dicha luz.

3. F: diafragma, apertura del lente para capturar la luz. A menor número de diafragma, tendremos menor profundidad de campo. Por el contrario, a mayor número de f, mayor profundidad de campo.

4. EV: bajar (luz blanca) o subir calidez (luz amarilla) en la foto, te ayuda a reducir el “prueba y error” al exponer. Utilízalo como indicador para encontrar rápidamente los valores de apertura, velocidad de obturación e ISO.

5. AWB: es un control de la cámara que sirve para equilibrar los niveles de los colores básicos rojo, verde y azul (RGB) con el objeto de que la parte más brillante de la imagen aparezca como color blanco, y la menos brillante como negro.

6. AF: enfoque de la foto, existen continuo, autoenfoco y manual.

TIPOS DE ÁNGULOS

1. Cenital: ocurre cuando formamos un ángulo de 90 grados con respecto al suelo, la cámara debe ubicarse sin inclinación en la parte superior del objeto o sujetx.



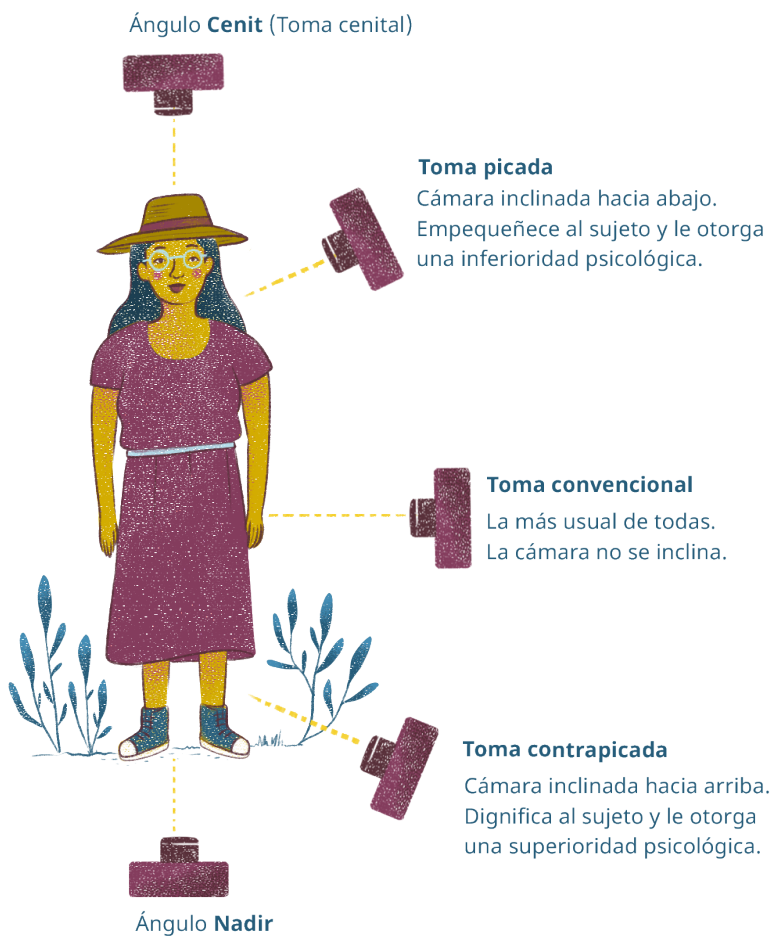
2. Picado: la cámara está inclinada hacia abajo y la persona se ve más pequeña de lo que normalmente es.

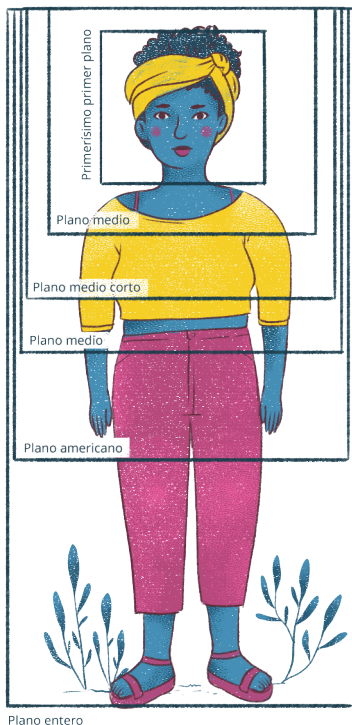
3. Convencional: es la que más usamos comúnmente y la cámara está de frente, no inclinada hacia ningún lado.

4. Contrapicado: la cámara está inclinada hacia arriba y al contrario del ángulo en picado, engrandece a lxs sujetxs que aparecen en la foto.

5. Nadir: ocurre cuando formamos un ángulo de 90 grados con respecto al cielo, la cámara debe ubicarse sin inclinación en la parte inferior del objeto o sujetx.







Plano entero

PLANOS

LXS FOTOPERIODISTAS ANDAN DICHIENDO

1. Acércate sin miedo: haz fotos de muy cerca a objetos pequeños. Captura detalles y rellena el encuadre. Esto es especialmente útil cuando existen muchos elementos distractores alrededor de tu objetivo.

2. Consigue una buena exposición: una foto subexpuesta o muy oscura se debe evitar tanto como una foto quemada o sobreexpuesta. Encuentra el punto justo de luz y evita ubicarte en contra de la luz para tomar la fotografía

3. Fotos nítidas: para lograr la foto que deseas, procura que tu motivo no salga movido (salvo que lo hagas de manera intencionada) y que esté bien enfocado.

4. Cuenta historias: el dicho popular de “una imagen dice más que mil palabras” aplica en la fotografía que hacemos lxs comunicadorxs comunitarixs, ya que es común encontrarnos con escenarios que narran historias y nos conectan emocionalmente.

5. Lee el contexto: en escenarios donde puedas encontrarte con personas víctimas del conflicto armado, firmantes del Acuerdo de Paz, sabedores ancestrales de pueblos indígenas y afrodescendientes o infancias sin sus acudientes, recuerda preguntar si te permiten fotografiarles.

6. ¡No olvides limpiar el lente! La mayoría de las fotos opacas o desenfocadas que encontramos principalmente en nuestro celular son por este detalle.

*** Con esto, ¡estamos listxs para tomar fotografías con nuestros celulares!**



DISEÑO GRÁFICO DE NUESTRAS APUESTAS

Durante la segunda fase del Laboratorio exploramos las estrategias para proyectar a nuestras organizaciones, teniendo en cuenta los colores, formas e historias que nos identifican. A través de la gestión de marca (branding) profundizamos en la relación entre concepto y marca, definiendo conceptualmente las ideas que queremos movilizar y las estrategias gráficas para su representación. En ese ejercicio definimos algunos elementos fundamentales para impulsar nuestra organización social en las redes sociales:







* Definir de manera clara la visión (¿qué nos mueve?) y misión (¿hacia dónde vamos?) de nuestra organización

* Nuestro logo debe ser claro y contundente (tipografía, colores, figuras), de manera que pueda proyectar lo que buscamos: la erradicación de las violencias hacia las mujeres y niñas, la defensa de los derechos humanos, la participación política, la incidencia en los espacios donde se toman las decisiones

* La marca de la organización no es sólo gráfica, se construye también en las relaciones personales con quienes colaboramos y en las acciones que realizamos en diferentes contextos

DISEÑO GRÁFICO DE NUESTRAS APUESTAS



* Nuestro trabajo debe garantizar confianza, debemos difundir con claridad nuestras acciones y apuestas a través de mensajes, videos o ilustraciones que sean acordes a nuestra convicción política

* Es importante articularnos con organizaciones que avanza en apuestas similares a las nuestras, de manera que podamos difundir en doble vía los contenidos en redes sociales.

A partir de esto, pensamos de manera colectiva las estrategias para articular el público objetivo y la difusión de contenidos visuales, sonoros y escritos, enfatizando en la necesidad de:

* Construir un mensaje que sea claro y conciso para comunicar lo que hacemos, pues genera confianza y cercanía

* Definir el público al que esperamos llegar, teniendo en cuenta rango de edad, procedencia, intereses políticos y sociales

* Actualizar de manera constante nuestros análisis de contexto y coyuntura, pues la situación política y social de la región es clave para definir si difundimos un contenido o no

* Generar estrategias de seguridad que reduzcan el nivel de riesgo frente a los comentarios de odio que se difunden en redes sociales o las acciones directas que pueden afectar a lxs miembros de la organización.

La información oportuna y veraz es clave para evitar la desinformación, por lo que nuestra marca y la difusión de contenidos en redes sociales deben contribuir a la

reducir de la brecha en el acceso a la información para grupos históricamente discriminados o con restringido acceso a información sobre feminismos, conflicto, construcción de paz, derechos humanos, antirracismo y organización política.

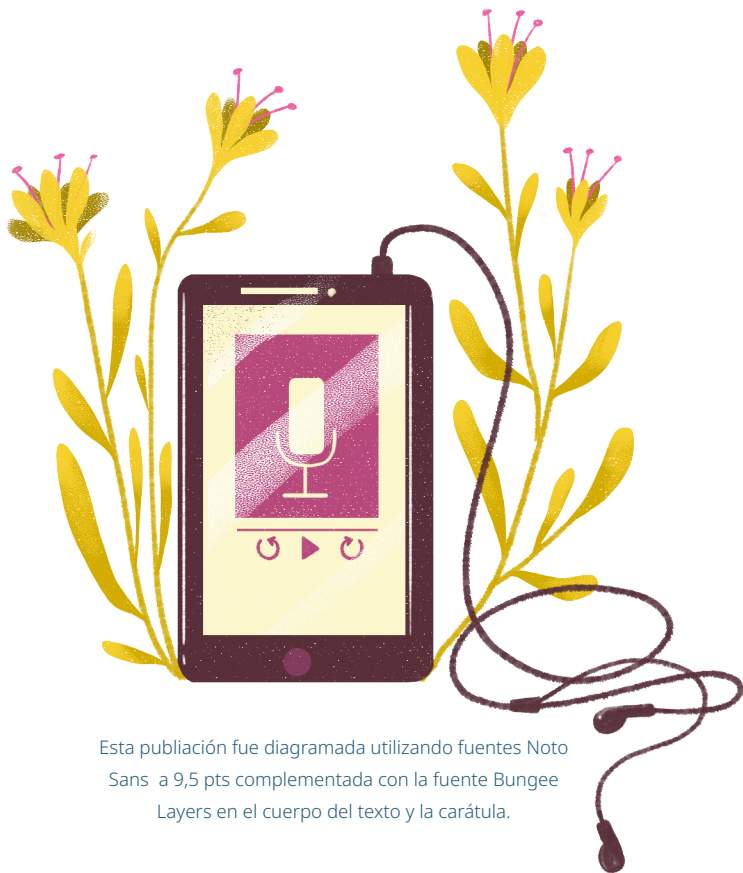
Recapitemos... para mantener activas nuestras redes sociales sin perder nuestro horizonte político proponemos:

- * Fortalecer las articulaciones con organizaciones regionales, nacionales e internacionales con las que compartamos acciones políticas
- * Difundir en nuestros perfiles personales los contenidos difundidos por nuestra organización
- * Ser precisxs con la información que nos interesa difundir, por lo que debemos cualificar nuestras capacidades de investigación, incidencia y formación
- * Mantener una línea gráfica en nuestras publicaciones para generar recordación entre las personas que ven y comparten nuestros contenidos.









Esta publicación fue diagramada utilizando fuentes Noto
Sans a 9,5 pts complementada con la fuente Bungee
Layers en el cuerpo del texto y la carátula.