



PROYECTO FOTOGRÁFICO: INTERVENCIÓN COVID-19 EN ESPAÑA

Términos de referencia

CONTEXTO

Acción contra el Hambre ha tenido que adaptarse rápidamente a la situación de crisis sanitaria provocada por la pandemia de la COVID-19 para seguir acompañando a las personas en situación de vulnerabilidad en España.

Las actividades puestas en marcha son:

- Entrega tarjetas de ayuda a familias para que puedan comprar alimentos.
- Apoyo psicosocial telefónico.
- Entrenamiento en competencias digitales para personas que podrían quedar excluidas del mercado de trabajo.
- Distribución de tablets y tarjetas de datos a las personas usuarias de los programas de empleabilidad para evitar su exclusión del mercado laboral.
- Programas de empleo/emprendimiento con migrantes

OBJETIVO

Visibilizar el trabajo de Acción contra el Hambre para apoyar a las personas más vulnerables en España en contexto COVID-19 con el fin de mostrar el impacto de nuestra intervención, sensibilizar sobre la situación de vulnerabilidad y captar fondos para esta emergencia.

- Disponer de un repositorio para difusión digital y off line
- Representar los diferentes perfiles de usuarios de los programas de acción social en España y de la intervención de emergencia.

ESTÉTICA Y NARRATIVA DE LA IMAGEN

Para que el paquete fotográfico sea lo más completo posible, nos gustaría contar con dos tipos de narrativas:

- A. DESCRIPTIVA / INFORMATIVA: imágenes explícitas, que sean capaz de contar una historia. Para ello prestar atención a:
 - A. El contexto físico: dónde ocurre, por qué el entorno es importante.
 - B. El contexto temporal: transmitir de manera explícita o implícita la coyuntura en la cual se toma la foto, con la crisis COVID-19 como telón de fondo.

- B. EVOCADORA / EMOCIONAL: ofrecer un punto de vista artístico, sugerente o evocador para contar la misma historia de manera más implícita. Prestar atención a:
- A. El contexto emocional: buscar el protagonismo de la emoción.
 - B. El lado humano de la imagen: tomando al protagonista de la historia como centro de la narración.

LISTA DE POSIBLES IMÁGENES NECESARIAS:

- El trabajo de Acción contra el Hambre en acción:
 - Entrega de tarjetas monetarias
 - Entrega de tablets
 - Plano de conversación con usuarios, con visibilidad de la organización
 - Plano interacción con usuarios (a ser posible con tono emotivo. P. ej: Un abrazo, un choque de codos, una sonrisa, etc.)
 - Tener en cuenta la visibilidad de la marca Acción contra el Hambre

REFERENCIAS DESCRIPTIVAS:



- Desde el punto de vista de los usuarios:
 - Plano de retrato
 - Recibiendo tarjetas monetarias
 - Uso de la tarjeta en un supermercado, haciendo la compra
 - Recibiendo una Tablet u otro dispositivo
 - Participando de una formación online
 - Rellenando solicitud RMI online
 - Plano de situación: vida cotidiana
 - Paseando en un barrio humilde
 - Cocinando
 - Interactuando con hijos/hijas/familiares
 - Retrato con cesta de la compra básica en su cocina

REFERENCIAS DESCRIPTIVAS:



REFERENCIAS EMOCIONALES:



Otras referencias:



Se debe evitar:

- Escenas posadas o impostadas
- Picados que muestren al usuario/a en una situación de inferioridad respecto al punto de vista
- Uso de gafas de sol
- Escenas que vulneren la dignidad de cualquier individuo. P. ej.: desnudos, escenas mujeres exclusivamente asociadas al rol tradicional de género, etc.

PIES DE FOTOS/DESCRIPTORES:

Necesitamos un breve texto de cada fotografía que contenga estos puntos principales:

- Fecha y localización
- Contexto: qué, cuándo y dónde está ocurriendo esa escena.
- ¿Quién aparece en la escena? Es especialmente importante conseguir el nombre y el apellido (cuando ellos estén de acuerdo) de la persona principal en el plano. Si es posible describir brevemente su historia o perfil familiar y una declaración entrecomillada el protagonista.
- Posibles preguntas para enmarcar la historia:
 - ¿Cómo ha afectado la pandemia al empleo familiar? ¿y a los ingresos?
 - ¿Han cambiado su alimentación como consecuencia de la pandemia?
 - ¿Qué miedos/preocupaciones tienen a corto y medio plazo?

- ¿Qué mecanismos de adaptación a la nueva situación han desarrollado durante el confinamiento?

COSENTIMIENTO LIBRE, PREVIO E INFORMADO

Es necesario firmar el consentimiento de cesión de derechos de imagen que encontrará aquí.

- [ADULTOS](#)
- [MENORES](#)

DURACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LA MISIÓN:

Duración total: 6 días

Fecha: primera o segunda semana de septiembre 2020

- 3 días: desplazamiento, cobertura con 5 familias, producción
- 3 días: posproducción fotográfica

Lugares por definir: 2 o tres localidades del territorio español

ENTREGABLES PARA VALORACIÓN

- Portfolio con fotografías similares a la propuesta
- Experiencia previa en cobertura de fotorreportaje o cobertura de historias de vida.
- Disponibilidad en fechas
- Indicar si hay disponibilidad de vehículo propio y desplazamiento fuera de Madrid
- Fecha límite de propuestas: 26/08/2020

RESULTADOS ESPERADOS / ENTREGABLES

- 50 fotografías, a color en jpg a 300 dpi.
 - El 10% aproximadamente serán verticales
 - Combinar planos generales y primeros planos.
 - Facilitaremos un documento de pautas fotográficas que muestre lo que debemos y no debemos hacer con nuestra identidad visual.

CONSULTAR GUIDELINES FOTOGRÁFICAS [AQUÍ](#)

METADATOS Y NOMBRE DE LA FOTOGRAFÍA

Está a disposición del/la fotógrafo/a un [manual sobre el archivo](#) y normas de nombramiento de las fotografías. Según el caso, los fotógrafos/as o personal de ACH que tomen las fotografías pueden ser requeridos el subirlas al BrandForum. En este caso tendrá que seguir las normas de "Descripción en BrandForum" (2.3 Descripción en BrandForum, p.13)

-Denominamos las fotografías incluidas en cada carpeta ordenadas por fotógrafo:

PAIS_AREA DE INTERVENCIÓN_AÑO_FOTOGRAFO_TEMA_NN

P. ej: SP_FS&L_2020_AntonioPerez_TabletExtremadura_01

- PAÍS: se corresponde a las dos letras incluidas en el [Código ISO 3166/2](#)
- El número (NN) detrás del nombre del fotógrafo/a corresponderá al 01. Se respetará la numeración de las imágenes del autor, en el caso de que exista,
- En el caso de fotos con baja resolución: se añadirá tras el nn la palabra low.
- En el caso de duplicados: se añadirá tras el nn la letra D.
- En el caso de fotos retocadas: se añadirá tras el nn la letra R.

DERECHOS DE PROPIEDAD Y USO

Acción contra el Hambre es el propietario único y exclusivo de los derechos de propiedad intelectual de los materiales resultantes de la firma del contrato suscrito – con la excepción de los derechos morales-.

Acción contra el Hambre debe ser el único dueño de los siguientes derechos en todo el mundo:

- Derecho a reproducción en cualquier medio y forma
- Derecho de representación y distribución
- Derecho de traducción e interpretación en cualquier idioma.

Consecuentemente, ACH tiene el derecho a:

1. Usar las fotografías para captación de fondos, comunicaciones externas y cualquier otra actividad considerada necesaria, en cualquier país, sin ningún coste extra. Esto incluye e-mails directos, campañas de emailing, captación de fondos en la calle, publicidad exterior, inserción, anuncios, presentaciones corporativas, páginas web, redes sociales y editorial además de cualquier otra actividad conocida o desconocida.
2. Ceder las fotografías a medios de comunicación u otras contrapartes siempre y cuando se respete el deber de citar al autor y se utilicen en el marco de la actividad de Acción contra el Hambre y sin percibir ningún tipo de lucro por ello.
3. Modificar, reproducir, grabar, manipular, digitalizar las fotografías y material fílmico para cualquier proceso técnico deseado, en todos los formatos.
4. Mostrar el material fílmico o fotografías en público, en festivales, eventos culturales en general y cualquier público residente en cualquier país.
5. Usar el material fílmico y las fotografías con otros visuales o audio, con o sin palabras.
6. Almacenar el material fílmico y las fotografías en las bases de datos de las oficinas de Acción contra el Hambre.

7. Insertar logos, marcas registradas y texto en las fotografías y el material fílmico.

Acción contra el Hambre se compromete a respetar los derechos morales del autor y de acuerdo con el crédito del nombre del fotógrafo o fotógrafos usados.

Acción contra el Hambre acepta que el fotógrafo pueda usar las imágenes en su portfolio/ carrete y en exhibiciones, siempre y cuando Acción contra el Hambre sea avisada de antemano.

Todas las acciones del personal de Acción contra el Hambre en todos los países pueden ejercer un uso ilimitado de las fotografías en relación con sus trabajos y sin coste extra.

Las imágenes no deben ser suministradas o vendidas a ninguna organización o similar interesada incluidas ONG.