

FOTOVOZ

Concepto

Fotovoz es una técnica de investigación cualitativa, visual y participativa, útil para explorar o investigar temas delicados o complejos. Utilizar esta técnica permite: destacar los puntos fuertes y las preocupaciones de su comunidad; promover el conocimiento y el diálogo crítico discutiendo temas importantes en grupo; e influir en las decisiones políticas destacando los temas sociales.

Los investigadores(as) adoptan un papel de reporteros(as) gráficos y, mediante fotografías, tratan de plasmar y mostrar el tema sobre el que se investiga.

El proceso de votación fotográfica que propone esta técnica involucra a la comunidad a fin de comprender mejor sus realidades a través de la perspectiva de las personas que no están en posiciones de poder o autoridad, como una forma de legitimación del conocimiento comunitario.

Fases

Esta técnica se concreta en cuatro fases, que se explican a continuación.

	ELEGIMOS EL FENÓMENO OBJETO DE ESTUDIO
	Elegir el tema que nos interesa conocer: - Entre todos(as) los miembros del grupo decidimos el tema que queremos explorar, el que más nos interesa, el que más nos preocupa. Lo escribimos a modo de titular. - Cuando ya tenemos elegido el tema, entre todos(as) hemos de concretar: ¿Qué nos gustaría conocer del tema elegido? La mejor manera de hacerlo es hacernos muchas preguntas y apuntarlas. ¿Dónde podemos encontrar información?
	FOTOGRAFIAMOS EL FENÓMENO OBJETO DE ESTUDIO
	Salir a las calles del municipio y fotografiar el tema que nos interesa conocer: Decidimos si vamos solos(as) a tomar las fotografías o en pequeños grupos o parejas.

	2. Decidimos el periodo de tiempo que vamos a destinar a hacer las fotografías o la fecha máxima en que las tenemos que tener hechas. 3. Concretamos cómo se han de tomar las fotografías: 3.1. Utilizar la cámara del móvil. 3.2. Respetar el anonimato en el caso de fotografiar a personas. 3.3. No tomar fotografías ni ofensivas ni degradantes de ninguna persona. 3.4. Respetar, en el caso que corresponda, las normas culturales de algún colectivo. 4. Opcional: nos podemos preparar un identificador personal (para evento, congreso, etc.) que nos presente como miembros del equipo de investigación, para llevar colgando mientras estamos haciendo de reporteros(as) gráficos.
	ANALIZAMOS Y REFLEXIONAMOS SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS
	Elegir colectivamente las fotografías. 1. Concretamos entre todo el grupo cuántas fotografías vamos a analizar cada miembro, pareja o equipo (recomendamos entre cinco y siete). Se recomienda que entre todos(as) se analicen entre veinticinco y treinta fotografías. 2. Cada persona, pareja, equipo selecciona, entre todas las fotografías que hemos tomado, el número que hemos decidido analizar, y les aplicamos la técnica SHOWED. Esta técnica nos ayuda a explicar por qué la hemos hecho y qué significado tiene para nosotros(as). 2.1. ¿Cómo funciona la técnica SHOWED? A cada fotografía seleccionada le ponemos un título y tenemos que responder a estas preguntas: ○ S (<i>See</i>): ¿Qué vemos? ○ H (<i>Happening</i>): ¿Qué está ocurriendo? ○ O (<i>Our lives</i>): ¿Cómo se relaciona esto con nuestras vidas? ○ W (<i>Why</i>): ¿Por qué existe este problema?, ¿Por qué se da esta situación? ○ E (<i>Educate</i>): ¿Podemos utilizar esta fotografía para sensibilizar?, ¿para educar?, ¿para empoderarnos? ○ D (<i>Do</i>): ¿Qué podemos hacer para que cambie la sociedad? 2.2. Cuando todos los miembros, parejas o equipos hemos analizado las fotografías seleccionadas (enganchamos la fotografía en un papel y al lado le ponemos el título y las respuestas SHOWED), las colgamos en una pizarra, un mural o en un Power Point proyectado, para que las pueda ver todo el grupo.

	Cada miembro, pareja o equipo explica las fotografías que han sido expuestas para transmitir más claramente el mensaje que proyecta la imagen. Opcional: si son demasiadas fotografías, puede hacerse una selección, por consenso, de las que más gustan y representan el tema objeto de estudio.
	EXPONEMOS LOS RESULTADOS
	Difundir los resultados: decidimos cómo difundir el resultado del trabajo efectuado para que llegue el mensaje que queremos transmitir a la sociedad. Tenemos que decidir: 1. Cómo queremos hacer la difusión: una exposición, un video, una conferencia, etc. 2. A quiénes queremos que llegue nuestro mensaje: grupos de población, etc. 3. Qué hacemos con los resultados: del FOTOVOZ, de los inputs, reacciones, impresiones que se generan a partir de la difusión.