

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**EL FOTOPERIODISMO EN LA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS
POLÍTICAS EN PORTADAS DE LOS DIARIOS REGIONMONTANOS**

TESIS PRESENTADA POR:

TERESA GERARDINA GONZÁLEZ VILLAGÓMEZ

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MONTERREY, N.L. ABRIL 2020



El fotoperiodismo en la publicación de noticias políticas en portadas de los diarios regiomontanos

Tesis que para obtener el grado de Maestría presenta:
Teresa Gerardina González Villagómez

Monterrey, N.L. abril, 2021

Resumen

La fotografía de prensa describe elementos que en ocasiones rebasan palabras y en simultáneo contextualiza un acontecer.

Al adecuarse a la época con las nuevas tecnologías y la necesidad inmediata de información, el oficio de fotoperiodista ha sufrido un considerable cambio en su propuesta visual por las nuevas generaciones y un detrimento cualitativo en la composición y técnica llegando a la poca relevancia e incluso incoherencia en la imagen en relación con la nota.

Como objetivo general se evaluarán los contenidos discursivos y visuales del fotoperiodismo en publicación en noticias sobre política en diarios regiomontanos.

Las características de esta investigación serán descriptiva, cualitativa, exploratoria y correlacional.

Palabras clave

Fotoperiodismo, técnicas visuales, fotografía, periodismo

Índice. -

Resumen	4
I.- Introducción	
1.1.- Tema y problema	5
1.2.- Planteamiento	6
1.3.- Objetivos	
1.3.1.- Objetivo general	7
1.3.2.- Objetivos específicos	8
1.4.- Preguntas de investigación	8
1.5.- Justificación	9
1.6.- Limitaciones	9
1.7.- Viabilidad de la investigación	10
1.8.- Consecuencias de la investigación	10
II.- Fundamentación Teórica	
2.1.- Sociología de la producción de noticias	12
2.2.- Periodismo	16
2.2.1.- Géneros periodísticos	19
2.2.1.1.- Noticia	21
2.2.1.2.- Crónica	23
2.2.1.3.- Entrevista	25
2.2.1.4.- Reportaje	26
2.3.- Géneros fotográficos	28
2.3.1.- Fotografía de retrato	29
2.3.2.- Fotografía publicitaria	30
2.3.3.- Fotografía de prensa	32
2.3.4.- Fotografía política	34
2.3.5.- Fotografía de ensayo	36
2.3.6.- Fotografía documental	38

2.4.- Lenguaje visual	39
2.5.- Técnicas de composición	43
2.6.- Discurso visual	46
2.7.- Discurso de los medios impresos	48
2.8.- Ética en el periodismo	51
III.- Metodología de la Investigación	53
IV.- Hallazgos	54
4.1.- Tabla sintética de hallazgos	55
4.2.- Interpretación de tabla sintética de hallazgos	57
V.- Conclusiones	59
VI.- Referencias	62
VII.- Anexos	
7.1.- Tabla de operacionalización de variables	79
7.2.- Guión de entrevista a expertos	81
7.3.- Recolección de Hallazgos	82
7.4.- Glosario de personajes	115
Índice de tablas. –	
Tabla 1. Escala de iconicidad para la imagen fija-aislada.	42

Resumen

La fotografía de prensa describe elementos que en ocasiones rebasan palabras y en simultáneo contextualiza un acontecer.

Al adecuarse a la época con las nuevas tecnologías y la necesidad inmediata de información, el oficio de fotoperiodista ha sufrido un considerable cambio en su propuesta visual por las nuevas generaciones y un detrimento cualitativo en la composición y técnica llegando a la poca relevancia e incluso incoherencia en la imagen en relación con la nota.

Como objetivo general se evaluarán los contenidos discursivos y visuales del fotoperiodismo en publicación en noticias sobre política en diarios regiomontanos.

Las características de esta investigación serán descriptiva, cualitativa, exploratoria y correlacional.

Palabras clave

Fotoperiodismo, técnicas visuales, fotografía, periodismo

I.- Introducción. -

1.1.- Tema y problema:

La fotografía de prensa o fotoperiodismo siempre ha sido un imán visual capaz de determinar el valor de impacto ante la sociedad, positivo o negativo, de denuncia o informativa. No es solamente un complemento de la noticia, sino que puede llegar al mismo o incluso mayor valor de la nota ya que una de sus características es rebasar el discurso y contextualizar simultáneamente lo acontecido. En el ejercicio del periodismo, la fotografía centra su valor en la aparente carga de objetividad que representa la imagen, puesto que imprime en la información el testimonio de la realidad que describe el discurso escrito.

En la prensa regiomontana destacan tradicionalmente tres principales periódicos: ABC, El Norte y Milenio; medios que, desde su origen en formato impreso, han aportado a la cultura local noticiosa, discursos, técnicas visuales, información fidedigna y de calidad al ciudadano a través de los años. Sin embargo, debido a las nuevas tecnologías y a la premura informativa, al adecuarse a la época actual, han sufrido un considerable cambio cualitativo en sus propuestas fotográficas; a esto se adjunta el hecho que la información visual que se le ofrece al lector se sistematiza por falta de iniciativa e innovación. Frecuentemente, la foto que acompaña a la nota carece de composición fotográfica mermando relevancia y es posible observar, incluso, imágenes normalizadas en cuanto a contenido de la información, deteriorando lo cualitativo y haciendo poco uso de técnicas visuales, lo que, sin lugar a duda, impacta en la calidad informativa que se brinda a los lectores.

Estos cambios en los procesos productivos de las organizaciones periodísticas, influidos principalmente por las dinámicas de las tecnologías de la información y comunicación y la convergencia, justifican la necesidad de analizar el escenario en el cual se configuran los productos mediáticos y, desde ahí, tratar de explicar el complejo procedimiento de trabajo del fotoperiodista. Con ello se busca

contribuir al análisis, casi inexistente desde la sociología de producción de noticias, de las rutinas productivas de los fotógrafos de prensa.

1.2.- Planteamiento:

El poder de una imagen técnicamente bien creada dentro de los medios de comunicación que informan a diario ayuda a que el lector se integre a la noticia y genera en él un sentimiento de pertenencia o identificación dentro del ambiente expuesto. La fotografía es un espejo fiel de los acontecimientos sociales, representa y construye una realidad en la cual los lectores no están presentes. Sin embargo, a partir de la facilidad para el acceso a la red mundial a través de cualquier medio, ya sea una computadora o un teléfono móvil, se ha generado una demanda de prontitud en la población, incluyendo por supuesto una juventud que nació en la era de esta cultura envuelta en la tecnología. Este factor de accesibilidad para el uso de una cámara fotográfica ha hecho de cualquier ciudadano común, sin importar la edad, un fotógrafo aficionado.

Aunado a ello, cada vez es más común que el lector se informe a través de medios noticiosos no tradicionales debido a la inmediatez de los eventos - ya sea completa o segmentada- propiciando tanto periodistas como fotoperiodistas novatos, que justo por esa necesidad de información visual ya sea por el editor o el lector, suelen omitir los principios básicos, éticos y técnicos que debe seguir el reportero gráfico profesional.

Adicionalmente, los medios de comunicación formales, tratando de responder a la demanda de información inmediata, recurren al uso de imágenes captadas por fotoperiodistas novatos o aficionados, compartiendo incluso en ocasiones noticias sin fuente fidedigna de información e imágenes, exponiéndose a una desvalorización por parte de los lectores.

Por ello, las nuevas generaciones interesadas en ejercer esta profesión deberán estar conscientes de que además del uso de las herramientas básicas es necesario un trabajo profesional que refleje no solo la calidad informática visual, sino también la importancia en el comportamiento ético y moral de un reportero

gráfico. Puesto que, el valor de la fotografía de la prensa se cuestiona en cuanto a su intención en función de qué tan cercana está con la verdad; el concepto de ética y moral fotográfica reside en el respeto incondicional de las personas fotografiadas, pero también en cualquier fotografía en la cual esté involucrado el ser humano (Villaseñor, 2015).

Smith citado por Fontcuberta (2011), afirma que la fotografía no puede ser objetiva y no por ello debe ser subjetiva, sino honesta; eliminaría del folclore lingüístico del fotoperiodismo la palabra objetivo ya que en todo momento el fotógrafo hace una elección personal de variantes interpretativas con la intención de formar un conjunto emocional que ayudará a construir la opinión del público.

Actualmente se vuelve necesario reflexionar sobre las dinámicas productivas en la prensa escrita de Nuevo León, específicamente, en relación a las fotografías que aparecen en los diarios. Si bien existen diversos estudios que abundan sobre la producción de comunicación mediática y también orientados hacia la producción periodística, lo cierto es que muy pocos investigadores han centrado su interés en tratar de conocer y explicar los factores que intervienen en las prácticas profesionales de los fotoperiodistas y su relación con el contenido que publican los medios. Tomando como base la perspectiva teórica de la sociología de la producción de noticias, un estudio de esta naturaleza brindaría aportes a la práctica del fotoperiodismo, a la enseñanza de este y contribuirá a explicar cómo se configura el material simbólico que circula en los medios de comunicación masiva.

1.3.- Objetivos

1.3.1.-Objetivo General

Analizar las prácticas profesionales y éticas en la publicación de imágenes en noticias políticas producidas por fotoperiodistas regiomontanos.

1.3.2.- Objetivos específicos

- Identificar el empleo de las técnicas de composición en el fotoperiodismo en las notas de carácter político.
- Definir la percepción de los fotoperiodistas sobre la relación existente entre la imagen y su discurso visual.
- Detectar la importancia que le brinda el fotoperiodista al nivel estético y de composición de la imagen en las notas de carácter político.
- Indagar el empleo del lenguaje visual utilizado por los fotoperiodistas en las notas de carácter político.
- Identificar la percepción de los fotoperiodistas sobre el espacio de la página utilizado por las fotografías en las notas de carácter político.
- Describir la valoración de los fotoperiodistas sobre la moral y la ética en el ejercicio de su profesión.

1.4.- Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las técnicas de composición fotográfica que emplean los fotoperiodistas regiomontanos?
- ¿Cuál es la percepción de los fotoperiodistas sobre la relación existente entre la imagen y su discurso visual?
- ¿Qué importancia le brinda el fotoperiodista al nivel estético y de composición de la imagen en las notas de carácter político?
- ¿Cómo es el empleo de los fotoperiodistas del lenguaje visual en las notas de carácter político??
- ¿Cuál es la percepción de los fotoperiodistas sobre el espacio de la página utilizado por las fotografías en las notas de carácter político?
- ¿Cómo es valorada la moral y la ética por los fotoperiodistas en el ejercicio de su profesión?

1.5.- Justificación

El tema que se presenta es importante porque trata un problema poco estudiado, el cual no ha sido abordado anteriormente con profundidad y amplitud desde el punto de vista académico en el campo del conocimiento de la comunicación y periodismo.

Conforme al criterio de implicaciones prácticas se hace evidente en las muestras de los periódicos elegidos la carencia de técnicas básicas de composición fotográfica, producidas por profesionales en este ámbito de los medios seleccionados para la muestra de la investigación. La relevancia social que aporta la investigación es la opinión de expertos que han laborado profesionalmente desde hace más de tres décadas dentro del fotoperiodismo y han sido testigos de los cambios e innovaciones tecnológicas, cuyas implementaciones las han apropiado a su estado y medio informativo impreso para mostrar los hechos con calidad visual. La trascendencia del estudio es que formará parte de los principios para nuevas investigaciones con diferentes perspectivas y alcances dentro de este campo el conocimiento.

Es conveniente por que podrá concretar la visión de los fotoperiodistas profesionales como modelo a seguir creando para las nuevas generaciones que estén interesadas en el oficio una mejor técnica y composición en sus imágenes beneficiándose también parte de la sociedad lectora al tener un mensaje visual claro, sin imágenes planas ni rebuscadas mostrando los hechos con calidad y composición.

La relevancia social que aporta el estudio es la opinión de once expertos que han laborado profesionalmente desde hace más de tres décadas dentro del fotoperiodismo y han sido testigos de los cambios e innovaciones tecnológicas, cuyas implementaciones las han apropiado a su estado y medio informativo impreso para mostrar los hechos con calidad visual y cuya opinión puede servir de guía los nuevos fotoperiodistas.

El estudio tiene trascendencia por que los fundamentos y los hallazgos encontrados en la investigación pueden ser tomados como base para futuros

estudios con distintas líneas de investigación, pero dentro del mismo marco de conocimiento.

1.6.- Limitaciones

El estudio está limitado a analizar tres de los doce diarios impresos de la ciudad de Monterrey, Nuevo León, tales como “El Norte” con 122,135 ejemplares de lunes a jueves, 137, 592 el viernes y 161,157 el domingo. El periódico “Milenio” con 46,782 de lunes a domingo y “ABC” con 40, 035 (lunes a sábado), se hace la aclaración que los dos primeros mencionados están a la venta y el último es de distribución gratuita. Por lo tanto, las entrevistas a los fotoperiodistas fueron aplicadas a trabajadores de los dichos medios.

Las cantidades de tiraje están avaladas por la Agencia Certificadora y Gestora de Medios S.C. (2018) y por PriceWaterhouse Cooper (2014). Los demás periódicos “El Porvenir”, “Publimetro”, “Horizonte”, “Reporte Índigo”, “Metro”, “El Sol”, “El Regio” y “Crucero” no fueron considerados porque sus contenidos políticos no cumplían con los requerimientos para esta investigación.

1.7.- Viabilidad de la Investigación. –

Para la realización del estudio se contó con recursos físicos, tecnológicos, cronológicos, intelectuales y económicos para su desarrollo en tiempo y forma.

1.8.- Consecuencias de la Investigación. -

A través del estudio se habrá obtenido gran cantidad de información de contenidos discursivos, valoraciones del lenguaje visual y escrito, así como las técnicas de composición empleadas por los profesionales del fotoperiodismo compiladas en matrices de información en categorías y subcategorías clasificadas y sistematizadas.

II.- Fundamentación teórica

2.1.- Sociología de la producción de noticias

La sociología como disciplina ofrece diversos enfoques para abordar los objetos de análisis de estudios, de producción de información periodística implican preguntas de investigación que no se han planteado desde otras perspectivas partiendo de algunas propuestas teóricas y metodológicas específicas.

En los años cincuenta, Schudson (1989) y Wolf (1987) iniciaron estudios acerca de la sociología de la producción de los medios basándose en los guarda barreras (*gatekeepers*) cuya función es filtrar y controlar la información recopilada, es decir. Veinte años más tarde, en los setentas, comenzó a gestionarse una tendencia de observación enfocada a los factores que intervienen en los procesos de producción de mensajes (específicamente de noticias) lo cual llevó a calificar a los medios de comunicación como una organización compleja de producción industrial, tomando éste término en el sentido de ver a la información como "materia prima" que es transformada mediante un proceso de producción, que implica el paso por cadenas de "montaje", "control de calidad", etcétera, hasta convertirse en el "producto noticia" (Schlesinger 1990).

Sin embargo, la sociología de la producción de noticias no surge exclusivamente pensando en contenidos periodísticos si no en la preocupación por analizar la influencia que pueden tener los mensajes y el resultado de los procesos de rendimiento. Tuchman (1983), escribe que los estadounidenses y algunos sociólogos de la cultura británica venían examinando las formas en que las condiciones ocupacionales y organizacionales moldeaban el arte, englobando la idea de "arte" a los productos de los medios masivos y a la cultura popular. En el mismo sentido, Hirsch (1977) y McQuail (1994), afirman que este tipo de análisis (*Media Sociology*) puede aplicarse a diferentes productos culturales elaborados por los medios (cine, telenovelas, libros, música).

De acuerdo con McQuail (1994), la investigación de los medios de comunicación se constituye en tradición cuando al producir mensajes deja de verse solamente como el resultado de la creatividad, capacidad, valores personales o formación de los individuos que los elaboran, y es ahí cuando se observa "el grado en el que los requerimientos de una organización formal de trabajo (burocracia) se

anteponen a las preferencias de los comunicadores que laboran en ella”; hablar de la noticia como "producto" y verla como "una predecible construcción de la realidad", es un consenso en los análisis de la producción informativa (p. 187). Por ello, el primer contexto para determinar cómo ocurre la producción noticiosa es el de la normatividad operativa de los medios de comunicación (Molina, 1989).

La sociología de la producción de noticias ayuda a explicar cómo es que las noticias son construidas y “parte de la hipótesis general de que los productos informativos son una construcción organizacional que surge de un entorno y sus dinámicas, y no de una simple selección inocente del medio” (Retegui, 2017, p.104). Por ello, la construcción de las noticias es el resultado de un proceso complejo en el que intervienen diversos factores y dimensiones que condicionan e influyen en la labor del periodista.

Con la finalidad de examinar la influencia que pueden tener los mensajes y los elementos que intervienen en los procesos de producción comunicativa González (2017), establece que la creación de noticias se mueve en tres dimensiones: burocrática, institucional y profesional, afirmando que la mayor influencia sobre los mensajes periodísticos es interna en su primer nivel. Por su parte, Hirsch (citado por Juárez, 2012), identifica tres contextos en los que se desenvuelve el periodista:

En el nivel individual se ubican factores de influencia relativos a las creencias, actitudes y valores, formación de los periodistas; en el organizacional, se analizan factores que tienen que ver con las rutinas y ciclos de producción de las noticias; en el institucional, se ubican los factores relativos a la vinculación entre la organización de medios con otras empresas de comunicación y con otras instituciones sociales en general. (p. 244).

Basados en la idea de Hirsch, Shoemaker y Reese (1994), elaboraron el modelo de jerarquía de influencias que trata de identificar los factores que desde dentro y fuera de las organizaciones de medios afectan el contenido de los mensajes. Dicho modelo ha sido la base de múltiples investigaciones de carácter empírico por su fiabilidad y la posibilidad de analizar cualquier proceso mediático ya

que establece cinco niveles de estudio: individual, de procedimientos, el organizacional, extra-medios y el ideológico.

Con los diversos descubrimientos de los trabajos empíricos los intereses de investigación en el campo de la sociología de la producción de noticias se han ampliado y diversificado en distintas áreas temáticas hasta alcanzar lo que Hernández (1997), considera cuatro aspectos recurrentes: “las rutinas de producción, los procesos de recolección de la información, los procesos de selección y, edición de las noticias y la relación fuentes-reportero” (p. 223). Además, agrega que difícilmente se encuentra un solo estudio que analice cada uno de estos aspectos a profundidad, pues, aunque se relacionan, los investigadores terminan inclinándose por uno de ellos, debido a las exigencias de la metodología de la observación participante y al tipo de preguntas que se han planteado en cada caso. (p. 223).

De los cuatro aspectos mencionados, el de las rutinas productivas es en el que mayor interés ha suscitado. En este aspecto, Martini (2006), las concibe no solo como a la manera de organizar el trabajo periodístico, “sino también como una forma de pensar la realidad, una visión del mundo” (p.78). En tal sentido Retegui (2017), explica que, partiendo del supuesto de que las noticias son una construcción de la verdad, “se admite que la realidad presentada en las noticias no se compone de hechos y acontecimientos con existencia propia e independientes a la forma en que los periodistas los conciben y los tratan cuando producen las noticias” (p.107).

Al hablar del hacer periodístico, Tuchman refiere que “la noticia se produce, rutinizando lo imprevisto”, como se cita en Acosta (2013, p.68), esto implica concebir a las rutinas periodísticas de manera distinta a la de otras industrias puesto que la materia prima con la que trabaja el periodismo, la información, es muy variable e impredecible, Por lo tanto, según Salinas y Stage (2015), “los procesos de producción de información se encuentran en constante transformación y adaptación y, por tanto, las prácticas y actores sociales que participan de ellas están de la misma manera continuamente revisando su propia situación al interior del campo” (p.125).

Entre los principales hallazgos centrados en las rutinas productivas se encuentra la relación de las mismas con el valor noticioso, es decir, los criterios de selección que aplican los reporteros y editores para definir y separar aquello que debe ser recogido como noticia de lo que no es. Siguiendo esta postura, para Hernández (1997), el valor anteriormente mencionado se encuentra influido por “el proceso de socialización de los reporteros para asimilar las políticas internas de la organización” (p. 224), toda vez que las prácticas profesionales de los reporteros se suscriben al marco de una organización informativa específica.

El valor noticioso también se relaciona con la elección de las fuentes que deriva, principalmente, también de las rutinas productivas. Sobre ello, las investigaciones, como se citó en Hernández (1997) apuntan que, “en las prácticas típicas de las organizaciones periodísticas el método más seguro es el de asignar a los reporteros fuentes informativas bien identificadas” (p. 226). Así, derivado del análisis de las rutinas periodísticas, otros enfoques de análisis avanzan hacia el estudio de las relaciones entre los medios de comunicación y las fuentes.

En síntesis, los estudios desde la sociología de la producción de noticias permiten comprender las características de las rutinas en el ámbito de la prensa, Salinas y Stage (2015) las describen como:

Una práctica discursiva naturalizada, socialmente legitimada y altamente institucionalizada y reiterativa, susceptible de ser descrita a partir de lógicas propias vinculadas con los modos de organización de las salas de prensa, pero a la vez, tensionadas por los factores materiales, culturales e ideológicos externos al proceso mismo de producción. (p.124)

Lamentablemente, aunque este enfoque teórico permite la aproximación al análisis de cualquier tipo de productos mediáticos, son escasos los estudios que se refieren específicamente a la producción del fotoperiodismo. Particularmente en México, el CCDOC¹, identifica únicamente a la Dra. Dolores Marisa Martínez Moscoso (2003), como autora de estudios relacionados con el fotoperiodismo bajo el enfoque de la sociología de la producción de noticias, en ellos indaga sobre la

¹ Catálogo de Documentación en Ciencias de la Comunicación

construcción, recreación y adopción de valores noticiosos en la producción de la nota fotográfica en los diarios tapatíos analizados, identificando la influencia que tienen sobre este proceso diversos factores, como la organización, sus objetivos y la ideología profesional de los fotógrafos de prensa. En el caso más específico de Nuevo León, el repositorio académico de la UANL no identifica ningún documento relacionado con el fotoperiodismo de origen en la entidad lo que permite deducir la inexistencia de dicha línea de investigación en la región.

Este documento pretende contribuir a llenar ese vacío de información y conocimiento sistematizado indagando sobre las rutinas productivas de los fotoperiodistas en el estado de Nuevo León y su influencia en la producción de las noticias. Barraza (2017), considera que “la actualidad y lo poco predecible del futuro del periodismo parecen inclinar la balanza hacia la presencia de mayor cantidad de imágenes” (p. 678) y ante los nuevos retos profesionales por las transformaciones de la labor periodística en el mundo digital contemporáneo, es indispensable obtener una visión actualizada de las prácticas profesionales y éticas del gremio neoleonés anteriormente mencionado.

2.2.- Periodismo:

Existen múltiples autores que tratan de precisar el significado del ejercicio del periodismo, especialmente a la luz de los cambios tecnológicos que impulsados por el internet han modificado los procesos de intercambio de información entre las personas de las sociedades modernas. El periodismo es una forma de comunicación que cumple una función esencial en todas las civilizaciones contemporáneas; esta es, la necesidad del intercambio de información. Sin embargo, como señalan Agudiez, Real y Príncipe (2007), “el periodismo posee unas maneras y cualidades que le procuran un carácter singular y único, que no debe ser asimilado con otras formas informativas y comunicativas ciertamente parecidas, pero ni mucho menos idénticas” (p.192).

Según Álvarez (1991), el origen del periodismo con este carácter único se encuentra en el siglo XV, entonces se vivía una cultura que admiraba el documento escrito por

lo que la invención de la imprenta marcó una revolución en cuanto a la necesidad informativa. Las descripciones de victorias militares, festivales, progresos reales hasta funerales fueron el despertar de la curiosidad del ciudadano por el conocimiento mediante una impresión y de forma gradual, se comenzaron a difundir entre la población decretos oficiales, proclamaciones y avisos cada vez de manera más numerosa.

La primera evidencia de publicaciones de carácter periódico se encuentra en el siglo XVII en Alemania, en donde se reparten las primeras impresiones de diarios semanales como "*Relation*" en Estrasburgo y "*Aviso*" en Wolfenbüttel, Alemania (Guillamet, 2004). En Inglaterra, en el siglo XVIII, se comenzaron a difundir ideales monárquicos, informativos y de propaganda política. Alrededor del año 1800, la comunicación social y la propaganda comenzaron a ver su nacimiento y aunado a los avances tecnológicos de la época, la ampliación y agilización de las comunicaciones produjeron una revolución en el periodismo, enfocándose en la política, con el fin de transmitir ideologías hasta devenir en el periodismo tal como lo conocemos hoy en día (Palanco, 2009).

Como señala López (2012), la historia del periodismo muestra la evolución de "una actividad especializada en la transmisión de la información y de opiniones a un colectivo determinado" (p. 16). Su naturaleza, por lo tanto, está identificada con la información y su difusión para fomentar el conocimiento de acontecimientos de interés público; en este sentido, Pérez (2003) define el periodismo como una labor profesional que se basa en la recolección, procesamiento y publicación de sucesos de carácter actual en general, sin especificar algún género, basándose en fuentes e investigaciones que corroboran los hechos. A través del periodismo, señala el mismo autor, el ciudadano consigue estar al día en cuanto a lo que acontece, no solamente en su entorno directo, sino también en su país e inclusive, en el mundo, para así tener conocimiento de las distintas realidades sociales que existen.

En nuestros días, el periodismo se ha convertido en el centro de las sociedades contemporáneas, así como en una de las principales fuentes de información sobre el acontecer social. Como señalan Leñero y Marín (2004), el periodismo es una forma de comunicación "a través de la cual se dan a conocer y

se analizan hechos de interés público. Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas y anecdóticos” (pp. 17-18), por ende, el desarrollo humano no sería tal cual lo conocemos hoy.

En el acercamiento hacia una definición del periodismo no se debe olvidar su papel en la interpretación de la realidad gracias a dicha actividad, la gente puede “entenderla, adaptarse y modificarla. Por medio del lenguaje, permite descifrar y comprender las cosas que han sucedido en el mundo porque destaca, entre todo lo que pasa, aquello que considera interesante” (Edo; 2009, p.18). Precisamente de esta necesidad de incluir, excluir y jerarquizar los hechos se desprendieron una serie de intereses académicos y científicos por tratar de explicar el funcionamiento de los medios masivos de comunicación, como señala Gomis (1991), “la formación o construcción de la realidad que sirven los medios es una actividad profesional de mediación, el fruto de una organización que se dedica precisamente a interpretar la realidad social y mediar entre los que hacen de productores del espectáculo mundano y la gran multitud que cumple funciones de público” (p. 16). En ese mismo sentido mismo autor menciona que corresponde al periodismo “dar de la realidad social presente una versión concentrada, dramatizadora, sugestiva, que escoja lo más interesante de todo lo que se sepa que ha ocurrido y hasta lo retoque para ajustarla a las necesidades del tiempo y el espacio (Gomis, 1991, pp. 18-19).

Desde esta misma óptica, Moles (1991), plantea que en el periodismo la noticia no es un hecho, sino la narración de éste, independientemente de su veracidad, hay noticias falsas y no por ello dejan de serlo, porque una noticia de este tipo también informa, por lo cual el periodismo es la narración de un suceso o una parcela de la vida individual o colectiva de algo verdadero o falso.

No se debe olvidar que, en el mundo mediatizado contemporáneo, la sociedad demanda de una inmediatez informativa que requiere de un periodismo que logre traducirla adecuadamente, lo cual implica comprender la interrelación de las noticias y asumir nuevas estructuras. Si bien es cierto que a partir del surgimiento del internet algunos estudiosos de la comunicación llenaron de incertidumbre el futuro del ejercicio periodístico, pronosticando incluso, el fin de los medios masivos

tradicionales frente al periodismo digital o ciberperiodismo, a la distancia, la teoría periodística ha asumido otra postura.

En este sentido se coincide con Sánchez (2007) cuando afirma que, en el fondo, gracias a las posibilidades de interacción con la audiencia que provee el internet, el periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo sino un retorno a la esencia del oficio, a la del periodismo clásico. “Lo que hizo la red fue hacer que se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas del periodismo: a) la investigación, b) la claridad y la brevedad, c) la contextualización y el manejo de múltiples fuentes” (p. 68). Por ello más que nunca, los profesionistas de esta área son necesarios como mediadores para dar sentido a la gran cantidad de información que circula en el mundo, con su actividad profesional, contrastando, verificando, explicando y analizando la información, potencian la calidad de la misma, lo que impacta en la creación y desarrollo de sociedades no solamente más informadas, sino mejor.

2.2.1.- Géneros periodísticos.

Como se menciona anteriormente, el periodismo es una actividad profesional de mediación que consiste en la interpretación y construcción de la realidad. Al tratarse de un proceso comunicativo, requiere de códigos y reglas del lenguaje particulares que permitan al emisor (periodista) expresar su mensaje de tal manera que sea comprendido rápida y claramente por el receptor (público), manifestando diferentes formas de enunciación que permiten al periodista describir e interpretar la realidad. Sin embargo, como explica Martínez (1991): “los géneros periodísticos, tal y como aparecen hoy ante nuestros ojos, son el resultado de una lenta elaboración histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo” (p.164).

En los inicios del periodismo, entre los siglos XVI al XVIII, la información que se repartía en las gacetas trataba mayormente sobre política y teología; es hasta principios del siglo XIX, cuando la economía acrecentó y trajo consigo importantes avances tecnológicos e industriales, que terminó de afianzar la división entre

“historias y opiniones” en las narraciones periódicas, y que un siglo antes el *Daily Courant* de Inglaterra había introducido (González, 2017).

Hasta mediados del siglo XIX el periodismo guardaba una estrecha relación con la literatura, sin necesidad de identificarlo como un género independiente. Con el surgimiento de las primeras agencias de prensa, los artículos firmados cedieron su primacía a las noticias anónimas, las cuales aportaban características especiales tales como la concisión, la objetividad y la veracidad, muy diferentes a las de los textos literarios, de ahí que el periodismo comience a considerarse entonces como un género literario nuevo (López, 2012).

En el periodismo anglosajón la opinión surge como el primer género literario, posteriormente aparece otro, en segundo término, llamado *story*, que inició la separación entre opiniones y noticias. Tras la Segunda Guerra Mundial el periodismo informativo y opinativo adquirieron una mayor profundidad y calidad, la narración objetiva de los hechos se comenzó a presentar acompañada por explicaciones y juicios de valor.

El inicio de los géneros periodísticos en el contexto latinoamericano inició de forma oficial en España por el catedrático José Luis Albertos quien, partiendo de pautas establecidas por el alemán Dovifat y el estadounidense Warren, formuló en 1961 un conjunto de definiciones, esquemas y reglas prácticas para el ejercicio de esta profesión (Benito, 1973). La principal razón de la aparición de dichas categorías respondió principalmente a la necesidad de una orientación práctica para los lectores, los periodistas y los investigadores.

Los géneros periodísticos son modalidades de la creación literaria concebida como verdades aptas para realizar una estricta información de actualidad destinadas a canalizarse a través de la prensa, como señala Martínez (1974). Son, por tanto, los modos convencionales de captar y traducir la realidad, que se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo e híbrido de sus contenidos (Leñero y Marín, 2004).

Si bien los géneros están compuestos por reglas flexibles que admiten variedades en las categorías, se rigen principalmente para tener valor (Gutiérrez, 1984) y para facilitar el trabajo en común; por ello, cuanto más se respeten las

convicciones propias con relación entre contenido y forma, más homogéneo resultará el trabajo en la redacción y más confianza adquirirá el receptor en el mensaje que le llega (Gomis,1991).

Aunque diversos autores han abonado y propuesto sobre la clasificación de los géneros periodísticos, el consenso general se puede encontrar en la existencia de dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información. Así, una vez definido el objetivo del periodista en la redacción de la información podrá hacer uso de cada uno de los cinco géneros, (información, reportaje, entrevista, crónica y artículo o comentario.

2.2.1.1.- Noticia

La noticia es el elemento indispensable del periodismo; puesto que los medios muestran la actualidad como un conjunto de acontecimientos novedosos seleccionados entre muchos otros a los que no se les otorga espacio o tiempo en la prensa (Gomis, 1991), es a estos a los que se les denomina noticia.

Etimológicamente el término procede para Fontcuberta (1981), de la palabra nova, que significa nuevas cosas, teniendo como propósito el informar de un acontecimiento noticioso de manera oportuna. Por su parte la Real Academia Española (RAE, 2019), define a la noticia como la información que se considera interesante divulgar, que nunca antes había sido comunicada, un saber o conocimiento nuevo que permite al público estar al tanto de un episodio novedoso, reciente o fuera de lo común.

Como género periodístico, la noticia es considerada el género base y cuyas características incluyen la concisión, la novedad, la importancia y el interés; en tal sentido señala Martí Vivaldi, citado por Edo (2009), indica que la noticia “Es el género periodístico por excelencia que da cuenta, de un modo sucinto pero completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido, divulgado y de innegable repercusión humana (p. 66). Otras características como la objetividad serían aportadas por Leñero y Marín (2004), quienes afirman que la noticia es un escrito veraz por que transmite la realidad periodística sin deformar ni tergiversar,

oportuno por que refiere a los hechos ocurridos ayer, a los sucesos de hoy, y objetivo porque no admite opiniones ni los juicios del periodista. (p.47).

Mediante una perspectiva muy parecida, Martínez de Sousa (1991), señala que la noticia tiene que ser un hecho verdadero, inédito, actual, de interés público y social que puede balancearse entre el realismo y cinismo. Abundando en su estructura, el mismo autor menciona que puede iniciar tanto con el relato como por el desenlace, incorporando los antecedentes por orden de importancia. También Martínez (2012), agrega en su definición elementos relativos a la estructura discursiva de la noticia y, aunque se inclina por denominarlo información, la define como la noticia de un hecho con la explicación de sus circunstancias y detalles expuestos en orden inverso a su interés; acotando que la comunicación a los lectores es la información, mientras que la noticia solo es el hecho “noticiable”.

A lo largo de los años, los teóricos del periodismo han tratado de enlistar los elementos esenciales que componen a la noticia, pero finalmente todos confluyen en tres rasgos esenciales e insustituibles: la objetividad, la veracidad y la precisión. Para alcanzar dichos rasgos el estilo discursivo debe procurar la sencillez, que abone a la comprensión sin mayores esfuerzos, utilizando también narraciones breves y precisas mediante términos exactos que no dejen lugar a ambigüedades. Existe también en el ejercicio periodístico la obligación de incluir los datos esenciales que permitan al lector comprender el acontecimiento, para ello en la didáctica de la profesión se sugiere que toda noticia deberá responder a las llamadas cinco “W”: Qué (*What*), quién (*Who*), dónde (*Where*), Cuándo (*When*), y por qué (*Why*).

Por lo que respecta a su clasificación Sheehan, citado por Foncuberta (1981) ordena las noticias en seis tipos:

- La noticia sumaria, en la cual implican a varios sujetos.
- Cronológica, en la que tiempo es punto clave de la información.
- Situacional, en la que los lectores son advertidos del problema social.
- Colorida, que describe aspectos psicológicos que rodean la noticia.
- interés humano, que apelan a la emotividad de los lectores.

- Espaciales, que son desarrolladas simultáneas en distintos lugares geográficos, pero con un evento en común (p. 58).

Finalmente es importante mencionar que, a la luz de los cambios tecnológicos y las nuevas características del consumo de información en internet, la fórmula tradicional de la pirámide invertida que distingue a la noticia toma especial relevancia ante la posibilidad que brinda de “decir primero y en pocas palabras lo más importante” (Edo; 2009, p. 79) para ir incorporando los detalles en orden decreciente de importancia. Así, mediante el uso de esta técnica de escritura y el ejercicio de selección y jerarquización del periodista se proporciona a los receptores la información más importante, capaz de cautivarlos para continuar con la lectura y, en caso de no hacerlo, se asegura que se mantengan informados, cumpliendo con el principal objetivo del periodismo.

2.2.1.2.- Crónica

Históricamente la crónica surgió de la necesidad de introducir en el relato los orígenes del mundo y el hombre según la Biblia, continuando con la historia del pueblo elegido hasta el nacimiento, vida, muerte y resurrección de Cristo con el surgimiento y expansión del cristianismo. A partir del siglo XVI, la corte española designó un escritor de monarquía denominándolo “cronista real” el cual se encargaba de conservar en la memoria histórica los hechos de los españoles y la Corona, resguardando la documentación en archivos reales (Año, 2013). En su primer registro el *Chronicon Villarense*, en el siglo XVIII, es una de las primeras muestras de la utilización de un género en la redacción de obras históricas (Alvar, 1997).

Las crónicas son registros históricos en los que los hechos son catalogados en el orden de su sucesión por un autor que es al menos en parte contemporáneo de los hechos que registra. Ortega y Gasset citado por Gómez Alfaro (1960), menciona que la crónica es un relato de historia contemporánea, de la historia de cada día. Gargurevich (1982), agrega en su definición un elemento de la información periodística y la describe como una relación en la que se tratan hechos reales,

sucesos ocurridos durante un lapso determinado, historias contadas de principio a fin con una característica fundamental que es la veracidad.

En sus primeros usos como género periodístico, la crónica se perfiló como un subgénero intermedio por que incluye comentarios valorativos de tales hechos por parte del periodista. Ante el peligro que suponía para la credibilidad y la confusión entre información, interpretación y opinión, investigadores de este discurso iniciaron encuentros internacionales en 1951 en los que identificaron a la interpretación como un elemento básico en las tareas informativas, entendida como la formulación de juicios objetivos apoyados en los antecedentes, el conocimiento de la situación y el análisis de un acontecimiento (Santamaría,1997).

Cebrián (2000), considera la crónica como la información sobre hechos ocurridos durante un período de tiempo, desde el lugar mismo o próximo a donde han difundido, por un informador que los ha vivido como protagonista, testigo o investigador, conocedor de las circunstancias. En su definición incluye por lo tanto el trabajo de investigación del reportero, que al presentar la narración agrega elementos para enriquecer los hechos de los que es testigo y los enlaza con sus antecedentes y posibles consecuencias.

En el mismo sentido, Domínguez (1990), señala que la crónica es una exposición de acontecimientos, con la peculiaridad de la introducción de elementos de valoración e interpretación por parte del cronista. Sin embargo, una explicación más específica se obtiene de Edo (2009), quien menciona que la crónica “no es un reportaje puro en el que se da un relato escueto de los hechos, ni un reportaje interpretativo o en profundidad, porque la interpretación no la da el reportero sino los elementos que aporta para valorar los hechos (p.132).

Por último, es importante mencionar que, en cuanto a su realización o estructura, la continuidad que caracteriza a la crónica permite al periodista agregar como se ha mencionado, mayores elementos ambientales que sugieren un mayor acercamiento con el lector, por ende, goza de mayor libertad en su estilo o técnica de realización. Sin embargo, esto no quiere decir que en la narración se pierda de vista la agilidad y objetividad que debe caracterizar al periodismo.

2.2.1.3.- Entrevista

Para Gargurevich (1982), un antecedente de este género periodístico se puede hallar en la utilización de aquella forma literaria llamada "diálogo", inventada por los griegos hacia el año 400 a.C., Platón fue quien utilizó por primera vez el diálogo para fines de divulgación de sus principios filosóficos y con el método de interlocutores antagónicos. Fueron los griegos, quienes le dieron la forma escrita con un sistema de preguntas y respuestas, desarrollando la conversación argumental, y de donde se puede desprender que la entrevista, en el periodismo, es una transcripción textual de un diálogo entre reporteros y personajes reales con el objetivo de dar a conocer las respuestas de éste al lector.

La entrevista periodística surge a mediados del siglo XIX en los Estados Unidos de Norte América, concretamente la primera publicación ocurre en 1836. Para 1890 el género estaba claramente definido y reconocido públicamente en ese país. En Europa, por el contrario, se reconoció hasta principios del siglo XX tras la Primera Guerra Mundial, dada la influencia de los modelos periodísticos estadounidenses (Sylvester, 1997) los cuales diferenciaban los encuentros de los periodistas con sus fuentes de "aquellos pensados específicamente para reproducirlos en forma de preguntas y respuestas en los diferentes soportes que utiliza el periodismo" (Edo, 2009, p.117).

La entrevista, para Gomis (1991), se puede entender como una variedad de reportaje, su función esencial es también la de acercar al entrevistado con los receptores. También es considerada como una serie de manifestaciones hechas en privado o público, oral o escrito en la que el interés humano y el elemento personal son el verdadero material o contenido, según Graña (1930).

Sin perder de vista el fin último del periodismo, Quesada (1994) incluye en su definición el interés público de la entrevista y define a la entrevista informativa como aquella que centra toda su atención y remite todo su interés a las declaraciones de determinados personajes públicos, pues son éstas las que aportan el indispensable ítem de actualidad y justifican la oportunidad de su publicación. Así, serán personajes de interés periodístico aquellos que, por el contenido de sus

declaraciones, por el cargo que ocupe o por su personalidad contribuyen para informar al público de un tema de relevancia pública.

Por ello, el trabajo para elaborar una entrevista recorre por tres fases igual de importantes, la preparación, el diálogo y la redacción. Para la preparación es muy importantes conocer tanto el tema o los temas a tratar como al personaje a entrevistar, además, el carácter novedoso de los textos informativos obliga al reportero a documentarse exhaustivamente para no repetir lo que ya ha sido narrado por otros periodistas. En el diálogo, el entrevistador debe de ser hábil para obtener información relevante del entrevistado, así como saber guiar las preguntas mediante la respuesta o comentarios y también hacer destacar la personalidad y atmósfera de la conversación (Dovifat,1959).

Según Mandel (1965), en lo que concierne a su estructura esta puede ser variable, pero la forma más frecuente es aquella que se inicia con una cita indirecta o directa, una aseveración interpretativa, o un resumen. El cuerpo de la entrevista incluye una combinación de citas directas e indirectas, diseminadas con frases o párrafos explicativos de transición.

2.2.1.4.- Reportaje

Etimológicamente el reportaje proviene del verbo latino *reportare* que significa traer o llevar una noticia, anunciar, es decir, informar al lector de algún suceso que el reportero juzga digno de ser referido (Ibarrola, 1994).

Teóricos y periodistas coinciden en nombrar al reportaje como el género maestro del periodismo. Septién (1982), lo define como una variedad de esencias de otros géneros; un género que es natural, fresco, preciso, fiel y descriptivo, que no es una crónica de lo que fue, sino de lo que acaba de ocurrir. Iñigo (1980), confirma la definición de Septién al mencionar que es el género más completo, capaz de reunir todos los géneros del periodismo como la entrevista, la crónica, la narración y la noticia en un solo texto. Por su parte Riva Palacio (2013), lo cataloga como el rey, el género único en el que aplica, en toda su extensión, el estilo de quien

lo escribe. Se analiza y reflexiona sobre sus orígenes y no se limita por solo divulgar el acontecimiento, relatar o comentar.

La riqueza de este género no se ubica solamente en la capacidad de integrar en un solo texto a todos los otros géneros, sino también en la posibilidad que brinda de abundar en los hechos desde otras perspectivas. En la opinión de Cebrián (2000), el reportaje se define como un escape de la información rutinaria de las redacciones para buscar los aspectos recónditos de las noticias, la mirada de un reportero que actúa con la libertad de concepción y con tiempo suficiente.

En cuanto a su elaboración, el reportaje crea una doble aproximación para el reportero (Gomis,1991), que consiste primero en recopilar información del suceso mediante la observación de los actores, los testigos y después, mediante esta recopilación de datos, relacionarlos para que los lectores vean, sientan y entiendan qué ocurre.

Dada su extensión y complejidad se trata de un género que permite una mayor capacidad expresiva individual y la experimentación de nuevas formas partiendo, según Rojas (1976), de la exigencia, la objetividad y la fidelidad a la realidad; el mismo autor añade que se trata de un tipo de texto periodístico que brilla de sobremanera cuando la sociedad pasa por momentos de tensión o trata de reflejar la vida diaria de un grupo o una persona. Con relación al estilo, Martín (1969) lo menciona como la información de más altos vuelos con libertad expositiva, con un enfoque más personal y menos sometido a la técnica informativa, sin sacrificar con ello la objetividad, claridad y originalidad.

2.3.- Géneros Fotográficos

Los géneros o disciplinas fotográficas ayudan a identificar temáticas, a clasificar disciplinas o motivaciones. El categorizar imágenes fue herencia de la pintura, evolucionando por su demanda social y la necesidad de expresión de los autores, siendo tres los iniciadores: retrato, paisaje y naturaleza muerta. El cuarto género, nacido por y para la fotografía es el reportaje (Ruiz, 2011).

El término *género*, en primera instancia, refiere a prácticas intencionales reguladas e identificadas como tales por los creadores y receptores con una connotación simple de designar un grupo de objetos reunidos en función de características parecidos o categorizaciones, cualesquiera que éstos sean (Cid, 2008).

En la fotografía, Picaudé (2004), refiere que la palabra género es un tipo de imágenes que poseen cualidades comunes y una categoría mental la cual regula su percepción; el término mismo lo es todo menos unívoco en sentido estricto. Según Schaeffer (2006), son las prácticas intencionales reguladas e identificadas como tales por los creadores y los receptores, pero posee también un sentido más débil designando simplemente una clase de objetos cualesquiera reunidos en virtud de una relación de parecido cualesquiera, si se aborda la cuestión de géneros con este sentido débil, toda categorización susceptible de dar lugar a la naturaleza de una clase puede también constituirse en especie.

Las clasificaciones de la fotografía son una evolución neutral de los pictóricos, por la función que cumplen y como un receptáculo que recoge las necesidades expresivas del hombre. Están relacionados con los temas representados por el autor estableciendo la forma de representación del tiempo y espacio abarcando todos los temas sobre los que puede tratar una fotografía siendo su finalidad aportar una sencilla clasificación con rasgos definidos y estandarizados. Existen diferentes géneros dentro de esta técnica mostrando modalidades dependiendo el interés (Dubois, 1986).

Como anteriormente se señaló, cada imagen significa algo distinto, aunque sea la misma, la atribución de determinados valores cambia según sea el caso, simplemente son imágenes distintas y socialmente tienen valores diferentes. Lo que da sentido de verdad o falsedad a una imagen es la interpretación que de ella se hace, y la subjetividad que se plasma en dicha interpretación. Tal interpretación va desde lo estrictamente individual hasta lo discursivamente establecido en una sociedad determinada, en sus cánones, valores, criterios y discursos retóricos (Bañuelos, 2008).

2.3.1.- Fotografía de retrato

En el siglo XV, un retrato era considerado la representación fiel, una imitación del sujeto retratado sin importar su tiempo, lugar o circunstancia, para el retratista se trataba de un individuo único (West, 2004). Este género fotográfico se popularizó rápidamente gracias a la posibilidad de que el individualismo y la identidad de las personas tomara forma en los retratos y, buscando ser únicos y hacerse valer, los sujetos se convertían en los auténticos protagonistas.

Adoptada la clasificación de la pintura en la fotografía, el retrato fotográfico se conoció en Francia como el *carte de visite portrait photographe* que consistía en un formato de retrato de estudio de 8.75 x 6.25 centímetros patentado en París en 1854 por André Adolphe Eugène Disdéri. No fue hasta 1859 al difundirse los retratos del emperador francés Napoleón III con este formato por parte de Disdéri cuando la tarjetomanía comenzó a expandirse por toda Europa y el mundo (Gernsheim, 1986).

Su uso comenzó a ser habitual en los salones victorianos en donde se intercambiaban los retratos en tarjeta, lo que incitó a la realización de fotografías de personajes políticos. En 1870 se crearon las tarjetas gabinete, que eran un poco más grandes y montadas en cartón, su uso estaba destinado al plano privado, pues solían ser exhibidos en estantes y gabinetes decorativos.

Para finales del siglo XIX, la sociedad pensaba que el retrato no solo mostraba las características físicas de las personas, sino que también revelaba el alma (Newhall, 1964). Por ello, una variante muy particular de este género es el retrato *post mortem*. Sobre él, Benjamin (2003) observa que su popularidad no fue algo casual porque el valor de culto a la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres amados, lejanos o fallecidos.

Por otro lado, el retrato para fines políticos se relacionaba con la perpetuación, el poder y la legitimización, de ahí que se normalizara entre la propaganda explotando la imagen de las personas para mostrar autoridad a un grupo social dentro del ámbito histórico (Sougez, 2007).

Nates (2012), define el retrato como una representación artística del rostro o de la figura entera de una persona que busca captar la esencia, la apariencia y los rasgos más característicos de ella, pero agrega que su complejidad estriba en ser un género al que frecuentemente se le exigen imposibles debido a que no ha sido bien entendido.

El retrato fotográfico busca, por tanto, obtener una imagen que además de reproducir las características físicas de la persona, plasmen su carácter, su identidad y su reconocimiento social; de ahí que este género fotográfico sea tan popular y socorrido, puesto que su carga semiótica sirve para comunicar reconocimiento, presentación y jerarquía pues como señala Sontang (2006), “con frecuencia tengo la sensación de que vienen a fotografiarse tal como si acudieran a un médico o un adivino: para descubrir cómo son” (p. 260).

2.3.2.-Fotografía publicitaria

En 1892, la fotografía publicitaria inició solo como registro de los vestidos de las casas de moda francesas hasta que el periódico francés *La Moda Practique* sustituyó la página grabada por fotografías, publicitando la casa de modas. Sin embargo, la fotografía publicitaria no se desarrolla de manera evidente hasta entrado el siglo XX. En 1920, la fotografía publicitaria era solo una transmisión de ideas y propaganda de guerra mientras que lentamente el consumismo potenciaba su crecimiento. Además, en términos económicos, los altos costos de la fotografía en la publicidad provocaron una tardía aceptación sobre la ilustración, más en 1928 la marca de cubiertos *La Fourchette* publica una imagen publicitaria en París motivando al consumidor adquirir el producto el cual iba más allá de sus necesidades básicas y alentando a las revistas de época la promoción de bienes y servicios mediante la fotografía publicitaria.

Después de la I Guerra Mundial, a inicios de 1930, los anuncios publicitarios ya incluían imágenes en un 80% de su espacio, significando un gran impacto en la industria gráfica y cultural. Gracias a ello, y a la evolución de la maquinaria y la tecnología, en 1935 *Kodachrome* lanza al mercado la diapositiva a color lo cual fue

de vital importancia en la calidad y el carácter expresivo de las imágenes ya que jugaba con los valores y colores, así como con la luz natural o artificial, obteniendo ilustraciones más objetivas y realistas.

Con el relanzamiento económico posterior a la II Guerra Mundial del sistema capitalista, que ya no produce objetos sino abre nuevos mercados y busca consumidores para nuevos productos, la publicidad consigue reducir la actitud de los ciudadanos a un papel pasivo de sujetos consumidores; el “bien-estar” adormecía las conciencias y mitigaba las diferencias de clases, una sociedad capitalista requería de una cultura basada en imágenes, suministrar entretenimiento para estimular la compra, y la elegancia que caracterizaba a las mujeres antes de la guerra, fueron sustituidas por roles de género convencional (Sontag, 2006).

Vargas (2014), considera que la fotografía publicitaria es el género más difundido del siglo XX, porque se ha convertido en el recurso de diseño usado por excelencia para campañas comerciales de venta de productos o de posicionamiento de marcas. Manovich (2005) añade que, al igual que la imprenta en el siglo XVI y la fotografía en el siglo XIX tuvieron su impacto revolucionario sobre el desarrollo de las sociedades y culturas modernas, esta es una revolución mediática que supone el desplazamiento de toda cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador.

Eguizabal (2001), expone a la fotografía publicitaria como el resultante de varias etapas con el fin de guardar las intenciones comunicativas y de ventas y su funcionalidad exige una adaptabilidad a los intereses comerciales. Además, sugiere que este género, a diferencia de otros no está comprometida con la realidad, construye la escena exactamente igual que en el cine de ficción, y el fotógrafo se limita a captar la escena valiéndose de las técnicas de iluminación y fotográficas.

2.3.3. – Fotografía de prensa

La presencia de la fotografía es tan frecuente que difícilmente se puede apreciar hasta qué extremo ha ampliado y transformado la visión del mundo; sin esta herramienta visual, el conocimiento de los seres humanos y de su entorno

seguiría limitado al paisaje situado ante su vista, por lo tanto, el conocimiento y entendimiento de la realidad de las sociedades contemporáneas sería muy distinto. (Langord, 1988).

Los inicios de la fotografía de prensa dieron lugar en la Guerra de Crimea (1853-1856) con Roger Fenton, quién siendo el primer fotógrafo en ser contratado de forma regular por el *British Museum* para registrar su colección, marcha en 1855 a la guerra para fotografiar a las tropas. Dicha expedición fue financiada por el Estado con la única condición de que las imágenes no mostraran el horror que vivían los soldados para que ni los familiares ni los ciudadanos se desmoralizaran ante la barbarie. Pero Fenton no fue denominado el primer fotoperiodista, sino Erich Salomón, (1886-1994), quién en 1928 comenzó a publicar en la *Dephot* (la primera agencia organizada de fotografías creada por los alemanes E.P. Hahn y André Kertész en 1928) algunas fotografías de gran impacto de líderes mundiales.

A partir de los años 30, la fotografía comenzó a ser una parte importante dentro de la prensa debido a que el fotógrafo dejó de ser un empleado sin mayor importancia para volverse un periodista gráfico profesional, lo cual implicó que cada una de las fotografías publicadas llevaran la firma del autor. En sus inicios las fotografías de la prensa eran relatos de la vida cotidiana, lo cual hizo posible tener imágenes más reales; la gente no se daba cuenta que estaba siendo fotografiada y, por lo tanto, no había poses (Castellanos, 2004). La aparición del reportero gráfico era la consecuencia del entronque de la fotografía con los mecanismos de reproducción y las técnicas de impresión, desde el siglo pasado Alcoba (1988), planteaba una problemática en el nacimiento de una profesión que se volvería seductora, por atractiva y apasionante para las nuevas generaciones de periodistas y de forma especial, para la juventud deseosa de correr aventuras y riesgos.

La fotografía de prensa es uno de los instrumentos de información periodística que garantiza el mensaje de realidad, pues como asegura Rodríguez (1992), casi nadie duda del hecho cuando observa la imagen, incluso si pudo haberse retocado o alterado. El fotoperiodismo ayuda también a una contextualización de las connotaciones y posibles consecuencias de un acontecimiento; para Esteves (2006), es una representación gráfica que gracias al

impacto visual ofrece un mayor atractivo a los lectores, así como una mejor comprensión de los hechos a través de la observación de sus elementos.

Betsch (2005), citado por Soulages, el fotoperiodismo no consiste solo en mostrar lo real, sino en recortar lo que corresponde a la ideología de quien paga, dígase el editor del medio, pues, como señala Bordieu (2003), aun cuando la producción de la imagen sea enteramente adjudicada al automatismo de la máquina, su toma sigue dependiendo de una elección que involucra valores estéticos y éticos. Por ello, la fotografía no puede quedar entregada a la fantasía individual, la fotografía más insignificante expresa, además de las intenciones explícitas de quien la ha hecho, el sistema de los esquemas de percepción, de pensamiento y de apreciación común a todo un grupo, y esto no es ajeno al fotoperiodismo.

Cuando el principal valor de la imagen fotoperiodística, sea la documentación y su valor disminuya conforme deje de ser actual, su valor patrimonial o histórico aumenta al dar testimonio de valores étnicos, antropológicos, ideológicos, de clase, de género, etcétera (Torregrosa, 2010). En este sentido para Claro (2011), la fotografía de prensa es un proceso de producción, distribución y consumo de mensajes que no se aísla de un determinado contexto histórico, y por lo tanto, uno de los retos del fotoperiodista es la cualidad y calidad de la imagen como objeto visual, siendo de primordial conocimiento, tanto del ejecutor como del consumidor final, el contexto de la imagen para evitar la desinformación.

Sumado a este género, la fotografía de prensa y política caminan sobre la misma brecha. El fotoperiodista político tiene que contar con la experiencia para proyectar las cualidades del candidato, su función fundamental es rendir y doblegar la voluntad del espectador. Por ello existen siempre límites que la interpretación misma impone a las técnicas de montaje o trucaje, particularmente el terreno político puesto que lo que está en juego es el valor de verdad que la imagen moviliza (Cortés, 2007).

Finalmente es importante mencionar que la fotografía de prensa, no es únicamente una ilustración del texto escrito, por el contrario, tiene una estructura compleja, constituye en sí un mensaje informativo con autonomía propia; por ello el

fotoperiodista deberá conocer los dos campos de su ejercicio, el fotográfico y el periodístico para desempeñar correctamente su labor. En tal sentido, al hablar sobre la divergencia del oficio de hace cuarenta años al actual, comenta Valtierra (2016), que el hacer fotografía es lo mismo pues, aunque las herramientas y plataformas son diferentes, lo importante es la pasión, el conocimiento técnico y la información a la que se exponen.

2.3.4.- Fotografía política

Barthes (1981), cita que el carácter de la imagen es que remite al tiempo y no al espacio creando una relación existencial, de proximidad entre el objeto y el signo, si hay algo que la fotografía dice es que eso (objeto) estuvo allí, sucedió, pero lo relevante no es ya exclusivamente el objeto representado, sino la referencia al tiempo, el haber estado allí.

Un factor para tener en cuenta es la transformación experimentada por el periodismo político hacia contenidos mucho más visuales; los medios tienen una necesidad muy fuerte y constante de imágenes claras, potentes y significativas para representar la política (Grabe & Bucy, 2010).

El retrato en política se define por la forma en que la producción y reproducción de imágenes por parte de un candidato o representante del pueblo contribuye a la definición de su identidad, un postulante o partido, define su poder según su capacidad para seducir a la “gente” mediante recursos asociados con la lógica de la información y la publicidad. El fotoperiodista político debe contar con la experiencia para proyectar las cualidades del candidato, su cargo fundamental es rendir y doblegar la voluntad del espectador, y es por ello por lo que existen límites que la interpretación misma atribuye a las técnicas de montaje o trucaje, particularmente en el campo político porque lo que está en juego es el valor de verdad que la imagen moviliza (Cortés, 2007).

En comunicación tradicional específicamente en comunicación política, las fotografías pueden ser utilizadas para fortalecer o dar una mala imagen del candidato o partido político, generando interacción o participación si resultan ser lo

suficientemente atractivos y generadoras de expectación ante los usuarios y espectadores. El discurso al que están expuestos es de tipo no verbal, esta forma es mucho más visual, directa, potente e inmediata, de ahí la importancia de la fotografía en política (Hernández, 2018).

La política ha extendido su campo de acción mucho más allá de lo que le era propio; hace algunas décadas, se limitaba al trabajo de los políticos relacionado exclusivamente con el ejercicio de gobierno (Leguina, 2014), mas, el fotoperiodismo político no es únicamente una ilustración del texto escrito, por el contrario, tiene una estructura compleja, constituye un mensaje informativo con autonomía propia.

En materia de imagen y poder político, el impacto de los medios de comunicación masiva ha sido contundente y significativo, como menciona Homs (2000) se piensa en lo que la fotografía quita o añade a las imágenes de los poderosos, con la foto, la imagen política pudo ser relacionada a un contexto sin estilizar, la representación de los poderosos pudo ser captada en una dimensión más realista y humana, la imagen del poder se hizo menos simbólica. Asimismo, a través de prensa la imagen política pasó no solo a ser vista, sino interpretada, revisada y analizada.

Citado por Romero (2018), Ross menciona que, para retratar a un político, la función fundamental es rendir y doblegar la voluntad del espectador, que quede magnetizado, hipnotizado, convencido de que ese político, que está proyectando su esencia a través de esa imagen, es la mejor opción para votar por él, siendo esos puntos el primer paso a reflejar para no desbarrancar una campaña.

La política "*spin*", o política de giro, es la que logra comunicarse con éxito al público, utilizando trucos y tácticas para conquistar y mantener el poder como único objetivo, siendo esas estrategias mencionadas, según Calise (2013), una práctica que se ejerce dentro de la fotografía política.

Los medios tienen una necesidad constante de imágenes claras, potentes y significativas para representar la política, y es por eso, como menciona Adatto (2008), que los mandatarios políticos buscan la manera de manipular el poder de las imágenes en su beneficio, el auge de la comprensión mediática por parte de los

asesores políticos ha llegado a adaptar sus mensajes a las imágenes de conveniencia de cualquier ideología.

La fotografía impone, (Cortés, 2007), según su uso en el juego político, una mirada sobre la temporalidad, esto se destaca con las poses en las que predominan la mirada hacia el horizonte, poses en las que está contenido el tiempo por venir; contrario a los movimientos políticos conservadores y reaccionarios, se observa un intento por interpretación el presente bajo el imperativo de la restauración de un orden perdido o de una armonía que ha sido interrumpida por elementos ajenos, desafiantes disruptivos.

Es importante mencionar que este género no es únicamente una ilustración del texto escrito, por el contrario, tiene una estructura compleja, constituye un mensaje informativo con autonomía propia. Al hablar sobre la diferencia del oficio de hace cuarenta años al actual, comenta Valtierra (2016), que hacer fotografía es lo mismo puesto que, aunque las herramientas y plataformas son diferentes, lo importante es la pasión, el conocimiento técnico y la información a la que se exponen.

2.3.5.-Fotografía de ensayo.

La fotografía de ensayo se reconoce como género fotográfico desde 1971 cuando Eugene Smith propuso esa denominación a su trabajo fotográfico sobre la población de una villa de pescadores contaminados por el mercurio vertido por la petroquímica japonesa *Chisso, Co.* sobre la Bahía de Minimata en Japón (Ledo,1998), definiéndolo como un resumen de principios y maneras de abordar el trabajo fotográfico de observación, trabajos de ciclo largo, libertad creativa, conciencia del receptor, unión de emociones y reflexión.

En un ensayo fotográfico debe estar pensada cada foto en relación con las otras, de la misma manera que se escribe un ensayo literario. Para Hill y Cooper,

(2001), la coherencia es una parte fundamental de la fotografía de este tipo, algo que frecuentemente se encuentra en una publicación habitual.

Según Pérez (2003), en este género fotográfico entabla un diálogo con la alteridad, la traduce y enuncia como discurso en imágenes; ese trabajo de campo es una observación participante, encuentro y desencuentro para convencerse de su existencia. Su significación como observación participante, es el encuentro y desencuentro de culturas que se implican dialécticamente para convencerse de su existencia,” se observa la imposibilidad de uniformar en su totalidad al mundo, cuyas invenciones e imaginarios nos invaden a cada momento” (Pérez, 2003, pp. 103-127).

En el ensayo fotográfico de profundidad se sostiene y roza lo autobiográfico; los fotógrafos requieren siempre exponer en público la verdad común de una experiencia personal. Según Segovia (2003), el fotoensayista se fía de la videncia más que de la evidencia, pero otro camino pudiera ser desde la idea, lo conceptual, en donde el ensayo es una miscelánea.

Para Barthes (1981), es más intuición adquirida por el bagaje cultural, su sistema consiste en deslizarse hacia una especie de reduccionismo y desaprobación, pero para Berger (1998), todas las fotografías son ambiguas siendo desplazadas de una continuidad y esa ambigüedad es la que revela lo narrado, ni pesa ni se mide la visión de otras cosas o sucesos, sería como una cadena que al reconocer la apariencia entraña el recuerdo de otras y esos recuerdos son proyectados como expectativas.

La fotografía de ensayo es la forma autoral de expresión, opinión o interpretación de hechos y fenómenos. Analiza temas de profundidad y genera un mensaje complejo basado en la personalidad del fotógrafo, reflexiona desde sus imágenes sobre la vida e introduce su vida en la reflexión. La cámara es una especie de mediadora en este proceso. La fotografía que queda como huella de esta vivencia, es la apariencia de lo vivido por el fotógrafo, porque al ver esa imagen, reitera aquello de que “la apariencia del mundo es la confirmación más amplia posible de la presencia del mundo continuamente proponiendo y confirmando

nuestra relación con esa presencia, que alimenta nuestra razón de ser” (Berger, 1998, p.126).

2.3.6.- Fotografía documental.

La fotografía documental inicia como una denuncia a condiciones infrahumanas que vivía la clase baja registrada por fotógrafos en la primera mitad del siglo XIX cuando comenzaron a prestar atención a la perspectiva antropológica y sociológica.

Colorado (2003), menciona que el primer registro es de los fotógrafos escoceses David Octavius y Robert Adamson que mediante calotipos (método fotográfico que consiste en un papel sensibilizado con nitrato de plata y ácido gálico que, tras ser expuesto a la luz, era posteriormente revelado con ambas sustancias químicas y fijado con hiposulfito sódico) documentaron la vida de los pescadores en *Newhaven, Edimburgo*, entre 1843 y 1847, sin alguna pretensión activista. Durante casi treinta años, fotógrafos ingleses, franceses y americanos comenzaron a registrar escenarios de la clase frágil tal como John Thomson, escocés que publicó cuatro volúmenes de *“Ilustraciones de China y su gente”* en el año de 1873 cuyas imágenes contaban con una estructura narrativa, variedad de sujetos y calidad de imágenes, características que no aplicaban para el clásico fotógrafo de expedición geográfica (Guaidignini, 2010). Con la aceptación por parte de la sociedad ilustre de su documentación de países lejanos y exóticos ante los ojos de la época, Thomson se asocia con el escritor Adolphe Smith publicando en 1977 *Street Life in London* que se convirtió en un trabajo clave en la historia de la fotografía documental, dando pie a los dos grandes del reformismo y documentalismo social con carácter de denuncia, Jacob Riis y Lewis Hine, quienes con sus obras mostraron condiciones laborales ensombrecidas o ignoradas por la sociedad (Bajac, 2011).

En la mayoría de las problemáticas fotográficas, según Durand (1999), esa relación entre fotografía y documento no se ha resuelto, es simplemente lo que hay, la mayoría de los usos del documento se da en diversas disciplinas sobresaliendo las ciencias sociales en donde es utilizado para analizar y aportar datos subjetivos;

para Baltz (1995), la fotografía documental ideal debería parecer no tener autor ni arte y que aun así las imágenes sean verosímiles.

La fotografía documental registra e informa de distintos aspectos de la vida, formas y condiciones. Constituye una evidencia de la realidad. Este tipo de fotografía no se limita solo a los humanos, sino que puede tratar también sobre animales, naturaleza, ciudades, cultura. El resultado de la toma fotográfica es algo que existió, que fue. Desde una perspectiva documentalista, Gubern (1987) confiere a la fotografía su función de memoria individual y colectiva, el prestigio documental de la fotografía y también su dimensión mágica. Evans (2006), cataloga el término como algo rebuscado, no muy claro y que miente, mezclar la documentación que tiene una utilidad con el arte que es realmente inútil, nunca será un documento, pero se puede adoptar.

2.4.- Lenguaje Visual.

Al lenguaje de las imágenes se le define como lenguaje visual y una de sus principales características es que su aprendizaje no es formal, sino intuitivo, porque no requiere de conocimientos culturales más allá de los que se obtienen a nuestro alrededor. El lenguaje visual, para Acaso (2009), es el código específico de la comunicación visual; es un sistema con el que se pueden enunciar mensajes y recibir información a través del sentido de la vista. En concreto, tiene poco que ver con el resto de los lenguajes que se conocen, principalmente porque tanto el escrito como el verbal están sujetos a normas específicas, completamente estructuradas y definidas.

Sin embargo, es importante no confundir dos conceptos relacionados que se diferencian en términos del emisor y el receptor. El lenguaje visual es el sistema de comunicación que se emplea en la creación de mensajes que tienen un código de bases comunes formadas por el color, la forma, el movimiento y las emociones, su finalidad y función es ser informativa, expresiva o estética. Por su parte, la percepción visual es la interpretación o discriminación de los estímulos externos visuales relacionados con el conocimiento previo y el estado emocional del individuo

(Alonso, 2011), de ahí que existan múltiples lecturas o interpretaciones posibles de una misma imagen. Por lo tanto, los elementos y recursos destinados para la creación de un mensaje visual corresponden al emisor, el fotoperiodista en el caso del periodismo, mientras que la percepción visual corresponderá al público receptor.

En tal sentido, Belting (2007) vincula el “qué” al “cómo” dentro del lenguaje visual, porque la imagen no sólo habla de su constitución ontológica sino también del medio o soporte que la transfiere y la difunde existiendo una inseparable relación entre la imagen y los medios de comunicación. La imagen se ubica más cerca de la realidad que el texto en la forma del ser y de ahí su valor en los medios masivos visuales, sin embargo, la expresión de la imagen siempre se encontrará condicionada por los elementos técnicos del soporte que la comunica.

Para especificar los dispositivos del lenguaje visual, Dondis (2006) emplea tres niveles de expresión: a) la representación, que significa particularidad, b) la abstracción, que significa universalidad y c) el simbolismo, que es convencional. Según el autor, estos tres niveles de información están interconectados, y además expone que el contenido y la forma de una imagen son indisolubles porque en la comunicación visual esta dicotomía no tiene lugar. Finalmente agrega que cualquier mensaje se compone con una finalidad (decir, expresar, explicar, dirigir, instigar, aceptar) y para que esta sea significativa en el lenguaje visual se hace necesaria una optimización de estos tres niveles de expresión.

Una clasificación del lenguaje visual y sus formas, se pueden encontrar en Mitchell (1980), quien propone tres tipos: a) el lenguaje sobre las imágenes, las palabras que usamos para hablar de imágenes, esculturas, diseños y patrones espaciales abstractos en el mundo, en el arte y en la mente, b) imágenes consideradas como un lenguaje; el poder semántico, sintáctico y comunicativo de las imágenes para codificar mensajes, contar historias expresando ideas y emociones, plantear preguntas y hablar con nosotros, c) el lenguaje verbal como un sistema formado por imágenes, literalmente en el carácter gráfico del sistema de escritura del "lenguaje visible", en sentido figurado en la penetración de los lenguajes verbales y los metalenguajes por inquietudes sobre los patrones, presentaciones y representaciones.

Para Villafañe (2006) la imagen natural cumple una función básica que es la de reconocimiento, porque para el cerebro es preciso suministrar un buen material visual para que las operaciones de conceptualización, que tienen por objeto homologar la identidad del estímulo en un modelo de patrones almacenados previamente, tengan éxito y dicho estímulo pueda ser reconocido. Para cumplir esta decisiva función se requieren imágenes con el máximo de iconicidad las cuales se pueden encontrar de mayor a menor grado, como se muestra en la tabla 1 Escala de iconicidad para la imagen fija-aislada.

Tabla 1

Escala de iconicidad para la imagen fija-aislada.

Grado	Nivel de realidad	Criterio	Ejemplo
11	La imagen natural	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identidad.	Cualquier percepción de la realidad. Sin más mediación que las variables físicas del estímulo.
10	Modelo tridimensional a escala	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identificación, pero no identidad.	La Venus de Milo.

9	Imágenes de registro estereoscópico.	Restablece la forma y posición de los objetos emisores presentes en el espacio.	Un holograma.
8	Fotografía en color	Cuando el grado de definición de la imagen este equiparado al poder resolutivo del ojo rnedio.	Fotografía en la que un círculo de un metro de diámetro situado a mil metros sea visto como un punto.
7	Fotografía en blanco y negro	Igual que el anterior	Igual que el anterior
6	Pintura realista	Restablece razonablemente las relaciones espaciales con un plano bidimensional.	<i>Las meninas</i> de Velázquez.
5	Representante figurativa no realista	Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas.	<i>Guernica</i> de Picasso.
4	Pictograma	Todas las características sensibles excepto la forma, están abstraídas.	Siluetas.
3	Esquemas motivados	Todas las características sensibles están abstraídas. Tan solo restablecen las relaciones orgánicas.	Organigramas, planos.
2	Esquemas arbitrarios	No representan características sensibles. Las relaciones de dependencia entre sus elementos no siguen ningún criterio lógico.	Una señal de circulación que diga "ceda el paso".
1	Representación figurativa	Tienen abstraídas todas las propiedades sensibles y de relación.	Una obra de Miró.

Fuente: Datos tomados de Introducción a la teoría de la imagen, Villafañe (2006, p.41).

Se entiende como iconicidad la relación de apariencias entre la propia imagen y su referente, las categorías y niveles de relación de una imagen, con la imagen de un objeto real (Villafañe,2006, p. 39).

2.4.1.- Técnicas de composición

Las técnicas de composición dentro de la fotografía se relacionan con la geometría, las matemáticas e incluso el conocimiento de la secuencia de Fibonacci, mejor conocida como proporción áurea. Sin embargo, considerar estos conocimientos no significa solamente que se respeten las técnicas, sino que mediante el uso de ellas se debe buscar que los lectores experimenten algún tipo de sentimiento puesto que la fotografía tiene el propósito de demostrar al espectador aquello que considera importante.

Para Villafañe (1991) “la composición es el procedimiento que hace posible que una serie de elementos inertes cobren actividad y dinamismo al relacionarse unos con otros” (p.177). Según este autor, una formalización teórica en los aspectos producidos por la composición de los elementos de una imagen plantea muchas dificultades; no obstante, enuncia una serie de hechos genéricos que la afectan, así como algunas consideraciones que pueden aclarar la naturaleza de esta operación. Acorde con el autor, los hechos genéricos que le afectan y siendo un último factor para tomar en cuenta para la composición de la imagen es el orden visual impuesto por el sistema perceptivo humano.

En el uso de las técnicas de composición se debe considerar que las imágenes a las que se están expuestos se encuentran meramente relacionadas con la forma en que trabaja la vista. La retina y el ojo humano, según Sampaolesi (2006) se ve atraído a objetos y representaciones de la proporción áurea, las cuales se encuentran en nuestra vida diaria en elementos comunes; todo concepto tiene la misma proporción y espacios delimitados por formas de su misma especie. Lo

mismo sucede al momento de observar por una ventana, nuestra vista busca formas compuestas dando su proporción propia, suceso que fue aprovechado en la creación de pinturas y más adelante en la fotografía.

Para Tenllado (2015), “la composición puede ser definida como el arreglo predeterminado de los elementos de una imagen, que, al ser vistos como un todo, proponen un sentido e intención” (p. 103). Por ello, Tenllado sugiere cinco técnicas de composición fotográfica que ayudan a hacer más entendible el mensaje que se pretende transmitir en una imagen:



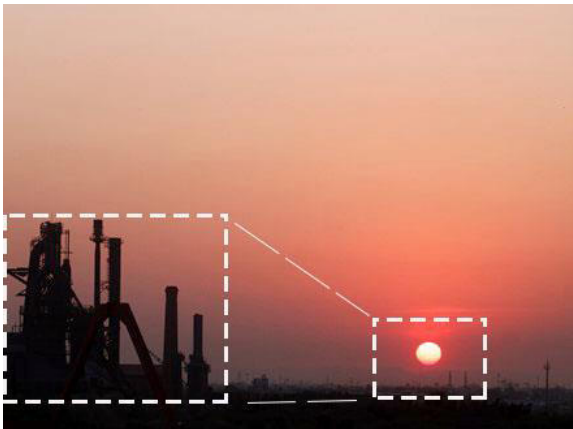
Regla de tercios. - esta regla se basa en dividir la imagen en nueve cuadrantes de la misma proporción. Los puntos de máximo interés visual están ubicados en las intersecciones de las líneas que dividen horizontal y verticalmente.

Imagen 1: Centro de la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Teresa González. 2016



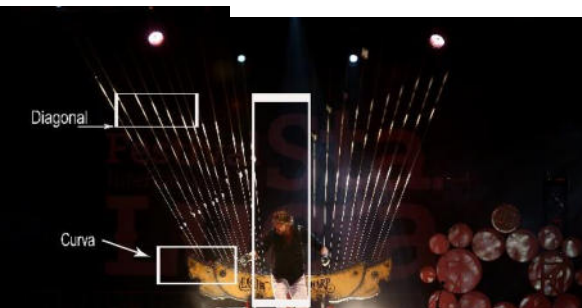
Líneas horizontales y verticales. – Consiste en dividir la imagen en tres partes y enviar el objeto principal a una relación con una línea vertical.

Imagen 2: Cascanueces, Ballet de Monterrey, Teatro de la Ciudad, Monterrey Nuevo León. Teresa González. 2015.



Balance de la masa. – De acuerdo con esta regla, una imagen debe estar equilibrada en los objetos para obtener un efecto estético agradable.

Imagen 3: Fundidora. Imagen tomada desde el Estacionamiento 10 de Cintermex. Monterrey Nuevo León. Teresa González. 2015.



Líneas dominantes. – Los límites de los elementos que integran una toma consisten en líneas rectas, curvas, verticales, horizontales y diagonales. La vista viaja a través de esas líneas a medida que se fija en una u otra parte del cuadro.

Imagen 4: Earth Harp, Festival Santa Lucía. Teresa González. 2017.



Enmarcar al sujeto. – Consiste en colocar objetos en uno o más bordes de la imagen; al enmarcarla se mantiene la atención en el sujeto y se evita que el espectador distraiga la atención fuera del centro de interés.

Imagen 5: Serie Turismo, Autódromo Monterrey.
Teresa González, 2018.

2.4.2.- Discurso Visual

La saturación de contenidos visuales en la era digital conforma, para Mirzoeff (2003), una sociedad en la que confluyen imágenes, espectáculo y redes, y en la que el acto fotográfico de documentar, registrar, perpetuar un momento, congelar instantes y preservar una huella se ha delegado hasta el punto de que la cultura visual no depende de las imágenes en sí mismas, sino de la tendencia moderna de visualizar la existencia.

Sin embargo, tomar fotos no es igual que hacer fotos; el lenguaje, la narrativa, el discurso fotográfico dista mucho de apretar un botón ya que la cotidianidad sobrepasa la documentación y el registro como funciones privilegiadas de antaño. Actualmente se minimizan decisiones y discernimiento, como lo menciona Garrido (2013):

La fotografía sufre un proceso de banalización total. Todo el mundo es fotógrafo y es como si nosotros dijéramos que las personas que aprenden a escribir como producto de un proceso de alfabetización se convierten automáticamente en escritores; que haya más gente que sabe escribir no necesariamente significa que haya más poetas o escritores". (p.1)

El discurso visual, como se citó en Pantoja (2007), arranca desde la invención de la fotografía, aportando consistencia y fuerza a esta fuente visual que no solo facilita la reproducción o multiplicación mecánica de todas las cosas alrededor, sino que sustenta un sistema de comunicación y transmisión de información. En este sentido, las imágenes fotográficas “se nos revelan como textos visuales y, por tanto, tendríamos que entenderlas como ejemplos de un sistema más complejo de información” (p.191), más para Barthes (1981) dicho sistema, se conforma por signos que provienen de un código cultural constituido visiblemente “bien por su sistema de símbolos universal, bien por una retórica de una época, en definitiva, por una reserva de estereotipos, esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos” (p. 14).

De manera más particular, Villar y Ramírez (2014), afirman que las fotografías de los medios masivos de comunicación son productos de las representaciones sociales que “intervienen en la vida social como estructuras preformadas a través de las cuales se interpreta, por ejemplo, la realidad. Estos productos reflejan en su contenido sus propias condiciones de producción, y es así como informan sobre los rasgos de la sociedad en que se han formado” (p. 56) Así, cada imagen captada por un fotoperiodista y ofrecida en la prensa escrita se debe comprender como un discurso construido socialmente y, como todo mensaje, producido con una intención. Sin embargo, la particularidad tecnológica de la fotografía (compartida por el cine y el video), le permite incorporar en sus discursos elementos inexistentes en la realidad que llegan a conformar un código particular y un lenguaje específico. La peculiaridad del código fotográfico, y con ello de su lenguaje y discurso, reside en la característica de estar formado por “signos de diferente naturaleza (no solo técnica), que podrán ser manipulados por la actividad del fotógrafo” (Castelo, 2006, p.49). Dichos signos se conforman a partir de los elementos ópticos, los elementos físico-mecánicos, la fotosensibilidad, el material de impresión y las técnicas de transformación.

2.5.- El discurso de los medios impresos.

El internet y la veloz evolución de las tecnologías de la información y la comunicación han generado importantes transformaciones en la ecología de los medios masivos. La convergencia tecnológica hoy pone en tela de duda y reta a las escuelas clásicas constitutivas de las ciencias de la comunicación cuestionando términos establecidos como legítimos, como lo son, por ejemplo, los géneros periodísticos anteriormente citados. La explosión informativa que circula en la red también ha contribuido en la producción y consumo mediático; las noticias falsas, denominadas *fake news*, inundan las redes sociales y las audiencias las consumen, comparten y comentan sin cuestionar, los medios reevalúan sus contenidos y utilizan diversos mecanismos expresivos y de producción de sus discursos con la intención de mantenerse vigentes entre las audiencias.

En la creación de sus discursos, la prensa contemporánea utiliza tal diversidad de recursos que hoy difícilmente son posibles de encuadrar en clasificaciones pedagógicas o científicas específicas. Fernández (2001) manifiesta que “un claro ejemplo está en las infografías en las que la mezcla entre palabra escrita e imagen les confiere características especiales que hacen difícil encuadrarla en el esquema tradicional de los géneros periodísticos” (p.7). Esto cobra sentido, acorde a González (1994), si se entiende al discurso periodístico como una construcción social, en la que el periodista elige de la realidad lo que considera noticioso e interesante, lo que determina “no solo la forma de observación de un suceso, sino también su construcción discursiva y su difusión” (p. 69).

Para Van Dijk (2003), el discurso es una forma de uso del lenguaje y su estudio implica tres dimensiones: a) el uso del lenguaje mismo, b) la comunicación de creencias, c) la interacción en situaciones de índole social. Además, los textos también tienen usuarios —autores y lectores— entre los cuales se genera una interacción escrita cuya finalidad es siempre la comunicación.

El discurso informativo se define tradicionalmente “como un relato de hechos de actualidad y de interés público” (Karam, 2003, p. 34); además, según Martínez Rebollo (2012), por su naturaleza y finalidad, este tipo de discurso deberá contar con tres características esenciales: claridad, concisión y naturalidad.

La claridad se encuentra relacionada con los lectores, con los usuarios de los textos periodísticos que deberán interpretar los discursos con el menor esfuerzo posible; si bien la masividad del medio obliga a los periodistas a elaborar discursos entendibles para “todos”, lo cierto es que la actual fragmentación de las audiencias y la proliferación de medios informativos permite generar contenidos más especializados y adaptados a los gustos de los lectores. Por ello, se coincide con Martín (1969) al mencionar que un texto es claro “cuando el pensamiento del que escribe penetra sin esfuerzo en la mente del lector” (p. 296).

La concisión se refiere a la brevedad que debe presentar el discurso periodístico utilizando únicamente las palabras o recursos visuales precisos para expresar el suceso noticiable, puesto que “no es el número, sino la elección cuidadosa y certera de los vocablos y su empleo en reproducir adecuadamente la visión y experiencia del suceso, lo que comunica realismo y da vida al texto de las noticias” (Dovifat, 1959, p.125).

Martin (2006), opina que utilizar en el discurso un estilo natural significa huir de lo enrevesado, de lo artificioso, de lo complicado, es decir, que adapta el estilo al fondo y procura que las frases sean las propias, las que el tema exige (p. 260).

Si bien, los primeros tratados sobre la naturaleza y características del discurso periodístico se refieren primordialmente al uso del lenguaje escrito, lo cierto es que los recursos visuales en la prensa escrita han tomado mayor relevancia conforme la sociedad se fue gestando predominantemente en una sociedad visual apoyada por la televisión y, más recientemente, la Internet. La calidad en la impresión de los periódicos colaboró también para que el lenguaje visual de la prensa tuviera una mejor lectura por parte del público y para que, además, pudieran mantener la competencia frente a los otros medios que imponen la imagen, el dinamismo y la objetividad de esta como elemento de valor.

Para Vilches (1999), las “imágenes en la comunicación de masas se transmiten en forma de *textos culturales* que contienen un mundo real o posible, incluyendo la propia imagen del espectador” (p. 9). Así, en cuanto a la construcción social obedecen también a reglas y normas aplicables a su elaboración que, por lo

tanto, facilitan además su recepción y lectura, puesto que, “la imagen tiene significación porque hay personas que se preguntan sobre su significado” (p. 14).

En este sentido, el lenguaje visual de la prensa es también un análisis de la realidad social, construida hoy en buena parte a partir de los discursos transmitidos a través de los medios de comunicación según Charaudeau (2003), y en donde la clave es su proceso de construcción. En dicho proceso, el autor analiza los problemas, describe los componentes de la situación comunicativa, analiza los condicionamientos discursivos del medio a través del cual se difunde y en el cuarto paso, analiza las cualidades y limitantes del medio emisor.

Por ello, Pantoja (2007), menciona que centrarse en la lectura exclusiva de las imágenes, la sola percepción de una fotografía puede, en quién la observa, estimular la capacidad de generar conceptos y pensamientos como los atribuidos al lenguaje escrito. Sin embargo, en el caso particular de los periódicos impresos contemporáneos los elementos discursivos visuales y textuales forman un dúo funcional inseparable e indispensable para informar correctamente a los lectores actuales pues, como señala Heredia (2014), mientras que el texto aporta los datos racionales, el discurso visual entrega un mensaje más imaginativo y abierto; así, ambos discursos interactúan de manera correcta y armoniosa, el contenido periodístico puede “llegar de manera clara, eficiente y de manera atractiva al lector” (p. 25).

En el mismo sentido, Costa (2003) menciona que “la complementariedad de ambos lenguajes –textual e icónico- hace que la imagen muestre lo que el texto no puede evidenciar, y que este explique o argumente lo que la imagen no puede explicitar” (p. 57).

Con ello se asume que ambos lenguajes, visuales y textuales, no son sustituibles y, por el contrario, mantienen una autonomía propia y la capacidad individual de crear complejas estructuras simbólicas traducidas en información periodística; sin embargo, Erausquin (1995), considera que “pocos son los periódicos y revistas que prescindan de la información gráfica. Y ningún medio de información puede cumplir su objetivo únicamente a través de imágenes” (p. 69).

2.6.- Ética en periodismo

Según la Real Academia Española (2014), la ética es un conjunto de normas que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida, trata del bien y el fundamento de sus valores.

Para Restrepo, mencionado por Espinosa (2006), un periodismo ético inspira más confianza en los lectores garantizando la permanencia del medio. La ética periodística se liga al ejercicio independiente respecto del poder y al hecho que haya un creciente interés de los medios y los periodistas por responder a esa ética es un signo de recuperación de la prensa.

El principio de un periodista es la verdad y su difusión ya que ambas son un derecho del público por esto, Trejo (1997), menciona que la objetividad es claridad en la información y “la veracidad viene a ser, por necesidad profesional, pero fundamentalmente de la sociedad, quizá el valor más importante cuando se proporciona información” (p.232).

En cuanto al desempeño ético del periodista, Cortina (2000) lo define como una actividad social cooperativa la cual tiene como meta interna el proporcionar a la sociedad un bien específico e indispensable para su supervivencia como sociedad humana (p.15). El periodista representa una figura importante ya que es el único testigo en la mayoría de los casos, de los acontecimientos por lo tanto supone la responsabilidad de ser fiel transmisor y brillar por cómo ofrece la información, no por qué la ofrece (Echaniz y Pagola, 2004, p. 125.).

Tomando el punto de la ética en el fotoperiodismo, Villaseñor (2015) menciona que sobre las normas éticas individuales, sociales o códigos morales, ideológicas, deontológicas profesionales o de grupo, rigen las normas jurídicas que afectan y obligan a todo individuo cual fuera su ideología personal para respetar los derechos de sus congéneres en la sociedad; pese a estar sujeto a motivaciones o interpretaciones personales, al ser testigo de un hecho, todo comunicador debe actuar dentro de los límites de éstas leyes (p. 9).

Como se citó en Andrade (2012), el concepto de la ética fotográfica radica en el respeto ilimitado a las personas fotografiadas, sobre todo en el fotoperiodismo,

pero también en cualquier fotografía en la cual esté involucrado el ser humano. Hay una ética con la imagen fotográfica en el sentido de qué es lo que debe circular y que no. Los fotógrafos que no ejercen una postura política son antiéticos pues desde su trinchera debe contar lo que está sucediendo en el país. La verdad en la imagen es subjetiva.

Como la vida misma, se parte de nuestras propias experiencias, visiones, lo que somos y lo que hemos vivido, de eso nos conformamos, cada quién maneja su propia verdad [...] la verdad no va más allá de la perspectiva individual y de que algunos grupos puedan compartirla, pero cuestiona que influya como una verdad absoluta. (Villaseñor García, 2015, p.13).

La ética, como se citó en Castellanos (2004), es un código de conducta no escrita, un conjunto de valores que los fotoperiodistas dentro de medios deben de perseguir como buena conducta o un buen desarrollo profesional; ser honesto, veraz, profesional y trabajar dentro de la buena fe, siendo los valores negativos el soborno, corrupción y manipulación, entendida como el agregado o desagregado digital de contenidos en las imágenes que demeritan el trabajo profesional del fotógrafo.

III. METODOLOGÍA

El estudio que se presenta es de corte cualitativo, de acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), como se citó en Bernal (2010), “se orienta a profundizar casos

específicos y no a generalizar, cualifica y describe el fenómeno social a partir de rasgos determinados” (p. 60), porque “examina su sistema de relaciones, su estructura dinámica y no centra su atención en la correlación de variables” (Cruz, Olivares y González (2010: p. 178).

El alcance es descriptivo, porque “tiene la misión de mostrar la forma en que ocurre el problema que se estudia” (Castañeda, De la Torre, Moran y Lara, 2002, p. 85), y el diseño de investigación es un estudio de caso intrínseco, porque la importancia del estudio está implícita en el objeto de la investigación: la fotografía política de prensa. La premisa de la investigación indica: La imagen fotográfica de personajes relevantes de la política del estado de Nuevo León, difundidos en la primera página de los diarios regiomontanos, implican el uso de técnicas de composiciones fotográfica que están íntimamente relacionadas con la emisión del discurso visual periodístico que sustentan cada una de las instituciones periodísticas. La selección de la muestra fue por propósito, dirigida a expertos, constituida por once periodistas distinguidos por su trayectoria y experiencia en el tema.

Los instrumentos de recolección de datos fueron en primera instancia, la consulta de fuentes documentales, cuyo contenido sustentan las perspectivas teóricas del estudio.

La segunda seleccionada, fue la entrevista estructurada a expertos, cuyo guión es de construcción propia y mide seis categorías de análisis a) técnicas audiovisuales, b) relación entre la imagen y el diseño visual, c) nivel estético y composición de la imagen visual, d) lenguaje visual y discurso en las notas de carácter político, e) espacio total de la página y el porcentaje de fotos de carácter político, f) la presencia de la moral y la Ética en los autores. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

IV. Hallazgos

Se consideraron a 11 fotoperiodistas de Nuevo León de los cuales, cinco cuentan con experiencia de más de 25 años dentro del medio y seis no menos de cuatro.

Las categorías que se seleccionaron fueron:

- Categoría 1: Técnicas visuales.

Para hacer un análisis de cuáles son, a un punto de vista personal de los ejecutantes, las técnicas más utilizadas dentro del oficio.

- Categoría 2: Relación entre imagen y discurso visual.

Conocer la importancia de vincular la imagen con la nota.

- Categoría 3: Nivel de estética y composición de la imagen visual.

El entender los elementos de la imagen y la estética en cuanto a composición de la imagen pudiera atraer a la nota.

- Categoría 4: Lenguaje visual y discurso en las notas de carácter político.

La relación entre la imagen y los requerimientos por parte de la edición.

- Categoría 5: Espacio total de la página y porcentaje de fotografías de carácter político:

Conocer la importancia por parte de los editores y si existe una variación entre el actor y editora.

- Categoría 6: La presencia de lo moral y la ética en los autores.

La necesidad de venta de la edición pudiera hacer perder la presencia de estas virtudes.

4.1. Tabla sintética de recolección de hallazgos

Entrevistados	Categoría 1 Técnicas visuales	Categoría 2 Relación entre la imagen y diseño visual.	Categoría 3 Nivel estético y composición de la imagen visual	Categoría 4 Lenguaje visual y discurso en las notas de carácter político.	Categoría 5 Espacio total de la página y el porcentaje de fotos de carácter político.	Categoría 6 La presencia de lo moral y la ética en los autores.

1.-Erick Muñiz Soto Editor ABC, 22 años experiencia.	Regla de los tercios y el retrato.	Netamente básico.	Se ve más en cultura y deportes que en política, los sujetos no son tan atractivos a menos que estén en campaña.	Poco reiterativo, pero tiene que empatar. En impreso es indispensable.	Varía dependiendo el periódico. En general un 30-40 % imagen y 60 - 70 % texto.	A veces estamos limitados.
2.-Missael Dávila , Portal Mx, <i>freelance</i> , 8 años experiencia.	La inestabilidad, simetría, asimetría, irregularidad, realismo y secuencia.	Ser muy clara	Ilustrar un reportaje. En carácter político es simple, no requiere postproducción.	Emplear figuras, colores y tamaños.	Es balanceado casi equitativo.	La ética es fundamental, así como la veracidad.
3.-Juan José Cerón , Editor <i>Fotostaff</i> El Norte, 40 años experiencia.	La regla de composición son las instituciones, se basan en los encuadres.	Es un punto fundamental vincular una imagen con la nota principal.	Se rompen reglas estéticas con tal de que la fotografía fuera impactante por su contenido.	De objetividad subjetiva.	Depende del evento.	No existe, no hay ética.
4.-Mónica Patiño , <i>Fotostaff</i> El Norte, 29 años experiencia.	Primeros planos	Que la foto hable sola para que te introduzca a la nota.	No es tanto exhibir al político, es cuidarlo y no lucirlo tanto.	Va de la mano de la foto	Se debería hablar más con foto, no tanto en texto o gráficas.	En general, objetivas informar las cosas como son.
5.-Alberto Hernández Martínez, <i>Fotostaff</i> El Norte, 13 años experiencia.	Planos completos, americanos, retratos.	Solo reflejar en una foto el contexto del evento	Depende el tipo de situación.	Tiene que ver la foto con el encabezado de la nota	Depende si amerita que sea más gráfico	Es cuestión de ética, depende del ángulo que lleve la nota.
6.-Roberto Alanís Sumaya , editor fotografía Milenio, 30 años experiencia.	Depende del diseño editorial.	Ha cambiado, en ocasiones el texto rebasa la imagen o viceversa más sigue dependiendo del editor y diseñador	Influye en la relación que exista entre el político con el jefe de edición.	Llamativo.	Influye mucho en los diseños, en ABC y Milenio está resurgiendo la imagen.	Muchas fotos están tomadas con afán de perjudicar y no de informar.

Entrevistados	Categoría 1 Técnicas visuales	Categoría 2 Relación entre la imagen y diseño visual.	Categoría 3 Nivel estético y composición de la imagen visual	Categoría 4 Lenguaje visual y discurso en las notas de carácter político.	Categoría 5 Espacio total de la página y el porcentaje de fotos de carácter político.	Categoría 6 La presencia de lo moral y la ética en los autores.
----------------------	---	---	--	---	---	---

7.-Jorge López Mendoza, fotoperiodista Milenio, 13 años experiencia.	Regla de tercios que no jueguen con las perspectivas.	Tiene que haber relación entre la cabeza y la nota.	Es solo cuidar la imagen del político.	En política las notas son serias e informativas.	En espacio total llevan a veces un tema principal.	Está muy golpeada en el periodismo, aquí el punto serían lo que pide el editor.
8.-Enrique Ovalle, Fotógrafo prensa Gobierno del Estado de Nuevo León, 24 años experiencia.	Teorías básicas de fotoperiodismo, la regla de tercios, perspectiva.	A mayor presupuesto, se espera una mejor calidad, pero no es una regla.	Retrato y se debe dar una imagen positiva de él.	Enfocarte en el personaje o en el político puedes aplicar elementos que no relacione directamente con el personaje.	Se debe hacer prioritario en ocasiones, hay que saber cuándo las fotos de color son más importantes que el político.	Es difícil cuantificar la presencia o ausencia.
9.-Ayesa Azael Rodríguez Perales, freelance Getty Images, 10 años experiencia.	El retrato, por los espacios reducidos.	La imagen es estática y subjetiva.	Si tuvo la intención de utilizar reglas de composición, al final la imagen se edita en función de espacio en la página.	A veces es nulo y a veces está presente.	Ochenta por ciento.	Aunque no sea moral ni éticamente correcto una persona en desgracia no la tomaría, pero traigo la responsabilidad de tomar imágenes.
10.-Jesús Israel Salazar Ríos, editor Publímetro, 11 años experiencia.	La panorámica	Siempre será acorde a la nota.	En la política esto se queda a lado, lo primordial es enfocarse en la noticia.	Lo más importante es captar el lenguaje corporal.	Depende del medio, ABC y Milenio la fotografía te roba, le dan un 40% de espacio total.	Con cierta flexibilidad, depende de la línea editorial; variable por el asunto de la revictimización de las personas, morbo.
11.-Andrea Jiménez Cerda, fotógrafo Hora Cero, freelance.	Formato horizontal, El Norte utiliza más técnicas, pero es más en cuestión artística	La mayoría de las veces existe una relación no tiene que explicarte más que el pie de foto.	Horizontal, retratos, caritas. En política es siempre el mismo guion.	En política, en campañas usan mucho a la gente.	Existe mucho más texto la mayoría de las veces.	En cuestión de ética depende del ángulo que lleve la nota.

4.3. Interpretación de tabla sintética de recolección de hallazgos.

Categoría 1.- Técnicas visuales	Aunque para dos de los entrevistados, Cerón y Alanís la técnica la decide la institución y el diseño editorial, Muñiz Soto y López Mendoza
------------------------------------	--

	<p>mencionaron que la más utilizada es la regla de tercios, siguiendo por Hernández y Patiño quienes mencionaron los primeros planos como las técnicas más utilizadas en sus trabajos; la perspectiva fue la utilizada para Ovalle, el retrato para Rodríguez Perales y de una forma más compleja, para Dávila las técnicas más utilizadas son la inestabilidad, la simetría, irregularidad, realismo y secuencia..</p>
<p>Categoría 2.- Relación entre la imagen y el diseño visual.</p>	<p>Para esta segunda categoría, Ovalle se limitó a responder debido a que, trabajando para Gobierno del Estado de Nuevo León, la relación y diseño visual fue impuesto por administraciones pasadas, más para seis entrevistados la relación debe ser básica, clara y un punto fundamental. Rodríguez Perales menciona que debe ser estática y subjetiva, pero para Jiménez Cerda, debe de relacionarse de tal manera, que no se explique más que el pie de foto.</p>
<p>Categoría 3.- Nivel estético y composición de la imagen visual.</p>	<p>Para Muñiz Soto, solo se utiliza la composición y estética cuando el actor está en campaña, de lo contrario, no resultaría atractivo para el lector. Para Dávila no es de gran complejidad, para Jiménez Cerda, el nivel de composición y estética lleva siempre el mismo guión, pero para Cerón, romper ese guión produce un impacto en el contenido. Para Patiño, López Mendoza y Ovalle es de suma importancia cuidar la imagen del político y siempre dar una imagen positiva de él. Para Hernández y Alanís depende de la situación que se tenga en el evento y la relación que exista entre el actor y el jefe de edición.</p>
<p>Categoría 4.- Lenguaje visual y discurso en las notas de carácter político.</p>	<p>Para Dávila, el lenguaje visual implica emplear figuras, colores, tamaños así como para Alanís, que menciona que debe ser llamativo; Para Ovalle, debe de enfocarse en el personaje y aplicar elementos no relacionados directamente con éste. Cerón emplea el lenguaje visual y discurso como una objetividad subjetiva; para Hernández y Patiño debe de ir de la mano del encabezado de la nota, Salazar Ríos lo guía al lenguaje corporal y para Jiménez Cerda, al momento de hacer campañas lo primordial es enfocarse en los asistentes.</p>

<p>Categoría 5.- Espacio total de la página y el porcentaje de fotos de carácter político.</p>	<p>Para Muñiz Soto está entre un 40 y 70%, para Dávila es casi equitativo. Cerón y Hernández mencionan como punto principal de la decisión de espacios el evento, el personaje, la editora y si el evento o actor amerita que la nota sea más gráfica.</p>
<p>Categoría 6.- La presencia de lo moral y la ética en los autores.</p>	<p>Se menciona cierta limitación por parte de las editoras, según Muñiz Soto. Dávila y Patiño comentan que es algo fundamental y objetivo informar con veracidad, pero, por otra parte, Cerón, Alanís, Rodríguez, López y Salazar, citan la inexistencia de ambos valores, mencionando la necesidad de re victimar al sujeto y el gusto por el morbo de algunos lectores. Hernández y Jiménez guían dichos valores hacia el ángulo de la nota, solamente Ovalle cree que es difícil cuantificar su presencia o ausencia.</p>

V. Conclusiones

El hábito cada vez más común de informarse prácticamente en el instante que suscitan los hechos, da vocación a fotoperiodistas empíricos que justo por esta calidad desconoce y suele destruir los principios básicos, éticos y técnicos del fotoperiodismo profesional; la inmediatez de la noticia, principalmente con imágenes considerando ésta justamente el complemento importante de la información, y ex profeso de una nueva generación de lectores que se basa en lo que capta visualmente y suele ello determinar si dará lectura a la noticia.

El fotoperiodismo se ha definido como una fuente fundamental para el registro de la historia y testimonios, pero llegar a informar visualmente implica llevar a cabo un previo estudio de aprender a observar o “educar el ojo”, también se requiere un amplio conocimiento sobre composición de la imagen, obturación, encuadres, toma correcta en eventos de iluminación vulnerable para la parte técnica, mas también es parte de la línea artística cuando se guía a lo estético, y así mediante estos conocimientos, atraer a los lectores para que por si mismos puedan identificar el mensaje sin necesidad de adaptar un pie de foto y pueda llegar ser parte de la historia.

Durante el proceso de investigación expuesta en la presente tesis, la cual ha consistido una evaluación visual y su relación con el discurso de tres medios impresos locales en la opinión de once fotoperiodistas del estado de Nuevo León, se puede percatar que las imágenes publicadas por estos medios no cumplen con el objetivo de dar un valor agregado a la nota debido a la carencia teórica de las técnicas visuales básicas de la fotografía.

A lo largo de esta investigación se implementaron seis categorías para tener conocimiento de la forma en que se lleva a cabo el fotoperiodismo en el estado de Nuevo León en manos de fotógrafos veteranos y novatos.

En la primera categoría en donde se analizaron las técnicas visuales mas utilizadas en eventos tanto políticos como de otro tipo, las respuestas de los fotoperiodistas veteranos del oficio no dudaron en mencionar la técnica de composición más amigable para el ojo humano, la ley de los tercios que, como menciona Villafañe (2006) es un procedimiento que hace que los elementos inertes cobren actividad al relacionarse. Proponen un sentido e intención (Tenllado, 2015). Para los fotoperiodistas novatos, la irregularidad y el realismo junto con el plano completo y tomas abiertas (panorámicas) son parte de su técnica y es ahí donde pudieran caer en una banalización de la imagen, del evento, de la información que se lleva al lector.

La segunda categoría se pidió que se relacionara la imagen con el diseño visual a lo que tanto veteranos como novatos estuvieron de acuerdo con que, aparte de ser un punto fundamental y netamente básico no dejaba de ser estática y subjetiva.

A respuesta del nivel estético y de composición de la imagen visual como tercera categoría, en el fotoperiodismo político no es más que algo simple, a los ciudadanos se nos ha estado instruyendo poco a poco a recibir imágenes de los políticos o eventos gubernamentales con la misma imagen desde hace décadas, es reiterativo de composición es nula, las denominadas “caritas” que son los retratos de políticos es la más pedida por los editores para en un futuro reciclarla en fotonotas. El caso para otro tipo de eventos como, por ejemplo, los relacionados con el arte o con espectáculos, el cambio era drástico, se emplean más elementos estéticos y se lleva la composición a un primer plano, y a como mencionaba Erausquin (1995), ningún medio de información puede cumplir su objetivo únicamente a través de imágenes.

Como penúltima categoría sobre la importancia al espacio total de la página en relación al porcentaje de fotos de carácter político, aunque el porcentaje más mencionado fue entre un 60% y un 80%, se llegó a conclusión que dependía tanto del diseño y formato del periódico, como de los editores tomando en cuenta también la importancia de la nota, del actor político y la relación que lleve el medio con este último.

En la última categoría, se preguntó el manejo de la ética y moral en el ejercicio de su profesión, a lo cual sería difícil cuantificar la presencia o ausencia, puede en ocasiones ser flexible pero siempre será más atractiva una imagen en donde se victimice a los personajes, el editor siempre es quién dicta los requerimientos de imágenes, pidiendo veracidad de hechos sin importar si se perjudica o no. En general a opinión del 80% de los entrevistados, tanto lo moral como lo ético está golpeado en el periodismo en sí.

A partir de los resultados de las entrevistas hechas a especialistas en el fotoperiodismo, deja como evidencia que se requiere una modificación y guía en el oficio del fotoperiodismo para las nuevas generaciones, que tome las herramientas en constante evolución, las nuevas tecnologías para la ejecución de su trabajo tomando como base la importancia y el compromiso del profesionalismo en el oficio de reportero gráfico y su resultado se refleje en la calidad informativa visual, así como una enseñanza de lo ético y moral de forma objetiva.

Todo lo anterior concluye en que quien ejerza el fotoperiodismo para su práctica profesional, independientemente de cuál sea su género, pueda tener el conocimiento técnico, de composición, de estética, así como de ética y sea reflejado en su obra gráfica noticiosa para cumplir con la finalidad del fotoperiodismo que es registrar la historia en todas sus formas, contar los sucesos, concientizar y demandar mediante la imagen.

Para concluir, es claro que el fotoperiodismo tiene más sentido y existe una necesidad de concientización en su oficio en estos tiempos que estamos expuestos a manipulación visual por parte de los medios y las redes sociales.

Quizá más que de fotoperiodistas sin pasión, se está frente a una crisis de la enseñanza, el docente de la imagen no define el verdadero lugar del fotoperiodismo llenándolo de simbolismos sin definir el género en el que se encuentra que, aunque dentro del fotoperiodismo entra la parte de retrato, no es el mismo contexto gráfico que un retrato de evento social. Pudiera ser que los que necesitamos una enseñanza más recta somos los docentes por doblegarnos a las nuevas tecnologías y no exigirles a seguir los lineamientos que predica el oficio.

VI. Referencias.

Acaso, M. (2009). *Que es el lenguaje visual*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Acosta, R. (2013). Producción y circulación de la noticia: el newsmaking. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 3 (123). 64 – 75. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/55>

Adatto, K. (2008). *Picture Perfect: Life in the age of photo op*. New Jersey, Estados Unidos: Princeton University Press.

Agudiez, P, Real, E. & Príncipe, S. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 13, 189 - 212. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110189A>

Alcoba, A. (1988). *Periodismo gráfico (fotoperiodismo)*. Madrid, España: Fragua.

Alonso, L. (1991). *Figuras de la fascinación. En tomo a la fotografía publicitaria*. Lyon, Francia: Cé sura Edition.

Alvar, C., Mainer, J.C., y Navarro, R. (1997). *Breve historia de la literatura española*. Madrid, España: Alianza.

Álvarez, J.T. (1991). *Del viejo orden informativo: Introducción a la Historia de la Comunicación, la Información y la Propaganda en Occidente, desde sus orígenes hasta 1880*. Madrid, España: Actas.

Andrade, J. (2012, 18 de Octubre). Última impresión de ciudad-crónica: el consenso innecesario. *Revista Ñ*. Recuperado de http://www.revistaenie.clarin.com/literatura/nuevoscronistas-indias-juan-andrade_0_793720868.html.

Añón, V., & Battcock, C. (2013). Las crónicas coloniales desde América: aproximaciones y nuevos enfoques. *Latinoamérica Revista de estudios Latinoamericanos*, (57), 153-159. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742013000200007&lng=es&tlng=es.

Bajac, Q. (2011). *La invención de la fotografía. La imagen revelada*. Barcelona, España: Blume.

Baltz, L. (1995). *The Passionate Conflict Between Representation et Presentation*. Essen, Alemania: Museum Folkwang.

Bañuelos, J. (2008). *Fotoperiodismo: Imagen, Verdad Y Realidad: ensayos sobre fotografía documental*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.

Barrazueta, P., & Bellón, A. (2017, 14 de Diciembre). La imagen constante. Los retos de un fotoperiodista integral. *Razón y palabra*. Recuperado de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/961>

Barthes, R. (1981). *La cámara lúcida*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Belting, H., (2007). *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires, Argentina: Katz.

Benito, A. (1973). *Teoría general de la información*. Madrid, España: Pirámide.

- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. Madrid, España: Taurus.
- Berger, J. (1998). *Mirar, 3ª edición*. Traducción Pilar Vázquez. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación, (3ª. Ed.)*. México: Pearson.
- Bordieu, P. (2003). *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Madrid, España: FOTOGRAFÍA.
- Calise, M. (4 de Agosto de 2013). La personalización presidencial. *Revista El Molino*, (3), pp.460-468.
- Castañeda., J., De la Torre, M., Moran, J., & Lara, L. (2002). *Metodología de la Investigación*. México:McGraw Hill.
- Castelo, L. (2006) *Del ruido en el arte*. Madrid, España: Tursen- Hermann Blume.
- Castellanos, Ulises. (2004). *Manual de fotoperiodismo, retos y soluciones*. México: Universidad Iberoamericana.
- Cebrián, M., (2000). Géneros informativos audiovisuales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 44(179).
- Charaudeau, P., & Gentile, A. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 253-279.
- Cid, A. (2008). *Ética, poética y prosaica: ensayos sobre fotografía documental*. México: Siglo XXI.

- Claro J., (2011). *"Los géneros fotoperiodísticos", en Ética, poética y prosaica. Ensayos sobre fotografía documental.* México: De la Peña.
- Colorado Nates, O. (2013, 7 de Enero). La fotografía de documentalismo social. *Oscar en Fotos*. Recuperado de <https://oscarenfotos.com/2013/01/07/la-fotografia-documental-y-el-documentalismo-social/>.
- Cortina, A. (2000). *Ética mínima.* Madrid, España: Tecnos.
- Cortés, C. (15 Mayo de 2007). Las huellas del tiempo: el uso político de la fotografía. *IV Jornadas de Jóvenes Investigadores.* Simposio llevado a cabo en Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos.* La paz, Bolivia: Design.
- Cruz, C., Olivares, S. y González M. (2010). *Metodología de la investigación.* México: Patria
- Dondis, A. (2006). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual,* Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Dovifat, E. (1959). *Periodismo.* Ciudad de México, México: UTHEA.
- Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico.* Barcelona, España: Paidós.
- Durand, R. (1999). *Le document, ou le paradis perdu de l'authenticité.* París, Francia: Art Press.
- Domínguez, A. (1990). *El Diálogo y la crónica,* 3º Edición. México: Anuiés/Trillas.

Echaniz, A. y Pagola, J. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. España: Centros Universitarios de la Compañía de Jesús.

Bolós, C. E. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros* (Vol. 4). Sevilla, España: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo*, 2º Edición. Salamanca, España: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

Eguizabal, R. (2001). *Teoría de la Publicidad*. Madrid, España: Ediciones Catedra.

Erausquin, M. A. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. España: Editorial Síntesis.

Esteve, F. (2009). *Fundamentos de la información en el periodismo especializado*. Madrid, España: Fragua.

Espinosa, J. L. (31 de Agosto del 2006). "Se recupera la prensa en AL". *El Universal*. Recuperado de <https://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/36997.html>

Enciclopedia práctica de la fotografía. (1979). *Eastman Kodak*. España: Salvat Editores.

Evans, W., (2006). *Lyric Documentary: Selections from Evans' Work for the US Resettlement Administration and the Farm Security Administration, 1935-1937*. Gotinga, Alemania: Steidl.

Fernández, S. (2001). *El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de la clasificación*. España: ZER.

Fontcuberta, J. (2011). *Estética fotográfica*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Fontcuberta, M. (1981). *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona, España: ATE.

Flores, M. M. (2017). 25 años de fotografiar. Pedro Valtierra fotógrafo de prensa. *Letras Históricas E-ISSN: 2448-8372*, (16), 247-279. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-83722017000100247

Freeland, C. (2010). *Portraits and Persons: A Philosophical Inquiry*. Inglaterra, Reino Unido: Editorial Oxford University Press.

Gargurevich, J. (1982). *Géneros periodísticos*, 1ra ed. Quito, Ecuador: Ediciones Belén.

Méndez, C. V (4 de febrero de 2013). Detrás de la cámara hace falta una persona pensante. *El Nacional*. Recuperado de <http://m.elnacional.com/nota/130189169.html>

Gernsheim, H., & Gernsheim, A. (1955). *La historia de la fotografía desde el uso de la cámara oscura en el siglo XIX hasta 1914*. Inglaterra, Reino Unido: Universidad de Oxford.

Gernsheim, H. (1986). *Una historia concisa de la fotografía*. Mineola, Nueva York: Dover Publications, Inc.

Grabe, M., & Bucy, E. (2010). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. DOI:10.1093/acprof:oso/9780195372076.001.0001

Graña, M. (1930). *Escuela de Periodismo*. Madrid, España: Compañía Iberoamericana.

Gómez Alfaro, M. (1960): “*Comunicación, periodismo y literatura*”. España: Gaceta de la Prensa Española.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo, cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Paidós.

González, D. (2017) El tratamiento de la historia en los periódicos de la América hispana (1722-1802). *E-Spania. Revue interdisciplinaire d'études hispaniques médiévales et modernes*, (26). Recuperado de <http://journals.openedition.org/e-spania/26330>

González Reyna, S. (1994). La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 39(155), 69-91.

Guadagnini W. (2010). *Photography. The Origins 1839-1890*. Milán, Italia: Skira.

Gubern, R., (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea*. Barcelona, España: Gustavo Gilli.

Guillamet, J. (2004). *De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX*. Barcelona, España: Ariel.

Gutiérrez, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid, España: Paraninfo.

Heredia, M.A. (2014). *La crucial relación de la fotografía y su pie de foto*. Alemania: Redactum.

Hernández, I. (3 de Diciembre de 2018). La importancia de la fotografía en comunicación política [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://isaachernandez.es/fotografia-en-comunicacion-politica/>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hernández, M. E. (1997). *La sociología de la producción de noticias hacia un nuevo campo de investigación en México*. Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Hills, G. (1987). *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid, España: ORTV.

Hill, P., Cooper, T. (2001). *Diálogo con la fotografía*. 2ª edición. Traducción Homero AlcinaThevenet. Barcelona, España: Gustavo Gili

Hirsch, P. (1977). *Occupational Organizational and institutional models in mass media research: Toward and integrated framework*. California, Estados Unidos: SAGE.

Homs, R., (2000). *Estrategias de marketing político, técnicas y secretos de los grandes líderes*. México: Arien.

Ibarrola, J. (1994). *El reportaje*. México: Ediciones Gernika.

Iñigo, A. (1980). *Sobre géneros periodísticos*. Ciudad de México, México. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://generosperiodisticos3florgh.weebly.com/definiciones-de-reportaje.html>

Juárez, E. (2012). *El periodismo: una mirada desde la sociología de las noticias*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 21, (42), 239-265. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/859/85924629011.pdf>

Juvenal, N. (2007). *La foto informativa*, La Habana. Cuba: Periódico Granma.

Karam, T. (2003). Fotografía periodística. Discurso visual y derechos humanos en la prensa de la ciudad de México. *Revista Razón y Palabra*, (36). México. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/tkaram.html>

Langford, M. (1988) *“La fotografía paso a paso. Curso completo”*. Londres: Reino Unido: Tursen Hermann Blume.

Ledo, M. (1998). *Documentalismo fotográfico*. 1ª edición. Madrid, España: Editorial Cátedra S.A.

Leguina, J. (2014) *Historia de un despropósito*. Madrid, España: Planeta.

Leñero, V., & Marín, C. (2004). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo.

López, X. (2012). *Movimientos Periodísticos*. Salamanca, España: Comunicación Social.

Mandel, S. (1965). *Periodismo moderno*. México: Letras.

Martín, G. (1969). *Curso de Redacción, Teoría y Práctica de Composición y Estilo*, 6° Edición. Madrid, España: Paraninfo.

Martínez de Sousa, J. (1991). *Diccionario general del periodismo*. Madrid, España: Paraninfo

Martínez, D. (2003). *Ojos que no ven... Fotoperiodismo en Guadalajara. Valores noticiosos en la producción de la nota fotográfica en El Informador, Público y Mural* (Tesis de Maestría). Universidad de Guadalajara, Jalisco, México

Martínez, M. (2012). *Teoría del periodismo*. México: Red Tercer Milenio.

Martínez, J., (1991). *Diccionario general del periodismo*. Madrid, España: Paraninfo

Martínez, J.L., (1974). *Periodismo. Géneros, en obra colectiva*. Madrid, España: Gran Enciclopedia Rialp.

Martini, S. (2006). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Norma.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós

McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An introduction*. Londres, Reino Unido: SAGE.

Melo, J. M. D., & Assis, F. D. (2016). *Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo*

Classificatório Intercom. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 39(1), 39-56. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/698/69845297003_2.pdf

Meyer, P. (2001). *Fotografía tradicional vs. fotografía digital*. México: Zonezero.

Mendel, S. (1965). *“Periodismo Moderno”*. México: Letras.

Mitchell, W. J. T. (1980). *The language of images*. Chicago, Estados Unidos: University of Chicago Press.

Mirzoeff, N. (2003) *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, España: Paidós.

Molano, M. (2002). *Estética de la Fotografía Publicitaria en España: 1975- 1995* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Molina, G. (1989). *The production of Mexican comercial televisión news* (Tesis Doctoral). Centre for Mass Communication Research, Londres, Reino Unido.

Moles, A. (1991). *La imagen, comunicación funcional*. México: Trillas.

Nates, O. (2013, 27 de Junio). Primera Parte: Retrato, antecedentes y definiciones. *Oscar en Fotos*. Recuperado de <https://oscarenfotos.com/2013/07/27/retrato-y-fotografia/>

Newhall, B. (1964). *“Historia de la Fotografía”*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Olivares, R. (1994). *El último cuadro. Estética y Pensamiento*. Madrid, España:

S.L.

Palanco, N. (2009). Historia del periodismo [Versión electrónica]. *Contribuciones a las Ciencias Sociales* 6, 26-35. Recuperado de: <http://goo.gl/etYLRT>

Pantoja Chaves, A. (2007). Prensa y Fotografía. Historia del fotoperiodismo en España. El argonauta español, (4), 4-17. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/273972672_Prensa_y_Fotografia_Historia_del_fotoperiodismo_en_Espana

Picaudé V. (2004). *Clasificar la fotografía, la confusión en los géneros de la fotografía*. Barcelona, España: † Gustavo Gili.

Pinillos, P. J. (1975). *La empresa informativa*. Madrid, España: Castillo.

Pérez, T. (2003). "Por una antropología simbólica". *Ensayo, simbolismo y campo Cultural*, (4), 103-107.

Quesada, M. (Ed). (1994). *La entrevista: obra creativa*. Barcelona, España: Mitre.

Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia en el lugar del emisor. Una revisión del Newsmaking. *Revista Mexicana de opinión pública*, 12 (23), 103 – 121. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n23/2448-4911-rmop-23-00103.pdf>

Riva Palacio, R. (2013). *Manual para un nuevo periodismo*". México: Grijalbo.

Rodríguez, J. (2007). *Fotografía publicitaria* (tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Disponible en

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/13382_12720.pdf

Rodríguez, M. (1992). *Historia de la fotografía*. Barcelona, España: Editora Gustavo Gili.

Rojas, M. (1976). *El reportaje moderno*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma de México.

Romero, J.E., (2018, 22 de Diciembre). La política de la imagen. *Siempre! Presencia de México*. Disponible en: <http://www.siempre.mx/2018/12/la-politica-de-la-imagen/>

Ruiz, J. B. (2011). *Composición en fotografía, El lenguaje del arte*. Alicante, España: Fine Art

Sampaolesi, R. (2006). *“La divina proporción y la retina”*. Estado Unidos: OLMO.

Salinas, C, y Stange, H. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuadernos.info*, (37), 121-135. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/333150147_Burocratizacion_de_las_rutinas_profesionales_de_los_periodistas_en_Chile_1975-2005

Sánchez, D.A. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de investigación*, 4 (1). 2007. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69540110.pdf>

Santamaría, L. (1997). *Géneros para la persuasión en periodismo*. Madrid, España: Fragua.

Schlesinger, P. (1990). Rethinking the sociology of journalism. Source Strategies and limits of media centrism. *Public communication: The new imperatives*, 61-83. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Philip_Schlesinger/publication/313502497_Rethinking_the_sociology_of_journalism_Source_strategies_and_the_limits_of_media-centrism/links/5932a61fa6fdcc89e7b88d2b/Rethinking-the-sociology-of-journalism-Source-strategies-and-the-limits-of-media-centrism.pdf

Schudson, M. (1989). *The Sociology of news production Media Culture and society*. vol. 11. Londres, Reino Unido: SAGE.

Schaeffer, J. M. (2004). *De las historias de arte a la poética de géneros: La fotografía entre visión e imagen*. Barcelona: España: Editorial Gustavo Gili.

Segovia, F. (2003). "Montaigne y el pudor". *Ensayo, simbolismo y campo cultural*. México, (4), 38-45. México. UNAM.

Septién, C. (1982) "*El quehacer del periodista*". México: Editorial EL Universal.

Shoemaker, P., & Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje: Teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.

Soulages, F. (2005). *Estética de la fotografía*. Buenos Aires, Argentina: La Marca.

Sougez, ML. (Coord.). (2007) *.Historia general de la fotografía*. Madrid, España: Cátedra.

Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Editorial Alfaguara.

Sylvester, C. (1997). *Las grandes entrevistas de la historia. 1859-1992*. Madrid, España: Penguin.

Tenllado, F. (2015). *Composición y sintaxis en la fotografía*. Córdoba, Argentina: Umbrella.

Carmona, J. F. T. (2010). Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 329-342. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110329A>

Trejo, R. (1997). “*Periodismo: la ética elástica (la ética y los valores en el periodismo)*”. México: Siglo XXI.

Tuchman, G. (1983). Consciousness, Industries and the production culture. *Journal of Communication*. 33, (3), 330-341.

Vargas, R. (2014). *Influencia de la Fotografía en la Publicidad*. El Salvador: Editorial Universidad de Don Bosco.

Van Dijk, T. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad. *Métodos de análisis crítico del discurso*, (6), 143-177.

- Vilches, L. (1999). *La lectura de la imagen*. Barcelona: España: Paidós
- Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid, España: Pirámide.
- Villar, M. & Ramírez, J. (2014). El valor simbólico de la imagen representada. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (16),51-64. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4779/477947304004>
- Villaseñor, E. (2015). *Ética, realidad y verdad del fotoperiodismo*. México: Foro Iberoamericano.
- Villaseñor García, E. (2015). *La fotografía periodística mexicana en el marco de la bienal de fotoperiodismo y de las nuevas tecnologías* (tesis doctoral). Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México, México.
- West S. (2004). *Portraiture*, (Kindle Edition). Oxford: Edit. Oxford University Press.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de comunicación de masas, críticas y perspectivas*. Barcelona, España: Paidós.

VII.- ANEXOS

7.1.- Tabla de congruencia de operacionalización de variables.

<u>VARIABLES</u>	<u>CONCEPTUALIZACIÓN</u>	<u>OPERACIONALIZACIÓN</u>
Objetivo Específico #1 Variable 1 *Técnicas Visuales	Proceso de selección para lograr una solución visual lo más fuerte posible para expresar el contenido. Equilibrio/Inestabilidad, Simetría/ asimetría, Simplicidad/ complejidad, Unidad/fragmento, Neutralidad/ acento, Transparencia/opacidad.	¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales del fotoperiodismo en las notas de carácter político?
Objetivo Específico #2 Variable 1 *Relación entre imagen y discurso	Imagen es la representación visual de un objeto, persona, animal o cualquier cosa a ser captada a través de diferentes técnicas fotográficas. Discurso es la narración que trata de reportar hechos o	¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?

	acciones y construye la realidad con un fin informativo en el cual no incluye opiniones. *existe la relación*	
Objetivo Específico #3 Variable 1 *Impacto Estético ----- - Variable 2 *Composición	Conjunto de equilibrio, simetría, regularidad, simplicidad y unidad en una sola imagen que puede llevarnos a experimentar sensaciones. ----- Disposición de sujetos y/o elementos dentro del cuadro y como la forma de seleccionarlos.	Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político
Objetivo Específico #4 Variable 1 *Lenguaje Visual	Forma de transmitir un mensaje mediante imagen.	¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?
Objetivo Específico #5 Variable 1 Porcentajes de página		Aproximadamente, mencione el espacio total e la página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.
Objetivo Específico #6		

<p>Variable 1 *Empleo de la ética</p>	<p>Conjunto de normas y valores que hacen y mejoran el desarrollo de las actividades profesionales.</p>	<p>Comente en lo general la presencia de la moral y la ética de los autores de las notas de carácter político de la primera sección.</p>
<p>Variable 2 *Fundamentos teóricos en imágenes.</p>	<p>----- Explicación basada en ideas que están relacionadas con el tema de composición de imágenes.</p>	
<p>Variable 3 *Fundamento teórico deontológico.</p>	<p>----- Revisión crítica de elementos teóricos que sirven de marco de referencia para establecer deberes, obligaciones y ética que tienen que asumir quienes ejercen el oficio de fotoperiodismo.</p>	

7.2.- Instrumento de medición

Guión para entrevista estructurada sobre fotoperiodismo

- 1.- ¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo, en las notas de carácter político?
- 2.- ¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?
- 3.- Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.

4.- ¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?

5.- Aproximadamente, mencione el espacio total de la página y el porcentaje

Nombre del entrevistado N° 1:	Lic. Erick Muñoz Soto
Institución:	Editor ABC
Inicio en el periodismo:	1988
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.

6.- Comente en lo general la presencia de la moral y la ética de los autores de las notas de carácter político de la primera sección.

7.3.- Recolección de Hallazgos.

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	Las técnicas visuales se utilizan en todas las notas, no solo en las de carácter político, pero sin duda como que la principal es la regla de los tercios aunque no muchas veces las aplica el fotógrafo sino el editor sobre todo al momento de la fotografía es sobre todo porque a veces nos tocan fotógrafos jóvenes sin preparación o empíricos y van aprendiendo, particularmente en las notas de carácter político lo que destacamos mucho es el retrato, si estamos hablando en cuestión de estilo de foto por qué sirve para enaltecer o denigrar, se le da una grande, con poder, porque la política se trata de eso, de poder o recuerdo la de Eugenio Hernández detenido con su ficha de detenido o el chapo Guzmán detenido, esa es una de las razones por las que, a los detenidos la policía los obliga muchas veces a bajar la cabeza, porque el lenguaje corporal te da una imagen de que está abatido, es muy raro que te den una imagen en donde está de frente a la cámara. Hace unos días hubo una foto que un capo estaba viendo al frente detenidamente y hubo muchos regaños a los federales por mostrarlo, por eso tienen que bajar la cabeza, ya nos desviamos un poco a lo policiaco, pero lo político tiene mucho que ver con eso los municipios, el gobierno nos envía sus fotografías y boletines y la fotografía que usan es la del acercamiento al alcalde o gobernador o al personaje principal, sonriente, amistoso, ya

	<p>sabes, sonriente, abrazando viejitas o abrazando niños, pero en sí, la estrella en la política es el retrato pero ese retrato siempre se busca si la nota va en un sentido constructivo, evidentemente en la foto hay consecuencias con eso y, si es en sentido narrativo que la fotografía tenga ese carácter que se cae con el texto.</p>
<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>En el marco de un discurso visual de carácter político, pues sí, ósea justo eso, siempre buscamos cuidar eso, ya sea para madrear, ya sea para ensalzar tienen que ir muy de la mano el texto y la imagen para que resulte, eso es básico, por ejemplo una portada, por ejemplo, yo ahora en el “ABC” con el diseñador siempre nos juntamos él y yo y estamos negociando, empezamos a negociar en el sentido de decir, por ejemplo, yo quiero esta cabeza y empieza a imaginar si es una foto o una composición o a lo mejor una gráfica que ya no es fotografía pero pues es imagen, y a veces él dice: ¿sabes qué? tengo esta foto, o sea y tiene una foto ya sea de <i>stock</i> y entonces toca ajustar la cabeza a la foto, no siempre hacemos eso, no muy seguido, pero si me ha tocado hacerlo y pues hay que buscar la cabeza sin perder el contexto de la nota, pero si nos damos ese permiso, digamos, ¿no?.</p>
<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>Ahí sí, a mí me gusta por ejemplo, las fotos de agencias, de algunas agencias en particular que saben manejar muy bien eso , esa composición, esa estética que no lo tenemos tanto los fotógrafos locales porque no tenemos tanto tiempo para hacer una foto, entonces a mí me queda perfectamente claro que si mando a una persona a seguir un personaje pues me va a traer la mejor foto, ¿no?, y cuando tiene 5 o 6 eventos va a batallar mucho y ya como editor si buscamos esa estética y esa composición, se ve más tal vez más en cultura y en deportes que en política, los sujetos no son tan atractivos, a menos que sea campaña, pero si buscamos que sea algo, ya reflexionándolo quizá nosotros ayudamos a mentir y convencer a la gente porque ayudamos a que se vea mejor la situación de lo que realmente es, es raro que lo que queramos atacar ese punto en particular ya que tomamos una foto de un lugar medio vacío o de un lugar así desairado que la gente no acudió, a menos que queramos destacar que se vea vacío pero si eso pasa también con foto publicitaria no tiene mucho que ver con política “oye es un encarguito” y no vino nadie pues a pura toma cerrada para</p>

	<p>que no se note, y en cuestión de la política si tiene mucho que ver, ahí lo que siempre pedimos es traigan foto de todo y aquí ya vemos a ver cuál vamos a usar, pero si se cuida mucho esa composición, esa estética, sobre todo en las portadas, para las portadas ahí sí, ya interés así es como que por cuestión de espacio pues una foto más pequeña, ya un carita y vámonos solo que no tenga los ojos cerrados y ya con eso.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Pues es un poco reiterativo, pero pues tiene que empatar, tiene que ser una similitud entre lo que va a haber y lo que la gente va a leer, hablando en el impreso, ¿no?, porque en web es más amplio ahí puedes meter varias imágenes y cambia el asunto, pero en impreso si es indispensable, tenemos a veces uno cuando era nuevo editando si me tocó el error de, no sé, la nota era de la muerte de la suegra de López Obrador y sacarlo a él sonriendo pues no, no verdad, ese no es el sentido, aunque pudiera ser que estuviera feliz el señor, eso no lo sabemos pero el contexto no es quien para juzgar si, pero no tiene que jugar uno muy bien con esos detalles, los gestos, el lenguaje visual, recuerdo por ejemplo a Salinas nunca nos dejaban tomarle fotos en picada, ya que está muy chaparrito entonces no se permitía cuando estaba en “Milenio”, por eso “Proceso” tiene una foto muy famosa en su portada donde está Salinas asomado al balcón presidencial pero está de espaldas, entonces se ve de espalda la peloncita y las orejas entonces mucha gente decía “que foto tan rara” y los que ya teníamos mucho tiempo decíamos “es que esas fotos no te dejan tomarlas” por eso el editor la puso ahí, esta foto no muchos la tienen es complicada que te dejen tomarla, y sí, sale el de espaldas totalmente e inconfundible por la peloncita y las orejas entonces pues esa foto se tomó ahí medio a escondidas pero si fue muy celebrada por que si se veía rara, no era el Salinas de siempre.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción</p>	<p>Bueno, aquí si tenemos que necesariamente hablar de medios, o sea de que medio estamos hablando, por ejemplo está el nuevo “Milenio” que se parece mucho al anterior y está el nuevo “ABC” que también se parece mucho al anterior, pero son dos líneas distintas por ejemplo, “La Jornada” y “Milenio” le dan mucho todavía espacio al texto, aquí en “ABC” es al contrario, es la imagen la que está predominando y damos más, yo creo que “ABC”, “Índigo”, “El</p>

<p>empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Heraldo” estos que te menciono son más visuales y creo que le dan un 40% a la imagen quizá un 50 y en los otros periódicos creo que sigue siendo un 60 hasta 70 % al texto. Pero por eso esos periódicos ya no atraen a los lectores jóvenes, porque realmente ahora el asunto es más visual, tan visual que ya es de video, ya no hablamos de imagen fija pero si es, hablando más en general entre el 30 y 40 por ciento de cada página es para imagen y el resto es texto, ya sea porque la nota, pro que es anuncio o por lo que sea pero predomina más el texto, en los impresos, y particularmente yo creo que es porque aún sigue la idea de que una imagen te da una idea te comunica algo pero si pones palabras te comunica más cosas, el asunto es que la gente lea esas letritas, porque no mucha gente no lo hace.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>La verdad es que la moral y la ética como son realmente tienen cierta flexibilidad porque no es así como que algo muy tajante depende más de una línea editorial de una empresa ahora si como empresa que como algo personal, me explico, yo puedo estar algo muy simple, yo le puedo ir a cualquier equipo de futbol pero si trabajo en Monterrey va con Rayados o va con Tigres, yo comentaba eso con gente de deportes, ahora que hay juegos de futbol los medios de Monterrey se ponen de parte de Tigres o Rayados y que pasa si le ponen al otro equipo, con el que va a jugar si yo le voy al América o al Cruz Azul, porque mi periódico, el que siempre compro, me dice Rayados ya prepara como vencer a la máquina, a mi como lector se me hace injusto, habría que ver la ética, ¡ah!, es que la mayoría son Rayados entonces es la empresa la que define esos estándares, y en la política es lo mismo, es totalmente similar la inclinación personal de los periodistas se hace a un ladito para seguir la de la empresa, y eso es normal, y no digo del periódico, de la empresa, lo vimos aquí cuando el Bronco empezó campaña, todos le hacían el feo, casi nadie le hizo caso y resulta que gana y pues nos vamos adaptando, con López Obrador fue lo mismo, ya se está viendo pero yo creo que más allá de eso, finalmente la empresa el medio busca una congruencia, el medio, eso si ya lo he visto más, digamos que ya no hay tanto descaro como antes, ahora si como que ya toman en cuenta digamos el fenómeno Bronco, el fenómeno AMLO que aunque yo esté diciendo algo el asunto que las redes sociales, que existan los generadores de opinión me pueda llevar a por otro lado, entonces me voy a quedar en una isla yo solito diciendo que Ivonne es la octava maravilla y ya todo mundo votando por el Bronco o que el</p>

Nombre del entrevistado N° 2:	Lic. Missael Reynaldo Pérez Dávila
Institución:	Co fundador Portal Mx, fotoperiodista <i>freelance</i>
Inicio en el periodismo:	2012
Fecha de entrevista:	Febrero 2019
	<p>PRI y el PAN y todo mundo votando por López Obrador ya las empresas buscan esa, ya ven que no es lo que digan es la verdad absoluta, hay que ir con la corriente, antes los medios hacían la corriente y por eso se atrevían a ignorar temas porque si no lo decían no se daban cuenta. ¿Es una cuestión de moral y ética, es muy variable, yo no te puedo juzgar a ti ni a nadie por ser simpatizante de un partido o de otro, más que en la política son más cuestiones como sociales, como el niño que matan a balazos a la escuela y dicen a ver, subimos la foto o no la subimos, subimos el video o no? El asunto es esto de la re-victimación de las personas, el morbo.</p> <p>Cómo la imagen comunica mucho más que todo el texto que puedas poner, un editor siempre es: “¡Ah!, muy buena tu nota, ¿hay foto?”, si te dice que no pues se va para allá, olvidada allá en un rincón y si es al contrario una foto muy buena y si no trae texto pues va, ahorita investigamos, la foto está muy buena, entonces ahí se ve la importancia de la imagen sobre el texto que muchos no han sabido ver o explotar para bien o para mal , pero si es mucho más poder que el mensaje, la imagen.</p>

Ítem	Transcripción

<p>¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?</p>	<p>Si me lo explica así de que como explicas, de portadas, para mí siempre ha sido la inestabilidad, simetría y asimetría la irregularidad y claro que puede ser el elemento del realismo, las fotografías que se trabajan para notas de políticas son retratos donde se trata de resaltar este juego de la figura y el fondo, en donde a través del retrato de los personajes tratamos de asirlo y, de acuerdo con sus expresiones podemos nosotros reflejar la actitud de lo que queremos evocar a través de nuestra otra periodística, por ejemplo, para mí siempre ha sido una cuestión de las expresiones y gesticulaciones de los personajes, o sea, a través de los retratos de las figura políticas de la personas que señalas, este le dijo a este otro, a través de los retratos es como se busca de aislar a los personajes y tratar de dar un significado de relevancia a través de sus gesticulaciones, movimientos de la mímica de su estética corporal, de la misma forma en la que utilizamos los colores a nuestro favor, en algunas ocasiones oscurecemos las imágenes para darle un valor de más suspenso, pero bueno, eso es en retratos de los personajes, en las imágenes con la simetría y la asimetría, siempre tratamos de darle irregularidad a las cosas, por ejemplo, resaltar que un edificio tiene una falla en cuestión estética entonces le tomamos una foto en donde se relate que eso está mal. Lo que hace el fotoperiodista es tratar de informar, a través de imágenes sobre la realidad entonces obviamente el realismo y también la secuencia puede tomar un papel importante en la cuestión de las crónicas que hacemos a través de las fotografías por ejemplo en una marcha que hay una protesta obviamente uno tiene que reflejar ese suceso de cómo se fue dando una crónica foto periodística, ahí, la secuencia toma un papel más importante. Entonces, para mí, las técnicas más utilizadas son la simetría, la asimetría, la irregularidad, el realismo, y la secuencia como en el caso de las crónicas y las técnicas más utilizadas es el retrato como este juego que te comentaba de la figura y el fondo en donde aislamos las expresiones, gesticulaciones y el personaje de lo demás, tratamos de hacer un fondo a eso.</p>
<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en</p>	<p>Primero que nada pienso que el discurso visual pienso que la fotografía de alguna forma es algo así como un soporte o un medio por el cual de alguna forma podemos agregarle información de lo que tratamos de contar y tal vez no solamente que nosotros queramos contar lo de la nota que habla sino también trate de reflejar una situación económica</p>

<p>las notas de carácter político?</p>	<p>o cultural y tiene que ser una relación directa que si nuestra imagen a través de los elementos que la conforman no está justificando el discurso visual, el fotógrafo o el encargado de hacer esta composición tenía desde el principio la intención de comunicar no estamos bien logrando una imagen bien compuesta, para que una imagen en el caso de los periódicos puede llegar a tener suficiente discurso visual o sea que sea entendible lo que queremos expresar a través de ella, debe de tener técnica, el análisis de las figuras que lo están componiendo, por que a final de cuentas es un soporte que el discurso que queremos hacer debe de estar bien justificada, la relación entre el discurso visual y nuestra imagen tiene que ser muy clara para todas las personas porque si no entienden el mensaje porque nosotros tenemos un mensaje visual, ¿no?, los fotógrafos sabemos o entendemos de elementos visuales entonces en muchas ocasiones para nosotros es claro de repente el mensaje o el dialogo que queremos hacer mediante las imágenes pero no tomamos en cuenta que los lectores del periódico probablemente no sean fotógrafos calificados o que sepan de elementos visuales o sobre el lenguaje visual pero si es muy importante que sean entendible a través de la imagen muy entendible este discurso que nosotros queremos hacer porque la imagen dice más que mil palabras, aunque ya esté muy choteada esa frase mucha razón tiene, y, pues si nosotros sabemos informar a través de una imagen pues estamos haciendo el trabajo del fotoperiodismo completo y pues cada vez hay más matices, tiene que ver con el tiempo, lo que queremos exponer y los sentimientos que se reflejan a través de la imagen o creo que sí el discurso y la imagen tiene una relación muy directa y si tiene que ser muy clara, no solamente para los que consumir estas imágenes.</p>
<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual</p>	<p>A diferencia de a como mucha gente piensa, de que si es difícil o toma mucho tiempo preparar una composición fotográfica para una nota, en mi experiencia ha sido más que ilustrar un reportaje que he tenido tiempo decidir cuáles son las imágenes que se van a ilustrar en lugar de un periódico que no tienes oportunidad de decidir cuáles eran las imágenes que iban a ilustrar tu trabajo sino que se tenían que tomar en el momento justo y pues para mí el nivel estético y composición es muy simple, las notas de fotoperiodismo que son estrictamente las de carácter político son simples porque muchas veces no requieren una postproducción de la imagen pues simplemente es una</p>

<p>en las notas de carácter político.</p>	<p>fotografía bien lograda, una fotografía que se centra en los valores de la velocidad la apertura, de donde estamos situados, del encuadre, el nivel de luz, entonces el nivel estético y de composición en política, son simples, enteramente del criterio del fotógrafo y de la cámara que se esté utilizando pero a nivel estético no me es muy, como se dice, no muy exigente, aquí en México sobre todo, se trata de capturar momento, personaje darle pues protagonismo a las cosa que queremos hacer mediante el discurso visual pero el nivel estético y de composición se me hace muy simple el que hacemos aquí en México.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Es el mismo que se utiliza en cualquier foto en donde juega un papel muy importante el emplear figuras, colores y tamaños, sensaciones a través de la imagen, lograr fotos que transmitan eso, entonces, el lenguaje visual siempre ha sido ese, el tratar de nosotros tomar desde las situaciones políticas, las que tratamos de ilustrar pues los mismos elementos que encontramos en otras fotografías y simplemente adaptándolas al carácter que queremos a través de nuestro discurso.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>A mí me parece que aquí sí está muy balanceado, pues, vivimos en un país en donde la gente la verdad es medio flojo para leer, y espero no escucharme medio mamón pero aquí mucha gente entiende la idea muy rápido o podemos transmitir la idea más rápido mediante la imagen, entonces aquí hemos llegado a comprender el valor de la imagen en esa cuestión de que es muy importante por un lector, el poder ilustrar sus ideas a través de la fotografía periodística, aquí el espacio si ha sido muy justo, en mi opinión yo pienso que a veces incluso llegando a ser pues la ilustración termina siendo la mitad de nuestra planilla, para mí el espacio siempre ha sido muy equitativo, a veces dándole la misma cantidad de espacio a la imagen que al texto pero pues obviamente también invadiendo las fotografías con texto para ahorrar espacio en las planillas.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de</p>	<p>Para mí era lógico que teníamos que ser conscientes de que estamos haciendo una labor periodística, no solamente fotográfica, y tenemos que tener los mismos valores que un periodista en la cuestión de que tenemos que ser totalmente éticos, objetivos y pues no dejarnos caer de tomar un lado, u otra posición sino que informar las cosas como son,</p>

<p>carácter político de la primera sección.</p>	<p>entonces, para mi es así como un reportero, solo que esta persona está empleando una imagen y no palabras para comunicar información, entonces, la ética juega un papel super importante en esta cuestión de lograr fotografías que logren ser objetivas e informativas y que tengan este valor que realmente uno quiere transmitir a través de ellas, yo pienso que actualmente con las nuevas tecnologías si se está viendo como que alterada esta situación porque en ocasiones se alteran las imágenes o gente que edita demasiado las fotos e incluso las hace completamente fuera de la realidad, entonces esta práctica que se está haciendo cada vez más común, en mi opinión ha sido como dices tú, por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, de las nuevas técnicas de la fotografía que pues, a final de cuentas, yo pienso que vienen a enriquecer a nuestro gremio fotográfico pero al mismo tiempo no deberían de ser aceptadas en algunos géneros de la fotografía, como es el fotoperiodismo, donde simplemente se está tratando de no alterar las cosas, de decir las cosas como son, de ser realistas, y pues si juega un papel muy importante para los fotógrafos el decir ¿sabes qué? pues yo no soy capaz de hacer esto porque pues simplemente es parte de la moralidad de un fotoperiodista de caer en ese tiempo de situaciones en donde se editan las fotografías o se hacen composiciones a través de la planeación y voy a tomar esta foto desde aquí para que se vea que vino mucha gente, pero realmente no vino casi nadie a este evento.</p>
---	---

Nombre del entrevistado N° 3:	Lic. Juan José Cerón Calva
Institución:	Jefe <i>Fotostaff</i> periódico El Norte
Inicio en el periodismo:	1980
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	<p>Técnicas visuales, propiamente creo que nos la pasábamos por alto por que había algo que para mí era fundamental, los momentos, el momento único es irreplicable, porque no importaba que la foto cumpliera la regla de composición, porque las regla de composición son las instituciones y uno puede decir, va, al demonio con las instituciones, yo no recuerdo haber utilizado una regla específica ni tampoco las fomentaba, yo lo que decía eran los momentos, los encuadres eran importantes, los encuadres en cuanto a que no salieran cortadas las manos, en cuanto a que saliera el movimiento congelado, que saliera, que no hubiera elementos distractores o que interfirieran con lo importante, entonces cuando empecé no había programas de edición, y actualmente no lo utilizamos -el <i>Photoshop</i>- para contrastar y para editar, cortar, pero nada más. En cuanto a técnicas visuales yo creo que era más intuición, no había nadie, nadie en la ciudad de Monterrey nada acerca de fotografía, ya no digas de composición, nada de fotografía, todo se transmitía de boca en boca, y como diría uno de ellos cuando le pregunté me contestó, ya aprenderás y como aprendía uno, pues a base de la talacha, pero bueno, es decir, que eran fotógrafos que tomaban fotos social y los incorporaban al periódico y era eso, si hacemos una revisión, porque he hecho revisión de la historia del fotoperiodismo en Monterrey, bueno, en los periódicos hay una serie de cosas que uno dice ahora, ¡jole, como era posible y cómo era</p>

posible porque no había nadie, nadie que te guiara. Pero bueno muchos años después ya trabajando en “El Norte” donde ya había una serie de cuestiones diferentes donde ya había muchos egresados de comunicación, muchos egresados de artes visuales, ahí sí, ya entonces se utilizaban unas técnicas visuales, las miradas, si en la foto estaba volteando a la derecha tenía que haber más espacio, lo que procurábamos era quizá, dejar un poco más espacio hacia los lados porque si uno dejaba la foto justa en el encuadre, al momento de editar la foto en el periódico no era tanto que uno no la haya compuesto bien, sino que el diseñador, porque antes había formadores de páginas, ellos “cropeaban” espacios de acuerdo a sus necesidades, entonces si nosotros hacemos un encuadre muy justo de acuerdo a las técnicas visuales pues era un poco difícil, entonces siempre procurábamos dejar un poco de espacio digamos para que hubiera esa posibilidad, claro que usábamos desenfoces de los fondos para eliminar elementos que perturbaran la imagen principal, utilizábamos otros elementos como encuadres basados en el cine en donde no se podía cortar las piernas en cierta altura sino en otra y todo ese tipo de cosas, y es porque proveníamos ya de una escuela donde medio nos habían enseñado fotografía, nos enseñaban a revelar e imprimir entonces, arréglatelas como puedas, o sea, no había entonces propiamente una formación que diga las técnicas visuales son estas, quizá con las nuevas generaciones haya una mayor capacitación en eso pero digamos que cerca de 33 años propiamente en el periodismo nunca nadie me dijo a mi nada, era propiamente lo que veíamos ya lo hacíamos más por una educación visual que habíamos visto en periódicos o revistas, pero más que nada era eso, ajustarnos a ese tipo de circunstancias, y algo que si era muy importante era que si hablamos de técnicas visuales era contextualizar, contextualizábamos si la foto lo requería, donde estaba el sujeto, para que la gente supiera donde estaba, yo creo que desde que empecé hasta que me jubilé, hace dos años, era eso, y más en política, más de connotación que es lo importante, y la información con la que llegábamos porque si íbamos a un evento teníamos que saber quién iba a estar para poder, en un momento determinado, buscar contrapuntos, miradas que se fueran a dirigir los rivales políticos o rivales, o si habíamos leído que podía ir gente a manifestarse estábamos atentos a esos momentos, más que a las técnicas visuales eran los momentos y los momentos eran más información, información que nuestra obligación era revisar los periódicos todos los días antes de ir a

	<p>eventos, o si nos pedían una orden de trabajo del día anterior pues le decíamos al editor, a ver que va a pasar o que puede pasar si es una simple rueda de prensa informativa pues de una foto estática salía una foto estética, lo tomábamos cuando llegaba y teníamos algo más que no fuera la típica foto frente al micrófono, evitar la estática buscando las cuestiones estéticas.</p>
<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>La relación que existe entre la imagen y el discurso visual, para mí, era un punto fundamental que existía en eso porque tenía que vincularse una imagen con la nota principal, y era lo que nos editores nos pedían y yo, como editor, lo exigía, porque cuando había una nota importante el fotoperiodista tenía el tiempo suficiente y sabíamos que la lucha constante con los editores que nos ponían muchos eventos no podíamos darle el tiempo a cada uno de ellos, entonces, si sabíamos que iban a hacer algún pronunciamiento que podría trascender nos quedábamos y, escuchando con una información previa, esperábamos los momentos en lo que se enfatizara algún sentimiento favorable o desfavorable de lo que estaban diciendo, no que no era posible que nosotros llegáramos con una foto de un político sonriendo cuando había hecho una declaración que denotaba otra cosa, esos si era algo fundamental, más las reglas visuales, creo que era eso, que hubiera una liga muy estrecha entre lo que el político decía y lo que la imagen reflejaba y me tocó muchos eventos en los que mis compañeros traían fotos excepcionales y decíamos que esa era LA foto, pero era también una cuestión sin información por alguna parte pero también era mucho lo que el fotógrafo que estaba durante el evento escuchaba y muchas veces ni siquiera era el político en sí, era a veces con el público que estaba en el evento porque el político decía una cosa y la reacción de la gente podría decir lo contrario, y en ocasiones eso funcionaba mucho mejor, más que la foto del político, la reacción de la gente, una manifestación contraria a lo que estaba diciendo el funcionario, el político o el gobernante, entonces sí, hay mucha relación pero esa relación puede ser de una manera contraria a lo que se decía que también para nosotros es importante, que por un lado si, podría reflejar con exactitud lo que el funcionario o político decía pero en otras ocasiones era también la reacción de la gente y que muchas veces esas fotografías en donde era una manifestación contraria a lo que el público decía, eso daba para una nota sembrada y que con un pie de foto adecuado</p>

	<p>ya se expresaba que había un descontento con lo que se había dicho en el evento político.</p>
<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>Pienso que tanto la parte estética en donde va incluida la composición, era algo que yo empecé a notar más cuando los departamentos de fotografía se fueron profesionalizando, porque cuando había fotógrafos que hacían fotografías para el periódico era una cosa que cuando ya había fotoperiodistas, aunque no hay una especialidad relacionada, de hecho creo que no hay ninguna especialidad en fotoperiodismo en el país ahora, habrá licenciaturas en fotografía pero enfocadas en otra cosa, no hay una maestría por ejemplo, entonces la cuestión con esto era más bien una formación como fotógrafos que se aplicaban algunas cosas bueno se sensibilizaban porque había reglas que quizá no eran tan aplicables como el periodismo, entonces, había muchas ocasiones en que rompíamos con reglas estéticas con tal de que la fotografía fuera impactante por su contenido estético, entonces, si, la estética es una parte fundamental, y ahí repito, es como que tener una mejor formación como fotógrafos hay una mejor sensibilidad a componer mejor en la fotografía, entonces si hacemos una revisión a los periódicos actuales a los de 30 años atrás, vamos a encontrar un gran abismo en cuanto a la forma de ver de los fotógrafos a beneficio, en cuestiones estéticas a beneficio, en otro tipo de cuestiones que no sé, es en que ahora hay muchos jóvenes que al ver la facilidad impresionante que se tiene al tomar y compartir fotografías las comparten en la competencia, es algo impensable para mi generación, la foto es tuya y de nadie más, he visto fotógrafos jóvenes que hacen eso y es inconcebible y cuando fui coordinador había una sentencia, nada de dar material ni recibir.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Yo pienso que, lo que se debe de pensar es que primero es que se debe actuar con la verdad, con nuestra objetiva subjetividad, es decir, yo puedo ser objetivo a que mi foto es verídica, pero soy muy subjetivo en encuadrar o algo en un momento determinado por que puede ser que yo tome una fotografía en que alguien se lleve la mano a la cabeza como un lamento pero que en realidad no es eso a que alguien que está sonriendo por que escuchó una ironía y la foto se puede emplear como una elemento de triunfo o como un elemento</p>

	<p>de derrota, entonces ahí ante eso, ahí está la cuestión ética del fotoperiodista, pero más que nada cuando nosotros vamos a un evento tenemos que buscar reflejar lo importante del acontecimiento de cualquier tipo, creo que eso es lo importante para retratar y eso por supuesto se da por medio de la articulación, eso hay que estar oyendo y viendo porque si escuchamos una declaración política y al hacerla no acentuó en lo que estaba diciendo hay que esperar otro momento en el que se ligue lo que escuchamos con lo que tomamos, hay que buscar eso, había gente que era inexpresiva, no podíamos a veces lograr una fotografía muy entusiasta entonces lo más próximo a su gesto de felicidad, buscar el decir con la imagen.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>En cuestiones políticas depende mucho del evento, si es de poca importancia, sabíamos que la imagen iba a ser pequeña independientemente de la calidad de la imagen, muchas veces una foto excepcional podía ganarle al contenido de la nota, a veces había fotos excepcionales que el fotógrafo lograba y era una foto grande con un pie de foto explicativo nada más, pero había ocasiones que era lo contrario, había, no había propiamente unas reglas en el fotoperiodismo, más bien dependía mucho de la importancia de la nota pero la competencia era con la importancia de la fotografía; si traíamos una foto excepcional el tamaño de la foto crecía y le podían quitar texto, me tocó vivir eso en donde llegábamos a tener fotos excepcionales que merecían un buen espacio y se los daban, había una previsión era también como un candado, nos decían: necesito una foto horizontal de ciertas características por que va de éste tamaño, y nos íbamos con esa idea pero muchas veces era como un reto, es decir, ¿cómo romper con eso?, ¿cómo no predisponerte?, buscábamos la posibilidad de romper con eso aunque muchas veces lo logramos, y ya, así. Excepcional, entonces, el sentimiento del fotógrafo y sí muchos fotógrafos fueron tomando especialidad y era muy usual que esos fotógrafos cubrieran los eventos importantes porque sabíamos que iban a ser fotos excepcionales, pero no había una regla específica de cierto tamaño sino una constante lucha de que salía mejor, si la foto o la nota, entonces, lo que pienso es que si, se puede partir de una serie de ideas preconcebidas en cuando al esquema pero procurábamos romperlo siempre, es decir, ir más allá de una</p>

	<p>foto convencional entonces había una palabra que usábamos mucho entre tomar fotos o hacer fotos.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Para mí lo fundamental en el fotoperiodismo es la ética, yo creo que es estándar ante todo, que también creo mucho en la formación académica en las universidades cuando llevamos clases de ética, debemos de utilizarla, ser nuestro escudo contra todo, porque o es lo mismo que uno esté negociando algunas cosas con alguien para que pose de cierta manera a hacerlo espontáneo, porque una cosa, también ahí es el acuerdo que puede tener el fotógrafo con un funcionario de decirle oiga quisiera que hiciera eso, no, no, cero contacto con esa gente, que ellos expresen lo que tienen que expresar y uno que tiene que estar ahí atento a eso, entonces, hace momento hablaba de la objetiva subjetividad, yo creo que la objetividad si existe pero acuerdo a los principios de cada fotoperiodista, entonces, mi foto por obligación debe ser una foto verdadera, es decir me podrán cuestionar unas cosas como la composición o una luz pero eso no me importa si es verdadera, subjetiva, si porque es el encuadre que yo seleccione para hacer esa fotografía por esa objetividad subjetiva porque cada persona somos diferente, vemos diferente y tiene su forma de expresarse pero en tanto a lo que fotografiamos de la manera en que la fotografiamos sea real, verídico y tenga certidumbre, eso es algo, la parte ética justamente, ahí sí yo pienso que la escena debe ser intocable, no podemos decir que hagan algo, sobre todo en cuestiones políticas, tanto así que el <i>Photoshop</i> a partir de su utilización es algo que hay que tener mucho cuidado porque uno no puede mover nada a lo que está sucediendo, puedes “cropear”, puede uno mover niveles de contraste y así pero borrar cosas, quitar, poner gente, alterar la realidad no mover absolutamente nada. El punto fundamental del fotoperiodismo es la veracidad, si empezamos a perder veracidad en nuestras fotografías, en el momento que hagamos una foto que es fundamental nadie nos va a creer porque esa gente siempre modifica, entonces vamos a perder la parte esencial del fotoperiodismo, entonces cuando uno puede entender que para una sección política, no hay negociación, ninguna alteración en la imagen, si ya se trata de otra, como de moda, de una sección de comida pues se entiende pero ahí no se está jugando nada en el sentido trascendental de la vida.</p>

Nombre del entrevistado N° 4:	Lic. Mónica Leticia Patiño Ramírez
Institución:	<i>Fotostaff</i> periódico El Norte
Inicio en el periodismo:	1995
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	La forma es el punto de atención de la foto lo que más se utiliza en política, porque puedes traer las perspectivas y primeros planos, es lo que te informa la fotografía. Que diga la foto lo que va de acuerdo con la nota. Solamente disparas, lo centras, lo visualizas, pero no piensas que técnicas estás usando.
¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?	En la mayoría de las veces la foto debe de estar hablando el reportero, la nota, que la foto hable sola para que te induzca a la nota, en la mayoría de las veces, en la realidad nomás se van con una imagen, la carita de quién fue, quién lo dijo.
Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.	Yo creo que es estudiar al político, seguirlo, cazarlo y buscar el momento, muchas veces, la foto es cuidada, “encargada” hacia el político, pero no, al menos en mi medio no es tanto exhibir al político, cuidar mucho y no lucirlo tanto.
¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter	Como te decía ahorita, debería de ir de la mano de la foto, que la foto dijera lo que realmente está pasando, o sea, como dices tú, aquí es un alza de caminos, bueno, pues tomar el transporte, tomar elemento oficial que está aquí, si está protestando pues mostrar la imagen, como la de “El Norte”, mi medio, es muy cuadrado, que aunque debería de

político en relación con el discurso?	explotar la imagen no lo utiliza, y si son muy cuadrados y muy técnicos en cuanto al material que tienen que recibir, no hay manera de expresarnos mucho.
Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.	Más hablar con foto, acá no, acá se van en texto y en gráficas, aunque hace poco hubo un rediseño que se iba a hacer la foto más grande pero no duró, y volvimos a caer en caritas. La verdad es que estamos bien cuadrados, ahorita que me estás diciendo todo esto, quisiera saber, te quedas con mucho material guardado de que no se utiliza, porque a menos en “El Norte” son técnicos y cuadrados, no hay manera, para una foto reportaje. No se usa la fotografía en la galería, porque es la misma foto en punto como que en <i>print</i> .
Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.	Yo si soy muy moral en la fotografía, pero si hay muchos compañeros que están buscando hay muchos compañeros que truquean fotos, no digo que no las corrijan, sino que las truquean y muchas fotos están tomadas con afán de perjudicar y no de informar, y en ese sentido yo no soy así, respeto mucho la nota, en teoría, si están haciendo algo mal pues lo tomas, pero con el afán de fregarlo, no. Muchos no... está cayendo mucho lo de la ética porque cualquiera toma fotos ahorita, cualquiera tiene acceso a un programa para corregir y mover fotos y alterarlas.

Nombre del entrevistado N°. 5:	Lic. Alberto Hernández Martínez
Institución:	<i>Fotostaff</i> periódico El Norte
Inicio en el periodismo:	2007
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	Pues varía mucho, dependiendo la nota, hay de planos completos, americanos, retratos, este... yo creo que utilizan todo tipo de técnicas dependiendo las notas o lo que se ocupe gráficamente.
¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en	Pues el discurso visual en la nota tiene mucho que ver por qué pues una imagen dice más que mil palabras, como dicen, y pues si es importante tratar de reflejar en una foto el contexto del evento y creo yo que reforzar la info con la nota.

<p>las notas de carácter político?</p>	
<p>Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>Tiene mucho que ver. Si lo aplico, depende mucho también el tipo de situación sobre todo si es entrevista con una figura pública, puede ser medios planos o retratos o hacer una sesión de fotos después de, y ahí aplicas otro tipo de técnicas y ahí si es algún empresario, si está en su empresa y quieres reflejar a lo que se dedica el pues haces fotos más abiertas a tres cuartos, que refleje eso.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Aquí tiene que ver la foto con el encabezado de la nota, relacionado al transporte pues obviamente una foto de los camiones, pero a lo mejor pudieron haber buscado otro tipo de foto que reflejara ese tipo de, en esta nota, a mi parecer. En algunas les falta algo más gráfico en relación con el transporte, no tan político.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Pues ahí también depende mucho si amerita que sea más gráfico, que metas más fotos a la nota para reflejar ciertas cosas, pues si es válido si no pues si poner un poco más de texto que la foto, pero creo que, si es importante gráficamente, pues reflejar la nota.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Pues en cuestión de ética, pues ahí también depende, todo depende del ángulo que lleve la nota, por ejemplo, si en cuestión política es exhibir a ciertos personajes políticos por cierta situación, pues uno busca ese tipo de foto para obviamente complementar la nota, pero yo en lo personal pues, no, no los exhibo haciendo una mala cara a menos que me lo pidan, porque te digo por qué pues lo amerita la nota, pero yo personalmente por cuestiones personales no me gusta así como que mucho sacar ese lado feo de los políticos sin que me lo pidan, verdad, o no estoy viendo así de que, ah!, voy a tomar una foto haciendo caras para exhibirlos, en cuestión de temas de nota y que se requiera, pero personalmente por ventaja propia, no.</p>

Nombre del entrevistado N° 6:	Lic. Roberto Alanís Sumaya
Institución:	Editor fotografía Milenio, fotoperiodista
Inicio en el periodismo:	1994
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
	<p>Cuando hacen un cambio de diseño, lo que hacen los diseñadores y muchas veces los directores, junto con los dueños de los periódicos, sí, tu diseño te lo venden bien bonito pero no se basan en lo que realmente es, si tu diseño es en fotografía, nunca meten a un fotógrafo o editor de fotografía a ayudarte a diseñar tu material, es como ahorita, ahorita los editores y diseñadores de cierre no estaban acostumbrados a que alguien de pronto te dijera: no, esa no,</p>

<p>¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?</p>	<p>y te contestaran: es que no da. No, es que tú tienes que buscar la manera en que dé la foto, esa es la que yo quiero que esté y esa tiene que dar y es cuando entra mucho la contrapicada con ellos, porque si tú no me metiste a un curso de actualización de tu diseño entonces como quieres que te ayude, entonces, porque yo hice eso, ponerme a estudiar y basarme en la medida de la foto y ya tú le das el tamaño que tienes que darle, no decir: no, es que no me da. No tienes que ver el peso de la foto, porque lo que maneja mucha gente ahorita es por <i>WhatsApp</i> o de <i>Facebook</i> la bajo, está mejor que la del fotógrafo pero no les va a dar, entonces lo que hace el editor de fotografía es defender el trabajo de los muchachos y mi material, y, muchos dueños y cambios de diseño no se basan así, de la página del nuevo diseño abarcan un 40 por ciento de la página entonces si tu nuevo diseño es visual pues tienes que tener a alguien ahí, alguien que ya leyó la nota y que estuvo ahí y que sepa llegar y que ya leíste editoriales y llegar con un sentido de lo que ya paso en el día.</p>
<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>Ha cambiado mucho, porque para empezar tienes que llegar con intención de hacer algo, tú ya llegaste con un previo de haber leído algo de ese político, tienes que llegar con una imagen de algo que ya hayas tomado: ¡Ah!, este hace esto, éste hace el otro. Y conforme va dando su discurso va cambiando sus expresiones, o sea vas cambiando la imagen, entonces mucho tiene que ver la relación con fotógrafo-político en conjunto va pasando el discurso, porque puede empezar muy enojado y terminar contento entonces va cambiando la imagen y si te da una nota negativa pues tienes que buscar el la negativo pero si termina con algo positivo entonces es un bis y tienes que darle un punto intermedio porque es algo que tu imagen va a decir junto con la nota del reportero porque sí, muchos dicen, es que la nota no es importante y no, van de la mano. El texto rebasa la imagen o a veces la imagen rebasa al texto y hay veces que dices, es cuando dice el editor que la imagen no me refleja lo que dice la nota entonces ¿qué pasó? Entonces muchas veces por el hecho de que traes otro evento y el fotógrafo es muy flojo, muy al ahí se va, llego y doy clic, tiene llegar y buscar, como tienes que llegar a hacerlo, le voy a dar medios tonos, voy a dejar la luz así, hay este es muy enojón, me voy de otro lado, voy a dejar que hable, voy a dejar que se acostumbre a los fotógrafos, y tomo después, me voy a sentar a escucharlo, entonces es cuando se relaja el personaje y es todo tuyo, y te sale excelente.</p>

<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>No, vuelvo a lo mismo, o sea, ya cambió mucho el fotoperiodismo de antes al de hoy, antes éramos más atrevidos, antes era, buscar madrearte al político, ahora influye mucho, entre comillas, la relación que haya entre político con el jefe de edición, el político con el dueño, el político con publicidad, entonces ha cambiado mucho eso, lo busco y me lo madreo, el fotoperiodismo del político de antes era: se está picando la nariz, está haciendo esta expresión entonces cambia mucho, ha cambiado para bien de la política, inclusive cuando dice bueno, pues no tenemos nada, hay que ver de qué lado masca la iguana, hay compromiso o no hay compromiso muchas veces, ah! No hay y pues órale, es cuando las fotos lucen.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Tú te llevas a alguien de un periódico a otro y va a llegar con su propio estilo, es como un técnico, yo llego con mi estilo, aquí está y vende. Porque es un estilo llamativo, comparas portadas del “ABC”, “Milenio” y “El Norte”, comparan y vende, lo ves en la calle y lo agarras, ¿por qué? Pues por la foto. Aunque la foto interior no sirva, pero la portada te vendió, por ejemplo, “El Norte” sigue con el mismo estilo, fotos chicas y mucho texto, y nosotros cambiamos a mucha foto poco texto, es un proceso que estamos llevando, nuevo, y de acostumbrar a los editores y diseñadores que hay un estilo que va y que no va.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Más o menos ahora, ya influye mucho en los diseños yo creo que casi tos en lo que ven en “ABC”, en “Milenio” y revistas semanales ha cambiado mucho la imagen, la imagen ha cambiado un poco que ha sido, se ha convertido en algo importante, dejó de serlo por un tiempo, se fueron más por el lado de texto, de lo cultural, de lo ¡Ah, está escribiendo fulanito!, yo creo que eso ya cambió, cambió la imagen, se ha convertido en algo importante en medios de comunicación y en redes sociales, tú ves una imagen y luego luego te metes, yo creo que está resurgiendo la imagen, está comenzando a resurgir la imagen como pieza importante en el medio de comunicación.</p>

<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Híjole, ética. Es que sí, es como te digo, ha cambiado mucho, tú lo has visto publicado, un tipo como Jorge López que le vale, ahí entra la ética de que no tengo ningún compromiso contigo, y voy a publicar lo que yo quiera pero ya si mi editor o si ya mi jefe tiene algo contigo no hay bronca, pero mi trabajo ahí está, pero en cuanto a mi ética yo voy a hacer el fotoperiodismo que yo sé hacer, yo lo sé hacer así, si no te gusta, pues ya mi editor que haga lo quiera, pero yo no tengo ningún compromiso, mi ética y mi profesionalismo ahí están. No, no tienes ningún compromiso con nadie, no, aquí entra mucho la ética y el profesionalismo, ya los compromisos editoriales, comerciales, aquí ya son dentro de redacción, pero afuera, tu ética y profesionalismo tiene que llegar intacta a la computadora del editor.</p>
---	--

Nombre del entrevistado N° 7:	Lic. Jorge López Mendoza
Institución:	Fotógrafo, periódico Milenio
Inicio en el periodismo:	2007
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	La que todos usamos es la de los tercios que no juegan tanto con perspectivas, es más el personaje le sacas más provecho que los abiertos, tiene que ser más enfocado al personaje.
¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?	Tiene que haber relación entre la cabeza de la nota y la imagen que está viendo para que te que la gente la traiga que realmente haya una congruencia, que tu presentas una foto de acuerdo con lo que se está escribiendo. De repente no tienes una imagen que no puedes mostrar el alza de trifas, pero con un referente, pero siempre que haya relación que tengas una imagen si es de ese evento pues es mucho mejor.
Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.	Pues ahí si tienes que cuidar mucho la imagen del político, del personaje que estas recibiendo la nota porque llega a pasar que llegan a ofenderse, la formalidad de una nota tiene que haber también que la imagen que no se vea ridiculizado tiene que haber ese nivel estético y de composición, la formalidad y que no se vea ridiculizado.
¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter	La imagen tiene que ... en la política son notas serias y formales, informativo y en cuanto a eso, tienes que utilizar una imagen seria en ese aspecto.

político en relación con el discurso?	
Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.	Es que por ejemplo en espacio total llevan a veces un tema principal, a veces son dos o una que habla del tema, cuando es principal si lleva una foto muy grande que abarque casi toda la página, ahí si varía entre páginas y páginas, a veces en locales meten tantas notas que no alcanzan a meter fotos, aunque sea tema importante, pero porque tienes más notas.
Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.	No existe. No hay ética todos trabajan en base a lo que ellos piden, aunque traigas notas muy buenas y la declaración de que se va a matar al diputado de lo que dijo si ellos hablan de que corten esa parte lo hacen, lamentablemente el periodismo ya se perdió. En el caso de "Multimedios", van más allá de las ventas que la nota periodística. De una manera como te dicen en la escuela, pues si, tiene que existir la ética, pero en este trabajo te das cuenta de que no existe del autor de la nota. Por ejemplo, si pones en la nota del tarifazo en donde el de Transporte, -Jorge Longoria- que es muy sarcástico y siempre se está burlando de todo, pues no la podrías poner porque es imagen donde realmente exhibes al político, si existiera la ética en el periodismo por parte de los editores, si se llevasen esa imagen.

Nombre del entrevistado N°:8:	Lic. Enrique Ovalle
Institución:	Fotógrafo de Prensa del Gobierno del Estado de Nuevo León
Inicio en el periodismo:	1994
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	Aquí se aplican las teorías básicas del fotoperiodismo, la regla de tercios, perspectiva, todo ese tipo de cosas porque, a final de cuentas se aplican para todo, inclusive para la foto política.
¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?	Uno piensa que “El Norte” es el que debe sobresalir porque tiene más recursos, más personal y más gente capacitada es el que debe de ofrecerte una visión más periodística en cuanto a la relación nota-foto, lo demás están igual el “ABC” puede ser la excepción porque uno que está dentro del medio entiende que a veces no se tienen los recursos suficientes para los eventos y obviamente se respalda en los fotos oficiales que mandan de prensa de municipios o gobierno y obviamente no dejan de ser oficiales y sin embargo no dejan de ser periodísticas también entonces aplican un muy bien para esa función.

<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>A mi punto de vista personal, lo primero que tenemos que enfocarnos más que en carácter político es en carácter de retrato porque yo siempre he sentido que la cobertura oficial implica dos aspectos, obviamente con una composición estética fotográfica pero también un retrato, por que a final de cuentas el político es el personaje principal, y que se debe resaltar en esas tomas lo que se debe dar primero es una imagen positiva de él.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Aquí el lenguaje visual es muy amplio porque, como puede ser muy oficinista y enfocarte nada más en el personaje o en el político, puedes aplicar otros elementos que no se relacione directamente con el político, un logo, un slogan, puede haber elementos que metas en la foto que ubiquen lo que está haciendo el político en ese momento.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Yo creo que vaya, hay ciertas coberturas que tú ya sabes cómo van a ser, por ejemplo, el 15 de septiembre ya sabes juegos pirotécnicos y cosas de color que te ubique que estás haciendo una celebración en cierta área o en la zona, entonces eso es lo que se debe hacer prioritario en esas cosas, hay que saber cuándo las fotos de color pueden lo más importante que el personaje en sí.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>A veces estamos limitados, pero puede ser más crudo la foto que el texto, en dado caso de fotos de asesinatos a lo mejor la nota puede ser general, este, te explica brevemente el acto de violencia, pero la fotografía es muy gráfica, entonces se compensa una cosa con la otra, ¿no? En el Alex, en ese momento las fotografías de la destrucción eran más importantes que algún personaje, algún otro funcionario, una foto del desastre te ponía en tiempo, lugar y espacio de la situación más que un funcionario dando detalles en una rueda de prensa o en una oficina, o sea, era más que obvio que es lo que está reflejando en la foto del funcionario, tienes que mantener una imagen positiva de él, tienes que verlo y sentirte a gusto con el por qué él es lo que te está dando a entender por qué lo vas a asociar con algo malo.</p>

Nombre del entrevistado N°9	Lic. Ayesa Azael Rodríguez Sepúlveda
Institución:	<i>Freelance Getty Images</i>
Inicio en el periodismo:	2010
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	Predomina el retrato, mi experiencia y percepción es que por los espacios reducidos se le da prioridad a los retratos muy cerrados, las denominadas caritas, no necesariamente obedecen a una regla de composición por que independientemente de lo que el fotógrafo haga, al llegar la imagen al medio ya el esquema está dictado por el editor o por el diseñador en base a la publicidad, hablando en términos de la portada que hay poca publicidad pero ya tienen sus esquemas pre establecidos para solo encajar imágenes sin preocuparse de conservar una regla de tercios del horizonte, perspectiva, incluso la proporción áurea, pues yo diría que retrato nada más.

<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>Pues, muchas veces no necesariamente la imagen en si transmite algo por que suelen ser estáticas, no es en la mayoría de los casos en la que se ve al menos una acción dentro de ese mismo retrato que mencionaba antes en la que el personaje esté reflejando una palabra hacia lo positivo o lo negativo que constituye su discurso, de nuevo, aquí retomando el trabajo del fotógrafo como periodista o reportero gráfico , muchas veces el fotógrafo si tiene una intencionalidad y de eso nadie estamos ajenos con eso de que la información debe ser subjetiva todos le metemos algo de nosotros mismos ya que si tu como fotógrafo estas a favor de la causa de esa persona que estas retratando se va a notar, a lo mejor sutilmente a lo mejor más obvio pero puedes mandarle a los editores imágenes donde están haciendo gestos que no le favorecen al personaje, pero pues si el medio o el editor no le conviene quedar mal con ese político no usara esas imágenes, si no buscará las que beneficie, o al contrario a lo mejor pudiera caerte bien como fotógrafo pero si tu medio o editor o cualquier interés relacionado con la empresa periodística le conviene más bien hacer quedar mal pues buscarán aquella que lo haga ver mal, que lo haga ver grotesco, sí que lo denigre de alguna manera, y si, pues la relación puede existir pero muchas veces queda fuera del control de fotógrafo la publicación final pues todos sabemos que dentro de una cobertura mínimo lleva uno 20 fotos mínimo y de ese universo se publica solo una imagen si es que hay espacio y no está en control del fotógrafo es decir, cual es esa imagen que se publica.</p>
<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>Es difícil juzgar si el fotógrafo en si tenía conocimiento o tuvo la intención de utilizar una regla de composición o de estilo o cualquiera dado que al final la imagen se edita en función de espacio en la página, a mí me tocó gente de un periódico en la que los diseñadores ya tenían como 20 esquemas y decían: ¡ah! éste es el que me conviene y lo agarraban ni siquiera hacían un esquema nuevo cada día entonces la imagen se ve acotada a eso, a un esquema de practicidad que no obedece realmente a una necesidad de comunicar un mensaje específico sino agilizar procesos y en ese sentido la imagen bueno me ha tocado ver en mi experiencia yo lleve imágenes que tenían estos estilos, técnicas, imágenes con regla de tercios por decirte alguna cosa y al final la foto era retratito y la imagen se iba al centro y no queda nada de ese espacio que uno deja con la</p>

	<p>intencionalidad de dirigir la mirada incluso de dejar ese espacio para que el diseñador utilizara si la persona está cargada a la izquierda para que puedas ponerle sobre la misma imagen un texto a la derecha entonces ya la intencionalidad o el trabajo que haya hecho el fotógrafo pierde en ese tipo.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Pues es muy variado porque a veces es nulo y a veces está presente y de nuevo, cuando uno sale a cobertura de un evento, su orden de trabajo dice “reunión con las fuerzas jóvenes del partido tal” y uno va y cubre el evento pero no se le informa si tu medio está en pro o en contra del partido tal, o sea, tú vas y haces tu trabajo poco a ciegas sin saber si el reportero o el editor ya tiene pensado el ángulo que le va a dar o muchas veces tampoco te dice ya en el evento, el reportero es de “sabes que es que estoy viendo que la nota va por acá, entonces ayúdame a tener algo así” hay una desconexión que muchas veces creo que sería indispensable si uno quiere de antemano tener esa intención de conectar la imagen con la cabeza o con el contenido de la nota por que a final de cuentas el fotógrafo toma lo que está percibiendo sin tener una instrucción o retroalimentación de que se espera que consiga en ese evento y es un poco al azar, a veces el editor encuentra una imagen que si dice y que si refleja aquello que está poniendo en su cabeza o en sus primeros párrafos y a veces se llena el espacio con lo que mejor les conviene independientemente que haya una relación directa con la imagen y tampoco de Jaramillo que decía que todo se puede decir solo hay que saber cómo decirlo y contaba un ejemplo de “El Porvenir”, una nota de club de leones en que se habían juntado para ver como ayudaban a los sectores marginados de la ciudad, y el periódico no podía decir que esta gente “nice” se había juntado para sentirse bien con ellos mismos y que no tenían ninguna conexión con los sectores marginados de la ciudad , ni se les consultó ni se les buscó, entonces la foto en ese entonces que si se puede considerar era un acercamiento a los asistentes a sus zapatos, que eran puros zapatos finos y el pie de foto decía “la concurrencia” que aunque no había una conexión de la imagen de lo que decía el texto, era como que la manera rebelde y sutil del medio de decir estos nomas vienen a hacerse tontos para la foto, a ayudar a los pobrecitos pero realmente nosotros no sabemos que carajos es la pobreza y no los invitamos a que nos dijeran como les podíamos ayudar, entonces, pues, ojalá que es desconexión que</p>

	<p>existiera ahorita en los medios obedeciera eso, una intencionalidad de una denuncia sutil o no tan disfrazada pero generalmente obedece a eso que no hay una retroalimentación hacia el fotógrafo y a final de cuentas la imagen que acompaña a texto no la decide el fotógrafo sino el editor, a veces ni siquiera el reportero.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Un ochenta por ciento, porque dice aquí que tanto por foto y redacción, eso obedece a los medios que por más que digan que son una herramienta de manipulación política, los medios, las empresas no son ajenos al negocio, son negocios al fin y al cabo y lo que buscan es mover intereses, ejercer presión en sectores que sea que a ellos les convenga, obviamente lo que más mueve presupuesto en cualquier país en cualquier ciudad son notas políticas, las instituciones los partidos son las que tienen bajo control, pues todo el dinero con lo que se hace o no se hace algo, y es por eso que las portadas siempre apelan a eso, las acompañan con algunas otras cosillas ahí, trascendentes que había podido pasar en cuanto al soporte o alguna tragedia en los espectáculos pero a fuerza que mueve y mantiene a los medios es la política porque eso, o paga directo o paga indirecto pero de que se te paga, e te paga, si se mueve dinero, influencias, por eso es que a mi parecer al menos un ochenta por ciento de cada portada de cada día está dedicada a la política cada día.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Aquí es difícil cuantificar la presencia o la ausencia al menos para mí, porque yo se muchas cosas que pasan pero no conozco todos los hilos de a dónde van pero si yo supiera exactamente quienes son los dueños de "Milenio" o "El Norte", es decir sí, puedo saber los nombres, pero quienes son ellos realmente, que otras empresas tienen, que familiares tienen, es decir, porque solo sabiendo todos esos lazos podría uno saber si pegarle o no pegarle a un político, a una institución respecto algún tema que pueda estar relacionado o no con sus intereses, entonces, pues, supongo que algunos serán más discreto que otros, pero creo que no me siento en capacidad de decir si hay o no mientras yo no tenga un conocimiento amplio.</p>

Nombre del entrevistado N°10:	Lic. Jesús Israel Salazar Ríos
Institución:	Editor Publmetro
Inicio en el periodismo:	2009
Fecha de entrevista:	Febrero 2019

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	<p>Yo creo que una de las técnicas más utilizadas en la política es dependiendo de la situación pero creo que es la panorámica, en donde se pueda ver, el lugar o que está haciendo el político, en caso de un discurso pues a mí me gusta mucho hacer la de tres cuartos porque en ocasiones tienen ellos detrás alguna bandera o aditamento que te dice en qué lugar se encuentra o cual es el evento en el que están, identifica la foto, el lugar y sobre todo que te da un preámbulo de que noticias están dando en ese momento, ¿no?. Yo soy el que utiliza más esa técnica y también se puede ver en distintos periódicos esa técnica, muy utilizada por que normalmente los políticos se dirigen en discurso entonces yo considero que esa podría ser una de las técnicas más utilizadas en el fotoperiodismo. Los fotógrafos tienen que contestar al menos tres o cuatro de las preguntas noticiosas pero ha cambiado la forma de trabajar y ver la situación del fotógrafo porque hace algunos años no se utilizaba tanto el recurso de la foto nota, entonces en la foto nota tienes que contestar casi casi las cinco preguntas básicas del periodismo, entonces si se ha visto mucho o yo he notado ese cambio que por ejemplo periódicos como el "ABC" la portada es una foto nota, "Milenio" ha utilizado el recurso de la foto nota y "El Norte" pues la utiliza un poco más pero sigue guardando su estilo de hace muchos años, en el caso de "Publmetro" es más imagen, debemos de ser más descriptivos; la manera de trabajar del fotógrafo y de cómo ver la situación de las cosas si ha cambiado recientemente, y en general, la manera de trabajar en redes sociales, sabes que si es una foto es muy muy visual y noticiosa puede ser impacto de ser viral entonces, pues ibas por la foto por así decir "cajonera" ¿no?, pero yo creo que ya le tiras a esta foto se va a hacer viral. El fotógrafo también tiene que estar informado por que, si el político está metido</p>

	<p>en algún problema, pues alguna otra foto extra podría todavía llamar más a atención del mismo evento.</p>
<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>Las relaciones o la relación que debe existir siempre serán acorde de la nota pro que si la noticia es alegre pues no podemos mostrar a un candidato, político triste, pero esas deben de ser las principales relaciones, no solamente tomar al político a dar el discurso sino esperar el momento, la situación que te dé un preámbulo de la noticia, ¿no? El fotógrafo tiene que tomar o enviar fotografías que vayan en relación al evento o noticia que se esté dando, muchas veces viene un político o gobernador y aprovecha para dar un discurso alterno, ahí es donde también tenemos o debemos nosotros los fotógrafos de tomar una foto que vaya relacionada con lo que está diciendo, entonces, pues la relación aquí no entra por ejemplo la composición , estética, aquí entra lo duro, lo informativo y sobre todo que exprese algo, si nos dices triste pues obvio no podemos poner una foto alegre, entonces esa sería la relación, tiene que haber una congruencia ¿no?</p>
<p>Describe cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>En ocasiones en la política esto queda de lado o a veces no se toma tan en cuenta la estética de la fotografía por diversas circunstancias una de ellas es, la principal es la de lidiar con los compañeros, sobre todo si te dan “camarazos”, la principal pues sería esa, lidiar con compañeros sobre todo cuando son muchos y cuando el político no se para a que le tomes la foto, el camina o se mueve sin estar pensando que le están tomando una fotografía y aquí la estética queda de lado cuando la noticia es más importante o es la principal que debes destacar en una fotografía, a veces en una manifestación debemos de tomar la foto para dimensionar cuanta gente fue a la marcha o a lo que sea, a veces la estética aquí es irrelevante. Se puede ser como quien dice ambicioso o perseverante, cuando ves algo estético y esperas a que pase la persona o el político, pero es arriesgarte a que no tengas la foto entonces, yo creo que lo primordial es enfocarnos en la noticia, que la foto sea noticiosa arriesgando lo estético, y la composición. Yo creo que ahí sería arriesgar un poco la estética o el encuadre cuando la noticia es algo más importante; cuando tenemos una foto preparada o cuando tenemos algún set o algo, yo creo que sí es importante algo que se vea estético, pero en la mayoría de los casos yo creo que la tenemos que arriesgar para que sea la foto más noticiosa.</p>

<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Yo creo que el lenguaje visual en el caso de los discursos es una persona siempre expresa además del lenguaje verbal, se expresa corporalmente, el lenguaje corporal es muy importante, sobre todo los políticos que tratan de convencer a la gente lo que están diciendo entonces el lenguaje corporal es el que nunca miente, y ahí es cuando uno tiene que estar atento y ver si la persona está siendo sincera con su discurso porque ahí podemos captar una fallita entonces, el lenguaje visual no miente, el corporal. También ha habido fotografías en las que se las que se malinterpreta, ¿no? Pero si, o sea hay que ser cuidadosos en ese sentido porque una foto del tiempo puede ocasionar muchos, muchos problemas, yo creo que el lenguaje visual, aunque la fotografía sea muy visual o que vaya con el discurso o que no vaya con lo que va diciendo, son fotografías que se pueden utilizar en otro momento.</p>
<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Obviamente depende del medio, yo creo que la mayoría traen un treinta por ciento, cuarenta por ciento, digo, en cuanto a los periódicos más gráficos como el "ABC" y "Milenio" la fotografía es la que más te roba y ocupa más espacio, pero si se le da un cuarenta por ciento de espacio en total.</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Yo creo que la ética y moral está muy golpeada en el periodismo en cuanto a la fotografía, entre fotógrafos creo que nos respetamos mucho, pero en cuanto a los editores ellos lo ven más por "necesito la foto no importa de quien sea ni de donde la saquen" yo creo que esa moral y esa ética está un poco golpeada en muchos sentidos porque en ocasiones a veces el hecho y la noticia es "la fotografía en sí" no tanto lo que pasó. Sobre todo, por ejemplo, a veces también batallo y tengo que irme a los extremos, los sitios web te dañan más en ese sentido, ellos son los que usan más esas fotos ya sea porque se hicieron virales o porque van a decir la neta no sé, de dónde salió por tantas veces que se compartió o la persona que la tomó no le puso crédito ahí también se daña un poco</p>

Nombre del entrevistado N°11	Lic. Andrea Jiménez Cerda
Institución:	Fotógrafa Hora Cero, <i>freelance</i>
Inicio en el periodismo:	2014
Fecha de entrevista:	Febrero 2019
	la ética, entonces creo que es lo que más daña, pero en general creo que sí a la gente no le está importando.

Ítem	Transcripción
¿Podría mencionar en su conjunto las técnicas visuales más utilizadas en el fotoperiodismo en las notas de carácter político?	A mi percepción la foto tiene que ser dependiendo del periódico, pero se usa más la foto horizontal, pero insisto depende del tema o el evento si es una persona es vertical. El formato más usado, yo creo que siempre uso o horizontal, pero depende si es retrato pues vertical pero ya como evento o así pues horizontal. “El Norte” es el que me llega a la oficina compararla igual milenio lo veo un poco más, yo creo que el Norte utiliza más técnicas, pero es más cuestión artística, no podría decirte comparándolo con otro.
	La mayoría de las veces existe una relación porque no se entendería la nota porque a veces me importa mucho que con

<p>¿Podría mencionar las relaciones que existen entre la imagen y su respectivo discurso visual en las notas de carácter político?</p>	<p>una sola palabra y la imagen dice todo, un texto de 20 palabras y una imagen. A veces en fotos es tengo toda la información veo fotos de agencias y digo que chida foto, la foto de López Obrador que va en el auto y el ciclista y digo esa foto ya tiene todo el concepto, la esperanza, México, la sencillez y así el carro se ve más sencillo, la cercanía y toda esa cuestión de la foto te dice muchas cosas, ahí entiendo todo, no tienen que explicarte más que el pie de foto. Ahorita es mucho más eso, más visual. No puedo decir que no haya texto, pero creo que ahorita la gente es mucho más rápida todo quiere saber ya, la gente ya leer menos, a ver, dame un corto, y ya verdad disfruto ver más imágenes, si entras a <i>Daily Mail</i> es solo mas fotos. Estaría chido que los medios tradicionales se transformen en eso, más imagen menos foto.</p>
<p>Describa cómo es el nivel estético y de composición de la imagen visual en las notas de carácter político.</p>	<p>Creo que la mayoría de las veces igual manejas mucho las mismas técnicas, o sea, horizontal, retratos, caritas, en ejemplo en política usan muchas caritas. Es siempre el mismo guión, no hay mucho cambio en política. no cambian cosas más que la iluminación no hay mucho que hacer o al menos no experimentan los periódicos, lo mismo de siempre, las composiciones son las mismas, tienen que respetar la imagen del político, cuidarla, tienen que cuidar mucho lo que hacen tienes que hacer las mismas composiciones a menos que trabajes en la agencia.</p>
<p>¿Cómo es el lenguaje visual empleado en las notas de carácter político en relación con el discurso?</p>	<p>Cuando son, a mi experiencia, usan mucho la gente en campañas, así se manejan mucho tipo de cosas, te soy sincera, la política de aquí como que no me llama, o sea, no creo que haya cosas interesantes, con el bronco pensaba que pudiera ser diferente pero no, era lo mismo, pero a lo mejor te daba más imágenes distintas, salían de lo mismo de siempre pero la verdad creo que no hay mucho lenguaje, es lo mismo, respetan mucho esa línea, no se han modernizado porque también hay muchos intereses, hay muchas cosas que a final de cuentas afecta en el lenguaje de las fotos, “no tomes esa foto porque se ve mal”. Me gustó mucho la foto de “Milenio” de Maderito dije bueno, rompió con algo. Igual puede haber excepciones, pero muy pocas, tiene que ver que periódico sea, que político sea y así.</p>

<p>Aproximadamente, mencione el espacio total de la primera página y el porcentaje utilizado por las fotos y la redacción empleada en las notas de carácter político.</p>	<p>Creo yo que mucho más texto que foto la mayoría de las veces, “El Norte” maneja más texto que foto, la verdad, pone unas fotos súper chiquitas para lo que escriben, digo pues para que les piden tantas, entonces yo creo que lo mismo, es menos foto que texto, el texto se maneja mucho aun “El Norte” creo que aún sigue igual, pero se hace aburrido, espérate quiero más imágenes. “Publimetro” es más foto que texto, creo que, si puede ser el periódico que tenga más imagen que texto, las demás pues no. El segundo de diciembre compré el periódico y “El Norte” salió en portada lo de AMLO y dos fotos súper chiquitas y dije no puede ser que en un cambio de gobierno no hayan dado la importancia. En “Milenio” si pusieron toda la foto de López Obrador, pero si se quedó muy corto “Reforma”. Creo que en ocasiones sí se ve algo mal, y salió la nota como un domingo cotidiano. La que rompió la regla que no es foto, pero fue “El Sol de México” con todas las promesas de López Obrador, ya hablando de otro punto, creo que “El Norte” necesita como que actualizarse un poco</p>
<p>Comente en lo general la presencia de lo moral y la ética de las notas de carácter político de la primera sección.</p>	<p>Yo sí creo que un buen fotógrafo tiene que tomar las fotos, aunque no sea moral ni éticamente correcto, pero tiene que tomarla, aunque unos era lo correcto, tomar fotos a una persona en desgracia quizá no lo tomaría, pero traigo la responsabilidad de tomar imágenes. Quizá no se vea bien para ellos, pero pues sin llegar a un punto que no falte al respeto a ti, pero también yo creo que, si esto es mucho, no lo haría. Creo que los periódicos respetan un poco la cuestión de la moral, por ejemplo, en los narcos cero trabajo en eso, pero ya es distinto porque es otro ambiente. En lo del <i>Royal</i>, una familiar murió ahí y fuimos a la misa y varios amigos estaban afuera esperando y pues decía que pena que tenían que estar ahí tomando fotos. Un reportero del periódico entró a la iglesia y aun es más difícil porque ¿cómo llegas? ¿qué dices? Es complicado, creo yo, pero como fotógrafo yo traigo la consigna que estoy trabajando, me escudo con el que estoy trabajando. También hay riesgos, recuerdo de la vez del penal que estábamos de lado de los policías y un compañero me traía un casco, y tienes que estar ahí, te puede pasar algo, la adrenalina hace que se te olvide el peligro. Creo que sí, aún tienen un poco de moral en los periódicos. Hay para todos, ahí está el metro, si lo quieres ver, pues compra el metro o esos periódicos amarillistas.</p>

Glosario de personajes

Eugenio Hernández

Eugenio Javier Hernández Flores.

	<p>Político mexicano del Partido Revolucionario Institucional (PRI).</p> <p>Gobernador de Tamaulipas (2005-2010)</p> <p>Presidente Municipal de Ciudad Victoria, Tamaulipas, (2001-2004).</p> <p>Diputado Federal por Ciudad Victoria, Tamaulipas, (2000).</p> <p>Coordinador del Comité de Financiamiento del candidato a gobernador, Tomás Yarrington (2004).</p> <p>Recluido desde el 2017 en el penal San Mateo Atenco por delitos de peculado y lavado de dinero y actualmente está en proceso de extradición a los Estados Unidos por cargos de peculado, lavado de dinero y falsificación de documentos.</p>
Chapo Guzmán	<p>Joaquín Archivaldo Guzmán Loera</p> <p>Mejor conocido como “El Chapo Guzmán”.</p> <p>Narcotraficante y criminal mexicano, líder del Cártel de Sinaloa hasta su extradición a Estados Unidos en 2017.</p>
López Obrador, AMLO	<p>Andrés Manuel López Obrador</p> <p>Conocido también como AMLO.</p> <p>79º presidente de México desde el 1º de diciembre del 2018.</p>
Salinas	<p>Carlos Salinas de Gortari</p> <p>75º presidente de México (1988-1994).</p>
Bronco	<p>Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón</p> <p>Conocido como “El Bronco”</p> <p>Gobernador independiente de partido político de Nuevo León (2015-2021).</p>
Jorge Longoria	<p>Jorge Alfredo Longoria Treviño</p>

	<p>Director General de la Agencia Estatal de Transporte (AET) en Nuevo León (2015-2019). Fue cesado de su puesto por el Gobernador Jaime Rodríguez en junio del 2019.</p>
Alex	<p>El huracán Alex entró al estado de Nuevo León la noche del 30 de junio del 2010 dejando un total de 15 víctimas fatales, calles y avenidas gravemente dañadas al igual que carreteras sumando un total de 17 mil millones de pesos en daños.</p>
<i>Daily Mail</i>	<p>El <i>Daily Mail</i> es un periódico británico, fundado en 1896, de tamaño tabloide y dirigido a las clases medias. Es el segundo periódico más leído en Reino Unido.</p>
Royal	<p>Casino Royale Inaugurado en noviembre del 2007, el casino Royale fue víctima de un atentado terrorista en agosto del 2011 dejando un total de 52 personas y 10 lesionados. El ataque fue relacionado con disputa de área por el Cártel de Golfo y los Zetas.</p>
Ivonne	<p>Ivonne Liliana Álvarez García Diputada Federal del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Senadora de la República en la LXII Legislatura en el H. Congreso de la Unión por el estado de Nuevo León. Candidata a la gubernatura del estado de Nuevo León por parte del Partido Revolucionario Institucional en el 2015. Alcaldesa del municipio de Guadalupe, Nuevo León (2009-2012).</p>

Maderito	Adalberto Arturo Madero Quiroga Presidente Municipal de Monterrey (2006-2009) por el Partido Acción Nacional (PAN).
----------	---