



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y
LA COMUNICACIÓN**

Carrera de Comunicación Social

**Análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político
de la Revista Vistazo, período mayo-julio 2021**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

Wilson Andrés Torres Aguilar

DIRECTOR:

PhD. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

**LOJA – ECUADOR
2021**

Certificación

PhD. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado profundamente el presente trabajo de investigación denominada: **“Análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político de la Revista Vistazo, período mayo-julio 2021”**, perteneciente al egresado **Wilson Andrés Torres Aguilar**, previo a la obtención del grado de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, durante todo el proceso de investigación y edición considero que la investigación cumple con los requisitos necesarios para su sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizo su presentación y sustentación pública ante el tribunal examinador.

Firmado electrónicamente por:



EDUARDO FABIO HENRIQUEZ MENDOZA

PhD. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

DIRECTOR DE TESIS

Autoría

Yo, Wilson Andrés Torres Aguilar, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autor: Wilson Andrés Torres Aguilar

Firma:

Cédula: 1150359063

Fecha: 31 de marzo de 2022

Carta de autorización de tesis por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, publicación electrónica del texto completo.

Yo, Wilson Andrés Torres Aguilar declaro ser autor de la tesis titulada: “Análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político de la *Revista Vistazo*, período mayo-julio 2021”, como requisito para optar el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de la autorización, en la ciudad de Loja, a treinta y un días de dos mil veintidós.

Firma:

Autor: Wilson Andrés Torres Aguilar

Dirección: Loja, Ecuador

Correo electrónico: wilson.torres@unl.edu.ec

Celular: 099 116 4840

DATIS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: PhD. Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

Tribunal de grado: Presidente: Dra. Ketty Calva Cabrera PhD.

Vocal del Tribunal: Mgs. Alex Jaramillo Campoverde

Vocal del Tribunal: Mgs. Tatiana León Alberca

Agradecimiento

Agradezco a todas y cada una de las personas que hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo, a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, a la Carrera de Comunicación Social por brindarme la oportunidad de formarme como profesional.

De manera especial agradezco a mi madre, padre, hermana y amigos por el apoyo incondicional durante mi período de formación educativa. De igual manera, a los docentes por los conocimientos impartidos a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje, mismo que fue fundamental para el desarrollo de la presente tesis.

A mi director de tesis, Eduardo Fabio Henríquez Mendoza, por su tiempo, paciencia y asesoramiento durante la realización de esta tesis.

Wilson Torres.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo investigativo a mi madre, padre, hermana y amigos, quienes son el motor de mis días y jamás me dejaron solo en el largo camino hacia la profesionalización, siempre sumando con valiosos consejos. A todos los profesionales que amablemente colaboraron con sus conocimientos y experiencia.

De manera especial a Doky, por acompañarme incondicionalmente en las noches de desvelo.

Wilson Torres.

Índice

Carátula.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	5
4.1. La Imagen Antes del Celuloide.....	5
4.1.1. Las Cavernas.....	5
4.1.2. Promesa de Inmortalidad.....	6
4.1.3. Una Representación del Pasado.....	7
4.2. Evolución de la Fotografía.....	8
4.2.1. El Daguerrotipo.....	8
4.2.2. Rollos de Película Fotosensible.....	10
4.2.3. Fotografía Digital.....	12
4.2.4. El Pixel.....	12
4.2.5. Almacenamiento en Tarjetas SD.....	15

4.3. La Fotografía Pensada.....	15
4.3.1. Relación de Aspecto y Planos.....	15
4.3.2. Composición Fotográfica.....	18
4.4. Fotografía y Política.....	22
4.4.1. La Propaganda y la Opinión Pública.....	24
4.4.2. Fotoperiodismo.....	26
4.4.3. Fotografía y Política en Ecuador, caso <i>Revista Vistazo</i>	27
4.5. Análisis de la Fotografía en Medios de Comunicación.....	28
4.5.1. Narrativa Fotográfica.....	29
4.5.2. El Semblante y los Gestos en Fotografía Política.....	31
5. Metodología.....	35
6. Resultados.....	37
7. Discusión.....	64
8. Conclusiones.....	67
9. Recomendaciones.....	68
10. Referencias Bibliográficas.....	69
11. Anexos.....	88

Índice de Tablas

Tabla 1: Daguerrotipo.....	9
Tabla 2: Primera Cámara Kodak.....	10
Tabla 3: Profundidad de Color en Blanco y Negro.....	13
Tabla 4: Relación de Aspecto.....	17
Tabla 5: Planos Narrativos.....	18
Tabla 6: Regla de los Tercios.....	19
Tabla 7: Regla de la Mirada.....	20
Tabla 8: Ángulos Fotográficos más Comunes.....	21

Índice De Anexos

Anexo 1: Fichas de Observación.....	36
Anexo 2: Entrevistas a Profesionales.....	58

1. Título

“Análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político de la Revista Vistazo, período mayo-julio 2021”

2. Resumen

El presente trabajo investigativo establece un análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político en la *Revista Vistazo*, mismas que ocupan un espacio significativo en cada entrega. Al atravesar Ecuador una reñida época de elecciones, las fotografías de carácter político se vuelven el primer punto de contacto con la ciudadanía. Estas podrán sugerir un mensaje u otro dependiendo de sus características.

Atendiendo a las necesidades del presente trabajo se recurrió a métodos cualitativos de la investigación y técnicas de observación, los cuales permitieron configurar el conocimiento de la narrativa visual de las fotografías con carácter político, así como marcadas diferencias entre una fotografía orientada a la portada de la revista y aquellas que grafican los trabajos periodísticos dentro de la revista.

Se logró establecer que las fotografías con carácter político en la *Revista Vistazo* siguen patrones como la angulación contrapicada para sugerir heroísmo, sujetos políticos cercanos a la ciudadanía o sentados con la pierna cruzada y un libro entre las manos. Así mismo, la selección de las imágenes tiene una fuerte influencia de la línea editorial del medio y, en algunas ocasiones, no se trata a los sujetos políticos con el mismo rigor.

Palabras clave:

Medio de comunicación; Fotografía; Imagen; Mensaje; Política.

2.1. Abstract

The present investigative work establishes an analysis of the visual narrative of the photographs with a political nature in Vistazo Magazine, which occupy a significant space in each installment. As Ecuador goes through a hard-fought election season, political photographs become the first point of contact with citizens. These may suggest one message or another depending on their characteristics.

In response to the needs of the present work, qualitative research methods and observation techniques were used, which allowed us to configure the knowledge of the visual narrative of the photographs with a political character, as well as marked differences between a photograph oriented to the cover of the magazine and those that graph the journalistic works within the magazine.

It was possible to establish that the photographs with a political nature in the Vistazo Magazine follow patterns such as the low angle to suggest heroism, political subjects close to the citizenry or sitting with their legs crossed and a book in their hands. Likewise, the selection of images is strongly influenced by the media's editorial line and, on some occasions, political subjects are not treated with the same rigor.

Keywords:

Media; Photography; Image; Message; Politics.

3. Introducción

La fotografía con carácter político se ha convertido en una herramienta que permite el acercamiento de los representantes de un partido político a la ciudadanía. Este hecho podemos comprobarlo particularmente en tiempos electorales, donde los aspirantes a una curul se lanzan a la palestra pública a través de imágenes.

El presente trabajo académico tiene como objetivo principal analizar el mensaje que transmiten las fotografías de carácter político en la *Revista Vistazo*; de igual manera, conocer la evolución de la fotografía hasta su posicionamiento como un recurso político y analizar los patrones que sigue una fotografía de carácter político. Aquí encontraremos una recopilación de los hechos y avances tecnológicos que posicionaron a la fotografía como el medio predilecto para comunicar.

En la contemporaneidad vivimos en una sociedad que cada vez se vuelve más digital y menos realista. La fotografía con carácter político en los medios tradicionales como revistas, periódicos, agendas publicitarias, entre otros soportes, juega un papel decisivo a la hora de incidir en las decisiones de la opinión pública. Por lo expuesto, se planteó el interrogante: ¿cómo se presentan las narrativas visuales de las fotografías con carácter político en la *Revista Vistazo*? Interrogante que orientó y animó el análisis de esta investigación.

Metodológicamente, la presente investigación se enmarca en la recolección de datos cualitativa, con instrumentos como las entrevistas a profesionales afines a la comunicación y la fotografía y fichas de observación para el análisis de las fotografías.

En los resultados encontramos que la fotografía con carácter político es una constante en las entregas de *Revista Vistazo*, llegando a ocupar gran parte de la portada y teniendo presencia especialmente en las primeras páginas.

4. Marco Teórico

4.1. La Imagen Antes del Celuloide

4.1.1. Las Cavernas

Hace 30 mil años, el hombre empezó a pintar figuras de animales en las paredes de las cavernas y en rocas aisladas, se trataba de una manifestación mágica y espiritual, a través, de la cual buscaban debilitar a sus presas. Lo que un día empezó como una estrategia más de supervivencia, se convertiría luego en las bases de la expresión artística, al dotar a dichos bocetos de un mensaje íntimo, coherente con la cosmovisión del autor y coherente también con los códigos de cada espacio geográfico, pues la representación de la figura humana sufre modificaciones según la región, algunos más altos, otros más estilizados, y ni hablar del color de piel (Luna, 2003).

Garaudy (1986) miraba al arte como una sentida manifestación del hombre por alejarse de sus antepasados homínidos, al construir mundos desde una perspectiva humana. El arte rupestre granjea una variedad de emociones con impacto individual y social, pues sus autores llevaron lo simbólico a un plano visible y tangible. Con los ritos propiciatorios evolucionando hacia los cultos religiosos, la imagen evoluciona hacia un nuevo estadio ya que las representaciones de dioses no solo son muestra de sus poderes sobrenaturales, sino que crean un estrecho vínculo con los mortales.

A día de hoy, las representaciones en forma de imágenes son de vital importancia para hacerse con un registro de la realidad. De Carlos (2008) postula que:

La dimensión antropológica de las imágenes se inicia en los tiempos más remotos cuando en la prehistoria los humanos, para apropiarse mágicamente del mundo exterior, representan, con mayor o menos fidelidad, los elementos que configuran la realidad de los seres y las cosas que los rodean. (p. 121)

Por ende, ramas como la científica o la artística no serían las mismas sin una representación visual de su quehacer que les permita plasmar y transmitir sus hallazgos a las generaciones venideras.

4.1.2. Promesa de Inmortalidad

Ya sea un mamut, un bisonte o un cazador empuñando su lanza, las pinturas rupestres son el punto de partida para hablar de la imagen, que no es otra cosa que, “un soporte visual que materializa un fragmento del entorno óptico, susceptible de subsistir a través de la duración” (Moles, 1991, p. 3). Y, es justamente la promesa de inmortalidad donde radica su valor añadido: todo sujeto representado en una imagen, sea al carbón, óleo, celuloide o digital; está destinado a morir inevitablemente, pero no así su representación. Es más, hasta cierto punto, mantiene viva una parte del sujeto y la reaviva cuando se mira. En palabras de Brea (2010):

Ellas (las imágenes) son portadoras, por encima de todo, de un potencial simbólico, de la fuerza de abrir para nosotros un mundo de esperanzas, de creencias, un horizonte de ideas muy generales y abstracto al que nos enfrentamos movilizándolo, sobre todo, nuestro deseo —acaso nuestro deseo de ser—. Ellas están ahí queriendo hablarnos —o dejando que nosotros nos hablemos a nosotros mismos, frente a ellas— de lo que somos, de lo que creemos ser y de qué —como tales— nos es dado esperar, al fin y al cabo. (p. 9)

Prueba de ello son las imágenes religiosas, capaces de insertar un cúmulo de sensaciones en los feligreses con la presencia de una imagen, que nunca viene sola, sino cargada de toda una ideología. También las fotografías familiares, capaces de rememorar tiempos pasados y prueba fehaciente del inevitable paso del tiempo.

4.1.3. Una Representación del Pasado

En la vertiginosidad del tiempo, las imágenes congelan un momento para la posteridad y congelan también la esencia de lo representado. Las imágenes nunca vienen del futuro, tampoco anteceden al presente, las imágenes son siempre una representación del pasado, un recuerdo contaminado de algo que parece ser mejor que el momento actual y acuden al llamado de esperanza, de anhelo por volver a un estado anterior. Sin embargo, no todo es fatalismo, las imágenes también atienden la urgencia de escudriñar el pasado para entender los tiempos modernos y, luego, patrimonializarlo (Sontang, 2005). Hogaño nos encontramos en una sociedad de la información donde el texto sigue siendo de gran importancia para describir y desentrañar sucesos relevantes, pero la imagen constantemente gana terreno por su facilidad de lectura y por mostrar visualmente lo que las palabras dicen con cierta lejanía.

Más adelante, la iglesia haría uso de representaciones divinas para transmitir todo un arsenal de ideas y convencer a sociedades enteras, a un continente entero si se quiere (Belting, 2007). Cruces de madera y representaciones de Jesucristo se enfrentaron a escudos y lanzas que perdieron la batalla. He ahí, uno de ese poder inmaterial de las imágenes, capaz de transmutar completamente la historia.

Ya en una edad de la historia más contemporánea y, gozando de una posición social favorable, las personas podían acceder a una representación de su imagen plasmada en “un cuadro en el que se reconoce a un sujeto particular por la semejanza y parecido principalmente con su rostro y que además suele titularse con el nombre del representado” (Martínez-Artero, 2004, p. 16). Nuevamente, el móvil del retrato es la búsqueda de la inmortalidad, aunque esta vez hay un aditamento diferente, singularidad: el sujeto retratado

no busca solo permanecer en el tiempo, sino mostrarse como un elemento distintivo de la sociedad.

Detrás de cada pincelada, hay una historia que el autor quiere contar, a través, del uso progresivo de líneas, trazos, color o la ausencia total de estos. Ya no pretende debilitar a su retratado, como sucedía en las cavernas, en cambio anhela exaltarlo, atestarle de poder y belleza. Aunque, ciertos autores miran en el retrato una suerte de magia o poder sobrenatural, sea Allan Poe (2015) con su Retrato Oval, donde el óleo absorbe cada respiro de la modelo o Dorian Grey (2008), en las antípodas, al transmitir su vejez a un retrato.

Se infiere, entonces, que las imágenes han acompañado el larguísimo recorrido y evolución del ser humano, desde pinturas rupestres hasta retratos de personajes ilustres, pasando por imágenes divinas. Gracias a ellas hemos desentrañado el pasado para idealizar el futuro, pues, “se presentan como elementos artificiales del medio ambiente, como los mensajes transmitidos de un individuo a otro. Son una experiencia óptica, como mensaje a través del espacio” (Moles, 1991, p. 3). Sea cual fuere el caso, la intención es la misma, transmitir un mensaje, contar vivencias, recordar lo que un día fue y ya no es.

4.2. Evolución de la Fotografía

4.2.1. El Daguerrotipo

En la Academia de Ciencias de París, según Gabaldá (2019) el inventor Louis Daguerre presenta un novedoso invento en el año 1839 como se ve en la Figura 1. El francés hace una demostración mediante un aparato capaz de reproducir imágenes, a través, de mecanismos puramente técnicos. La historia nos cuenta que se trató de una caprichosa casualidad, cuando:

Al poner una placa expuesta en su armario químico encontró, unos días más tarde, que ésta se había convertido en una imagen latente a causa del mercurio que se evaporaba

y actuaba como revelador. Otra de las innovaciones de Daguerre fue sumergir la imagen en agua salada muy caliente o "hipo" (tiosulfato de sodio), con lo que obtuvo unas imágenes mucho más nítidas. Sus primeras placas consistieron en bodegones y una escultura antigua, que al ser blanca y un objeto inmóvil se reflejaba muy bien con la luz y no había ningún problema con las largas exposiciones. (Gabaldá, 2019, p. 1)

Figura 1

Daguerrotipo



Nota. Recreación del daguerrotipo. Reproducido de Daguerrotipo, por La Vanguardia, 2020, (www.lavanguardia.com). CC BY 2.0

El francés bautizaría a su invento como daguerrotipo y pronto se convertiría en el procedimiento de fabricación manual más moderno, no dejando de lado otras formas de representación como la pintura o el grabado, pero sí ganando espacio y adeptos, pese a las largas horas de exposición necesarias para plasmar una imagen. Por tal motivo, la incipiente fotografía se ocupaba esencialmente del bodegón o de materia muerta para evitar lo que hoy conocemos como trepidación. Aunque también hay registro de fotos familiares con tiempos de exposición significativamente largos, para tal proeza, eran necesarios una especie de esqueletos sólidos que sostenían la cabeza de los sujetos para mantener la misma posición mientras el material fotosensible hacía su trabajo (Bravo, 2019). Muchos de estos

inconvenientes técnicos están resueltos a día de hoy gracias a las altas velocidades de obturación, que tranquilamente llegan hasta 1/4000 de segundo para congelar movimientos rápidos, como en la mayoría de deportes o la vida salvaje.

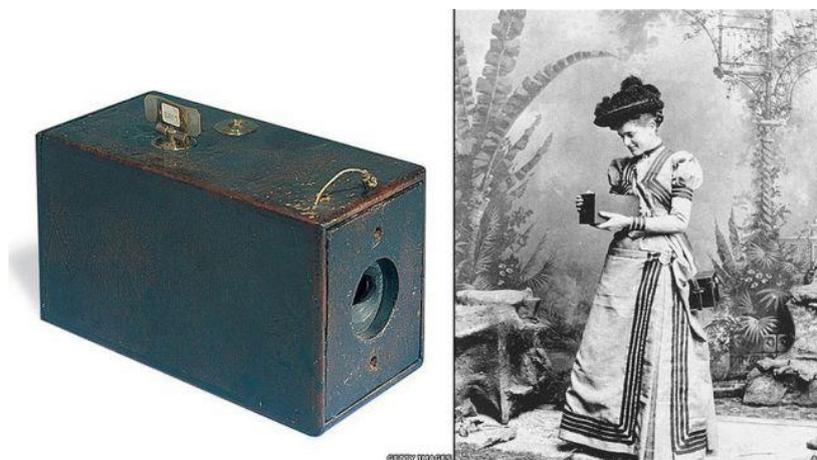
4.2.2. Rollos de Película Fotosensible

Si bien el daguerrotipo revolucionó la forma de representar la realidad, no se quedaría por mucho tiempo, estaba próximo a experimentar una serie de cambios y evolucionar a la fotografía analógica, de la mano de uno de nombres más famosos en toda su historia, Kodak.

En los Estados Unidos de Norteamérica, George Eastman crea la cámara «Kodak». Ésta es liviana y de pequeñas dimensiones, se halla equipada con un foco fijo y una velocidad de obturación predeterminada, teniendo un precio para el público de 25 dólares; pero lo más novedoso de ella es que viene cargada con un rollo de película de 100 exposiciones y su manipulador ya no necesita ser un profesional. Este último sólo tiene que tomar las imágenes y enviar por correo la cámara hacia la receptoría de la empresa, que por 10 dólares la devuelve a través del mismo medio, nuevamente cargada y acompañada de las 100 fotografías tomadas anteriormente. Es importante señalar que el precio de 10 dólares equivale en ese momento, más o menos, al costo de una mensualidad en el alquiler de una vivienda de clase media. (Raydan, 2012, p. 134)

Figura 2

Primera Cámara Kodak



Nota. Recuperado de Primer Daguerrotipo, por BBC News, 2012, (www.bbc.com). CC BY 2.0

Es así que, a partir de los últimos años del siglo XIX, las viejas placas quedan relegadas para las cámaras de grandes dimensiones, a la vez que se populariza el formato de 35 milímetros (Rubal, 2018). Con la llegada de la cámara compacta Kodak, se popularizó la fotografía entre los usuarios bisoños, «Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto», era el *slogan* de una compañía que vendría a revolucionar las formas de comunicación. En palabras de Chaves (2007) “la imagen está irrumpiendo de una forma tan determinante en nuestra forma de conocer el mundo, nuestra realidad tanto cercana como remota, que parece que está imponiendo una dialéctica entre el texto y la imagen” (p. 185).

Por aquel entonces, las limitaciones técnicas tan solo generaban imágenes que iban del blanco al negro puro, pasando por los medios tonos (grises), esta situación obligaba al fotógrafo a contar su historia a través del contraste de las formas y elementos compositivos. Muchos románticos de la fotografía monocromática sostienen que la ausencia de color genera un dramatismo y emoción muy particular, tanto así que se mantendrían firmes con su

binomio de colores pese a los avances en materia de películas fotográficas (Garrett, 1991). Es menester recordar que ataño se acostumbraba pintar las fotografías manualmente con acuarelas, óleos y otros pigmentos en un afán desaforado por capturar la realidad con el mayor detalle posible (Sardina y Ortiz, 2007). Luego, la historia nos contaría que el blanco y negro gozaba de un toque especial, tal vez por estar íntimamente ligado al origen mismo de la fotografía, tal vez por no contaminar el mensaje con colores.

Llegado el siglo XX, la fotografía entra en una especie de reposo, por algunos años se mantiene sin cambios significativos hasta que el propio Kodak introduce la primera película de color. La necesidad de fotografiar escenas fieles a la realidad y una frontera de paso obligado en el camino de la fotografía, llevarían a la empresa líder del segmento, Kodak, a trabajar en una película capaz de capturar y reproducir colores. Kodachrome sería el nombre elegido para esta variante de celuloide (Kurtz, 2000) y pronto se convertiría en el estándar, aunque sin destronar jamás a su antecesora, la imagen en escala de grises, presente hasta nuestros días y ampliamente difundida.

4.2.3. Fotografía Digital

Muy a menudo se asocia el desarrollo de la fotografía digital con el nacimiento mismo de la informática, sin embargo, hay una brecha significativa entre ambas. Cuando los ordenadores ya formaban parte importante de las actividades militares y luego, cuando Steve Jobs y Bill Gates acercaron los computadores al hogar, aún se hablaba de fotografía analógica, aunque siempre ha estado latente la intención de hacer un puente entre la cámara de fotos y el procesador de una PC, ejemplo de ello, la Imágenes Digitales Procesadas (IDP) que:

Consiste en almacenar digitalmente materiales visuales previos —por ejemplo, fotografías, reproducciones fotográficas, películas o vídeos— para trabajar

posteriormente sobre ellos y alterarlos/manipularlos de múltiples maneras. Es decir, son imágenes obtenidas a partir de dispositivos de conversión analógica-digital, como los escáneres o las cámaras digitales y pueden ser manipuladas digitalmente a través de software, pero éste no interviene directamente en su proceso de creación. (López, 2014, p. 52)

Para ejemplificar, una Imagen Digital Procesada sería una fotografía escaneada para ser reproducida en dispositivos electrónicos, a sabiendas de que hay otro tipo de imágenes que son puramente digitales desde su concepción. Para esto último son muy comunes los programas de renderizado 3D como Cinema4D, Blender o Unreal Engine.

4.2.4. El Pixel

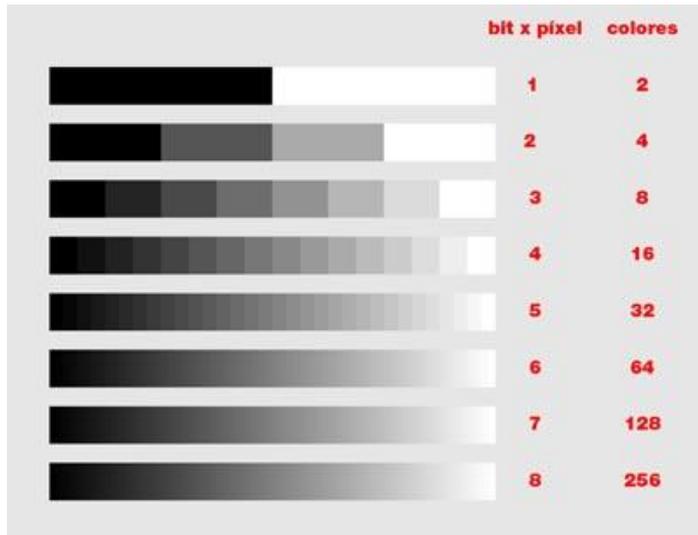
En 1978 aparece nuevamente un viejo conocido, Kodak, que encomendó a sus ingenieros el desarrollo de un modelo de cámara que, en lugar de plasmar las escenas sobre rollos de película, lo hiciera sobre un sensor electrónico. Ahora, el invento no reside en el sensor electrónico (CCD), que había sido inventado algunos lustros antes, sino en incorporarlo con un lente y un circuito (Jordan, 2019). De esta manera se logró transformar señales eléctricas en digitales para luego poder imprimir imágenes en diarios y revistas.

En fotografía analógica, la película está formada por pequeños granos de plata fotosensibles que revela la imagen; en fotografía digital esos pequeños granos se transforman en píxeles, contenedores de información variable que se mide en *bits* (unidad mínima de información en informática). En una imagen a un bit por píxel, cada píxel representa únicamente blanco o negro, obteniendo así el máximo contraste, sin tonos medios (grises), conforme aumenta la profundidad de bits, aparecen paulatinamente los colores (Liñán, 2014). Por norma general, las fotografías orientadas a la web se comprimen a 8 bits para acelerar su

subida y lectura, sin embargo, es recomendable trabajar a 16 o incluso 32 para tener mayor rango de colores.

Figura 3

Profundidad de Color en Blanco y Negro



Nota. Recuperado de Bits por Píxel, por Curso de Photoshop, 2003, (www.pixelnauta.com).

CC BY 2.0

Entre las ventajas del nuevo sistema de grabado de imágenes sobresale la posibilidad de acceder a ellas instantáneamente sin pasar por un cuarto oscuro ni esperar a que las sustancias químicas surtan efecto. Además, el fotógrafo puede ahora ver la imagen final antes de despedirse de su modelo o de abandonar el paisaje, por poner un ejemplo, y hacer las correcciones necesarias, cosa imposible en los tiempos del rollo de película, donde muchas veces se evidenciaba errores de exposición, encuadre o enfoque unos días después en el proceso de revelado (Jordan, 2019). Pero, sin lugar a dudas, el mayor cambio que sufrió la fotografía digital frente a su antecesora es la posibilidad, casi infinita, de capturar imágenes. Dado que hablamos de un sensor y no de rollos de material fotosensible, se puede hacer

tantas fotografías como se quiera, sin la limitante de un número determinado de exposiciones ni de sensibilidad.

Lo que para muchos profesionales de la fotografía significó un avance digno de aplaudir, para otro representó la muerte misma de un arte.

Las destrezas artesanales se han transformado en la pequeña caja de plástico gris del ordenador personal. En este nivel, se expresan el temor por la posible desaparición de las habilidades, las funciones sociales y las responsabilidades políticas asociadas a la vocación o a la profesión de fotógrafo. [...] Y para el consumidor de imágenes fotográficas, seguramente una parte importante de la población mundial a diferentes niveles, ya no es posible mantener la creencia en un vínculo significativo entre la apariencia del mundo y la configuración concreta de una imagen material. (Lister, 1997, p. 16)

Resulta muy común el argumento de que la fotografía digital no tiene la misma calidad que la analógica, o que no es lo mismo grabar una foto en un disco que imprimirla y palparla con las manos; incluso, en sus inicios, se dudaba de la fiabilidad de los soportes digitales, de su capacidad para reproducir los colores con exactitud y de la seguridad para almacenarlas. Más tarde, cuando el cine iba a cruzar esa frontera natural, los argumentos de los viejos hacedores de películas sería el mismo. Al final, la transición fue inevitable y parece ser un patrón que los profesionales tienden a mostrarse reacios al principio, para ceder más tarde.

Los que sí aprovecharon los beneficios de la fotografía digital fueron los usuarios aficionados, que empezaron a disparar sin las limitantes del rollo ni las complicaciones del revelado.

4.2.5. Almacenamiento en Tarjetas SD

Con la sustitución del grabado de fotografías sobre material fotosensible, surge también la necesidad de escribir la información de los mapas de bits en un soporte digital. No se trató de una innovación orientada exclusivamente a la fotografía, sino a almacenar contenido multimedia, esta se sirvió de los avances en materia de memorias flash para guardar sus archivos.

Si bien ya existían tarjetas de memoria como la MultiMediaCard, inspirada en los viejos disquetes, o la Memory Stick de Sony, la cual era compatible con equipos fotográfico de la misma marca; es en 1999 que la coalición formada por SanDisk, Matsushita y Toshiba se plantean crear un formato que se mantiene vigente hasta nuestros días, la tarjeta SD, la más pequeña lámina de plástico con terminaciones eléctricas de toda la familia (Marinello, 2014). Su tamaño abrió la posibilidad de insertarse en lectores de tarjeta más grandes, ampliando así sus posibilidades de conexión.

4.3. La Fotografía Pensada

4.3.1. Relación de Aspecto y Planos

El solo hecho de delimitar una imagen dentro de una figura geométrica, cuadrada o rectangular, condiciona la narrativa visual de la fotografía y genera en el lector estabilidad, incomodidad o agobio, incluso antes de analizar otros elementos compositivos (Crespo, 2020). Es por ello que, muchas veces, la relación que establece el fotógrafo con el entorno, no se transmite al producto visual y aflora una suerte de incoherencia entre la escena real y la fotografía final.

En muchas ocasiones se relaciona la acción de fotografiar con el proceso de “recortar” o de fragmentar el entorno en imágenes, de extraer los elementos de su contexto para establecer finalmente, a través de ese corte, un juego entre figuras y fondos y de

proyectar de esta forma, todo un mundo personal y subjetivo de ver y pensar del fotógrafo. (Gutiérrez, 2016, p. 377)

Es durante el proceso de encuadrar que el fotógrafo tomará decisiones más o menos conscientes dictadas por su bagaje cultural y preferencias personales, sobre qué elementos incluir y cuáles dejar fuera de la composición sin transgredir el mensaje. A pesar de ser la fotografía una “realidad fragmentada” (Merchán, 1993, p. 17) sigue siendo una poderosa herramienta para transmitir mensajes con más claridad y rapidez que el texto.

En este sentido, los planos son un recurso narrativo muy práctico tanto en fotografía como en cine. Cada uno da información diferente y, usados correctamente, pueden transmitir el mensaje deseado. Para Mártir (2022) de todos los planos existentes, hay unos que resultan más narrativos:

- **Plano General.** Se utiliza para contextualizar, los personajes de cuerpo completo.
- **Plano Medio.** Abarca hasta la cintura y es un estándar en la fotografía de retrato y moda.
- **Plano Americano.** También se le conoce como tres cuartos porque llega hasta las rodillas. Logra contextualizar mejor que el medio, pero no tanto como el general.
- **Primer Plano.** Cubre el rostro y los hombros. Comunica cercanía e intimidad.

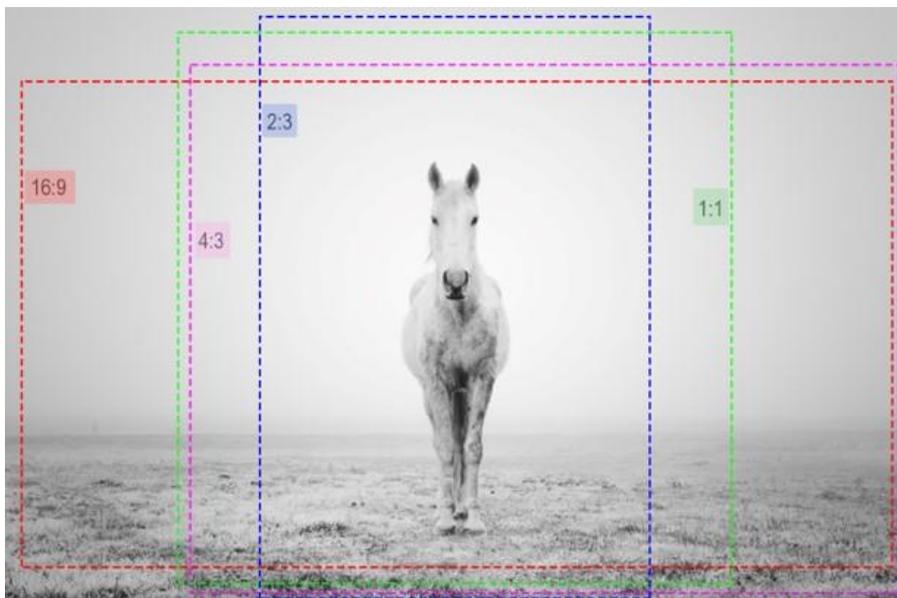
Las formas geométricas que contienen las fotografías también inciden en la lectura y pueden granjear un cumulo de sensaciones en el receptor. El formato más común es el horizontal y se usa ampliamente en paisaje.

Sabemos que sin duda el formato horizontal es el más cómodo y familiar al uso, el que menos distorsiones produce, posiblemente por nuestra visión natural binocular que nos proporciona una panorámica más o menos horizontal, porque al mirar los ojos se mueven preferentemente de un lado a otro. (Gutiérrez, 2016, p. 327)

Por otra parte, el formato vertical se suele emplear normalmente para el retrato ya que aísla mejor el elemento y se adapta mejor a las formas verticales como ciertas arquitecturas o los retratos de cuerpo entero. Y, finalmente, en medio de los dos formatos se sitúa el cuadrado, donde la composición tiende a la simetría gracias a su vigoroso punto focal ubicado en el centro (Colorado, 2019).

Figura 4

Relación de Aspecto



Nota. Recuperado de Formatos Comunes en Fotografía, por Tania Crespo, 2020, (www.taniacrespo.com). CC BY 2.0

Figura 5

Planos Narrativos



Nota. Compendio de todos los planos existente. Recuperado de Planos Fotográficos, por Alejandro Mártir, 2020, (www.creatyum.com). CC BY 2.0

4.3.2. Composición Fotográfica

Establecida la forma geométrica que servirá de contenedor para la fotografía, es menester analizar la disposición de los elementos dentro de ella, lo que se conoce como composición fotográfica y para lo cual existen algunas reglas.

Como lo menciona Casal (2019) en su análisis de la fotografía de Pete Souza, encargado de retratar al expresidente Barack Obama, la fotografía cobra vigorosidad cuando enseña algo más, cuando no solo retrata el momento, sino que lo revive. Pero dicha tarea no es del todo sencilla, lo corrobora Dánika (2016):

Cuando tú observas una escena con tus ojos, tu cerebro selecciona el elemento o sujeto de interés. Pero la cámara no puede hacer esto, ésta captura todo lo que está enfrente de ella, lo cual puede terminar en una foto desordenada sin ningún punto de interés claro. (p. 1)

Es por ello que existen algunas reglas de composición capaces de orientar la labor fotográfica, descuello la regla de los tercios, que “establece la división del rectángulo en partes proporcionales, agradables a la vista y consecuentemente a la imagen que contenga, y es seguramente la regla de composición más conocida y válida tanto para la fotografía como para la pintura y el resto de las artes” (Muño, 2016, p. 1).

Figura 6

Regla de los Tercios



Nota. Obama ubicado en el tercio inferior izquierdo. Recuperado de Tour of the Acropolis, por Pete Souza, 2016, (www.obamawhitehouse.archives.gov). CC BY 2.0

Otra regla, igualmente común, tiene en cuenta la mirada, su espacio y dirección. Casal (2019) recuerda que Pete Souza tiene especial cuidado con este recurso, pues es necesario dejar cierto espacio o aire delante de los ojos para darle perspectiva a la visión. Y, aunque toda regla tiene sus excepciones, hay que romperlas bajo un criterio. Como vemos en la

figura 7, no hay suficiente aire delante de Obama, pero se justifica por las necesidades comunicativas que atiende Pete: la lejanía con la bandera de Israel y la probable incomodidad del ex mandatario norteamericano.

Figura 7

Regla de la Mirada



Nota. Espacio frente a la mirada. Recuperado de Meeting in the Roosevelt Room, por Pete Souza, 2013, (www.obamawhitehouse.archives.gov). CC BY 2.0

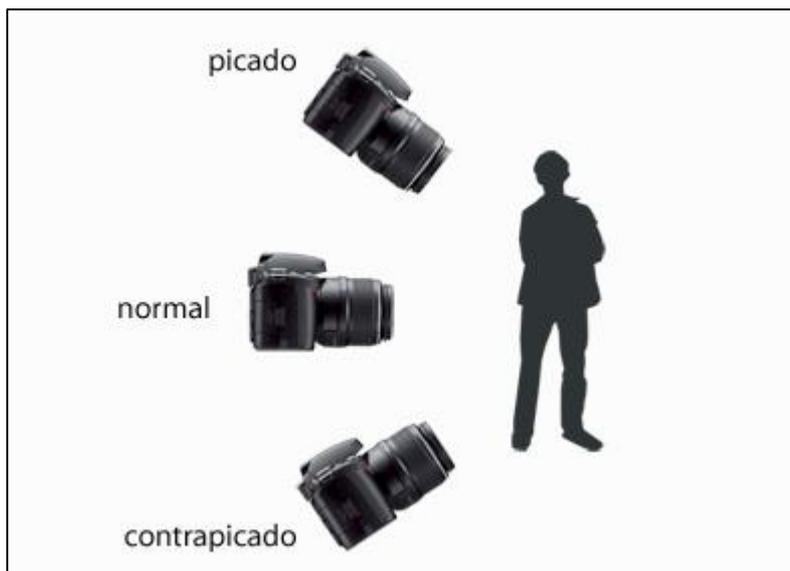
Dentro de la composición también incide el ángulo desde donde se tome la fotografía. Lachat (2011) nos recuerda que hay tres grandes divisiones:

- **Á nivel:** la cámara permanece horizontal y a la altura de nuestros ojos. Es el ángulo clásico al que estamos acostumbrados en la vida real, quizá por eso generalmente es el más descriptivo o el más fácil de ver.
- **Picado:** la cámara está volcada hacia delante y más elevada que el sujeto fotografiado. Lo que fotografiamos conduce a una posición de inferioridad o de postración respecto a la cámara.
- **Contrapicado:** Si el ángulo picado se consigue situando la cámara por encima del sujeto, el contrapicado lo logramos situando la cámara en una posición inferior al

objeto a fotografiar. Con este ángulo dotamos al objeto fotografiado de mayor importancia, superioridad, majestuosidad y, sobre todo, de una posición dominante frente al observador.

Figura 8

Ángulos Fotográficos más Comunes



Nota. Adaptado de Tipos de Ángulos en Fotografía, por Diego Liarte, 2010, (www.xakatafoto.com). CC BY 2.0

De los tres, el más popular en fotografía de carácter político es el contrapicado, pues dota al personaje de ciertos valores de superhéroe; mientras que el público que observa la foto queda en una posición de debilidad.

Finalmente, otro elemento inherente a la composición fotográfica es el color. Cuervo (2012, como se citó en Murga, 2019) recuerda que:

El color es una parte del espectro lumínico, y al final es energía vibratoria. Y esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda

(del color en concreto) produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes. (p. 10)

Mientras los colores claros tienen una connotación positiva y suelen ser percibidos como alegres, los oscuros quedan relegados para la tristeza y la sobriedad. A más de ello, dentro de colorimetría, existen tonos cálidos y fríos: los primeros atestiguan de dinamismo y excitación; los segundos son calmados y sedativos. Luego, el blanco y negro, así como el sepia, comunican vejez por haber sido los primeros métodos de grabación de imágenes (Mendoza, 2003).

Dentro de la política, el color puede hacer distintiva a una ideología de otra o confundir a los votantes; puede sugerir izquierda o derecha, y todo esto porque el color persuade, sugiere ciertas acciones casi involuntarias y granjea un sentido de pertenencia.

Históricamente la gran mayoría de los partidos han adoptado distintos colores que les ayudan a formar su identidad y tratar de diferenciarse política e ideológicamente. En muchos casos, estos colores están normados y claramente definidos en los estatutos partidistas, y son utilizados como parte de los logotipos y emblemas de los partidos. (Valdez, Huerta y Díaz, 2012, p. 31)

El color evoca emociones y sensaciones distintas; muchas de ellas dependen del lugar en el mundo donde se encuentren las personas. Una de las propiedades psicológicas de los colores es que son capaces de evocar determinados valores afectivos, emocionales o conceptuales.

4.4. Fotografía y Política

Con el acercamiento que suponen las multiplataformas comunicativas, el gobernante ya no se limita únicamente a gestionar sus acciones desde un palacio de gobierno hermético, restringido para el común de los ciudadanos. Actualmente, plataformas como *Twitter* son

explotadas por los departamentos de comunicación para dar a conocer las actividades, desmentir injurias, pero más que nada para mantener la cercanía con los ciudadanos.

Para llevar a cabo una comunicación efectiva y de alto impacto, es necesario que los políticos actúen de manera distinta, de igual manera, quienes reciben la tarea de dar a conocer estas actividades deben considerar mensajes claros y cercanos a la población. Actualmente el ciudadano o político que aspire a determinado cargo debe comunicar con mensajes que motiven el sentimiento a través de un cambio radical en la manera de presentar con contenidos, tomando en cuenta que la sociedad actual está bombardeada de mensajes. (Castro, 2021, p. 14)

Por este motivo, las imágenes se han convertido en una herramienta sustancial para comunicar mensajes políticos, publicitar candidatos y transmitir ideologías políticas enteras. Hay una suerte de facilidad de captación del mensaje a través de imágenes que no tiene el lenguaje escrito, más en los tiempos modernos, donde todo está acelerado y el ciudadano de a pie no quiere gastar minutos leyendo un texto, cuando bien puede ver una fotografía y recibir el mismo mensaje. Ya lo advertía Montalbán (2016): "Existe en la sociedad una poderosa atracción por la fotografía. Necesitamos de la fotografía, como una resistencia al fluir del tiempo" (p. 69).

Ahora, hablar de fotografía con carácter político es también hablar de estrategias poco usuales en otras áreas:

No hay que esperar a que ocurra un acontecimiento noticiable, el marketing lo fabricará, buscará el momento adecuado para la representación, reproducirá la situación de un modo fiel de manera que resulte verosímil y los medios de comunicación lo difundirán aportando credibilidad. (Cavadas, 2015, p. 179)

Podemos decir, entonces, que la objetividad en la fotografía de corte político es relativa ya que atiende a intereses exógenos de las clases sociales dominantes y del gobierno de turno, que anhela, primero, la aceptación del pueblo y, luego, dejar bien posicionados a sus coidearios.

La propaganda electoral es uno de los recursos más utilizados y, dentro de ella, el retrato fotográfico, por su facilidad de lectura. “El proceso del retrato es complejo, ya que toda foto cuenta una historia a partir de la expresión de un rostro, de una pose corporal o de un gesto, pero principalmente busca definir la personalidad del sujeto fotografiado” (Arredondo, 2017, p. 7). Y resulta que, por norma general, los políticos tienden a mostrarse exageradamente sonrientes, con los brazos entrecruzados y la mirada hacia arriba, como mirando al prometedor futuro que solo él puede ofrecer. “La pose es fundamentalmente una elaboración comunicativa, producto de un trabajo semiótico; es una codificación corporal intencional: con ella el sujeto muestra cómo quiere ser leído por los observadores de la fotografía” (Finol, de Nery y Finol, 2012, p. 48).

El poder de la fotografía puede ser tan impactante, que la carrera profesional de un candidato político puede concluir abruptamente por una imagen mal conseguida o publicada; a su vez, cuando la fotografía es correcta, cuidando todos los aspectos posibles, dicha carrera puede alcanzar las metas planeadas. Por ello, las imágenes de quienes encabezan los gobiernos de un país pueden ser catalogadas como elementos transmisores de la realidad, ya que plantean escenarios que pueden ser objetos de interpretación y estudio (Castro, 2021). Congelar momentos del quehacer político es, como hemos visto, parte esencial del posicionamiento de un gobierno y el fotógrafo juega un papel muy delicado, pues es el encargado de hacer propaganda y mostrar cercanía donde siempre hubo distancia.

4.4.1. La Propaganda y la Opinión Pública

El estallido de la Gran Guerra, que luego se denominaría Primera Guerra Mundial, frente al advenimiento de la Segunda, sería el caldo de cultivo para una nueva forma de comunicación, pero, sobre todo, de persuasión con el uso del periódico, el panfleto o el cartel.

Evocando el patriotismo, muchos hombres y mujeres se enlistaron voluntariamente para defender a su patria, pero las dimensiones del conflicto exigían más soldados que estén dispuestos a poner en riesgo sus propias vidas por la seguridad de una nación. Es así como los gobiernos empezaron a difundir mensajes propagandísticos usando multitud de canales como la radio, los periódicos y carteles para convencer a los indecisos. “Sería la fraternidad entonces, el máximo valor por el cual hombres y mujeres, aunque no se conozcan personalmente, se identifiquen con el otro en una concepción horizontal de compañerismo, sintiéndose parte de la misma comunidad imaginada” (Bacchiega, 2014, p. 1).

Apenas empezada la Guerra, la propaganda era bastante ortodoxa, limitándose tan solo a la censura. Sin embargo, la extensión del conflicto obligaría a los propagandistas a perfeccionar sus métodos mediante el desprestigio del enemigo, la invención de crímenes o la exageración de barbaridades cometidas por las tropas rivales.

La propaganda alemana, basada en resaltar el propio poder militar, más que en razones ideológicas, incluye una notable labor —cara a la opinión pública internacional— de financiación de medios impresos mediante las embajadas o de los núcleos germanos en el extranjero.

Más adelante, en la Segunda Guerra Mundial y de la mano de Joseph Goebbels, la propaganda se posicionaría como el elemento de convencimiento más potente. Según Checa (2015) en 1939 los regímenes totalitarios como el nazismo en Alemania o el fascismo en

Italia trabajaban arduamente en complejos recursos propagandísticos, lo mismo que Rusia, pero con su ideología a implantar, el comunismo.

Como la URSS, Alemania dispone de un Ministerio de Propaganda, dirigido por Joseph Goebbels, aunque el ejército tiene su propio sistema propagandístico. En Italia el ministerio de Cultura Popular controla todo el aparato de propaganda, en tanto en Japón la guerra contra China de 1937 ha sido ocasión para ampliar el aparato propagandístico. En el bando aliado no existen unos sistemas de propaganda centralizados y potentes, y el inicio de la guerra obliga a improvisar en algunos aspectos, pero las estrategias mejoran conforme avanza el conflicto. (Checa, 2015, p. 114)

Si bien la radio cobró especial preponderancia gracias al perfeccionamiento de la onda corta, el cartel seguía siendo imbatible a la hora de disimular cifras, afrontar al enemigo y, por qué no, motivar a los soldados que arriesgaban su vida en los campos de batalla. Desde aquel entonces, y hasta la fecha, la imagen es una herramienta de sobrada eficacia para comunicar.

4.4.2. Fotoperiodismo

La imagen fotoperiodística, para ser catalogada como tal, debe reflejar la realidad noticiable y su objetivo primario es satisfacer las necesidades informativas del público al que se dirige. La historia que encierra una fotografía está siempre subordinada al conocimiento histórico del receptor y su capacidad de análisis. Ya lo advertía Doménech-Fabregat (2019) “no existe una interpretación única de la fotografía, sino que, según los estudios partan de una escuela u otra o desde una esfera u otra, nos encontremos con diferentes y variadas historias de la fotografía” (p. 49). Es por ello que no se debe buscar unanimidad en las lecturas de una

fotografía, sino tratar de que el mensaje más urgente a transmitir llegue con el menor ruido posible.

Cada vez es más común que las casas editoriales busquen llamar la atención de los lectores en la portada y en las primeras páginas. Para ello dejan en segundo plano el texto y ponderan las imágenes, ya que son poderosos medios de fácil expresión de emociones en un idioma que todos hablan (Del Ramo, 2017). Dichas imágenes pueden ser noticiosas, con altos estándares de calidad o puramente decorativas, sin ningún valor noticioso, aunque lo suficientemente atractivas para abrir la revista. Ambos estadios de la comunicación escrita están bien y tienen su propio *target*.

En nuestro país una de las primeras fotos periodísticas es precisamente de corte político y bastante trágico también. En ella podemos ver el cuerpo sin vida del presidente Gabriel García Moreno, víctima de un atentado (Molina, 2012). Fotografías de este tipo se han vuelto una constante en medios noticiosos impresos por el impacto que genera en los lectores, incluso algunos periódicos hacen de esto su línea editorial.

Es menester resaltar que el contexto de una fotografía periodística está supeditado al pie de foto y cualquier análisis que se haga debe incluirlo de manera obligatoria (Tarazona y Pérez, 2014). Pues la sola lectura de la imagen, como habíamos visto, puede ser muy distinta según los niveles culturales de los lectores.

4.4.3. Fotografía y Política en Ecuador, caso *Revista Vistazo*

A lo largo del tiempo, las revistas se han diferenciado de los diarios no solo por la periodicidad sino por los temas que aborda, mientras los primeros son ampliamente informativos y atienden necesidades informativas urgentes, las revistas tienen la libertad de desarrollar análisis exhaustivos cargados de opiniones, además de una calidad de impresión superior que les da una nueva dimensión a las fotografías.

Entre todas las modalidades de intervención cultural, la revista pone el acento sobre lo público, imaginado como espacio de alineamiento y conflicto. Su tiempo es, por eso, el presente. Aunque luego la historia pueda desmentirlo, las revistas no se planean para alcanzar el reconocimiento futuro (...) sino para la escucha contemporánea. (Sarlo, 1992, p. 9)

Vistazo fue fundada el 4 de junio de 1957 por Xavier Alvarado Roca. Durante estos años, el objetivo de la redacción ha sido mostrar en la cara de la revista los hechos más importantes del país con el uso de diseños y rostros de personajes que reflejan la información de la época. Las portadas de Vistazo evidencian un trabajo en conjunto entre editores, redactores y diseñadores, el resultado: son imágenes que sintetizan la realidad nacional. Una publicación que por la naturaleza de su género periodístico se ha convertido en testimonio de la historia (Vistazo, 2015). Vistazo es parte del grupo editorial que publica las revistas Hogar, Estadio, Generación 21, Hola, Mamá y América Economía.

En palabras de Cevallos (2014) *Revista Vistazo* es la revista de actualidad más antigua del Ecuador y su fundación coincide con un hecho de bastante notoriedad en el país, la consolidación de la industria publicitaria, por lo que sus fotografías constituyen un valioso registro histórico del país.

Se advierte, sin mucho esfuerzo, que los temas con mayor presencia son aquellos de corte político. Sea trayendo a la memoria el quehacer de Jamil Mahuad después de más de veinte años de su mandato o imprimiendo en su portada un Lenín Moreno que desaparece en una esquina de la revista. Luego, esta realidad se multiplica cuando se atraviesa tiempos electorales como los comicios presidenciales de 2021.

4.5. Análisis de la Fotografía en Medios de Comunicación

La fotografía es un elemento con especial presencia en la comunicación actual, de ahí la necesidad de cuestionarnos cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual y cómo se debe leer correctamente una fotografía.

Para Panofsky, Fernández y Ferrari (1972) el primer nivel de análisis es el contenido temático, natural o primario, el cual:

Se percibe por la identificación de formas puras, es decir, ciertas configuraciones de línea y color (...) como representaciones de objetos naturales, tales como seres humanos, animales, plantas, casas, instrumentos, etc.; identificando sus relaciones mutuas como hechos; y percibiendo tales cualidades expresivas como el carácter doloroso de un gesto o una actitud, o la atmósfera hogareña y pacífica de un interior. El mundo de las formas puras, reconocidas así como portadoras de significados primarios o naturales, puede ser llamado el mundo de los motivos artísticos. (p. 4)

Mientras que un segundo nivel de análisis, también conocido como nivel convencional, está dictado por temas y conceptos específicos. En esta parte ya no denotamos objetos generales como 'hombre', sino motivos como por ejemplo objetos dispuestos de una determinada forma, sin los cuales el mensaje se tergiversaría (Baeza, 2001).

Finalmente, el tercer nivel de análisis, conocido como intrínseco o de contenido, es la capacidad del observador de asimilar objetos y conceptos de la imagen y relacionarlos con emociones. (Arias, s.f.) En palabras de Panofsky, Fernández y Ferrari (1972): "para comprenderla me hace falta una cierta sensibilidad" (p. 5).

Entre las necesidades que intenta satisfacer la fotografía de carácter político no descuenta tanto la estética como el mensaje (Soulages, 2014). Si bien la ideología a transmitir es lo más importante, el primer punto de conexión entre el político y el votante es visual,

razón por la cual no se debe descuidar el aspecto de una fotografía y mucho menos lo que dichos elementos significan para los lectores.

Atendiendo a Baeza (2001) es menester buscar en una fotografía de carácter político la figura humana, su concepto y su contexto; sin olvidar la belleza o pobreza estética de la misma, que juntas configuran una auténtica fotografía de carácter político.

4.5.1. Narrativa fotográfica

La fotografía de carácter político debe tener suficiente autonomía para transmitir un mensaje por sí misma, sin la utilización de elementos exógenos como el texto, pero utilizándolo como aliado para aclarar el mensaje. “Por consiguiente, cada fotonoticia debe tener una línea narrativa. Una (...) fotografía es narrativa cuando existe un autor, un lector, uno o varios actores y una representación temporal” (Cirjanic, 2015, p. 6). A saber, que cada uno de estos participantes tendrá una cosmovisión diferente y transmitirá o recibirá el mensaje de acuerdo a su bagaje cultural.

Cuando Barthes hablaba del *studium*, se refería a los códigos que modifican la lectura de una imagen y al *punctum* como una constante evocación al pasado. Bajo este precepto, la fotografía está atestada del primero porque recorta un pedazo de la realidad mediante el encuadre y, por consiguiente, modifica el mensaje a transmitir; y de *punctum* por ser una impresión de un momento particular (Barthes y Akçakaya, 2009).

Si bien Panofsky, Fernández y Ferrari (1972) anotaban tres niveles de análisis, dejaron de lado lo puramente técnico para concentrarse en el mensaje, cosa que para del Valle (1993) es de suma importancia y lo subdivide en dos nuevos niveles que configuran un análisis global de la fotografía:

Muchas veces se analiza una foto, especialmente si es de prensa, como una noticia escrita, atendiendo exclusivamente al contenido periodístico, perdiéndose, de esta

forma, una parte del documento. Se propone, por tanto, una serie de aspectos imprescindibles para un correcto análisis morfológico: Soporte, formato, tipo de imagen, óptica, tiempo de pose, luz, calidad técnica, enfoque del tema y estructura formal” (p. 35).

El segundo apartado, dedicado al análisis de contenido, abarca los significados desde dos perspectivas: una denotativa, que es una “lectura descriptiva de la imagen: En una foto un gato es un gato, una pipa es una pipa y una rosa es una rosa”. Y otra connotativa, todo aquello “que no aparece en la foto de forma referencial y, sin embargo, la foto sugiere: los aspectos religiosos, míticos, el psicoanálisis, el inconsciente, la ideología... es decir, lo que la fotografía hace pensar al lector” (del Valle, 1993, p. 35). Sin olvidar otro elemento de suma importancia como el pie de foto, que con pocas palabras puede acentuar el mensaje o darle un contexto totalmente diferente.

4.5.2. El Semblante y los Gestos en Fotografía Política

A los personajes públicos se los mira con mucha más atención y detenimiento que a cualquier ciudadano de a pie. Sus acciones se ven replicadas casi instantáneamente en medios de comunicación y redes sociales; por tal motivo, deben cuidar cada palabra que digan y también cada gesto que hagan. Abreu (2007, como se citó en Orejuela, 2009) recuerda que “el problema de la imagen radica en que no sólo hay que ser, sino parecer. Es decir que la imagen es lo que objetivamente corresponde a la realidad, pero también lo que se transmite o lo que se aparenta” (p. 62).

En política, el retrato es el recurso publicitario más valioso; toda imagen debe contar una historia a la vez que establecer la personalidad del sujeto mediante el uso correcto del lenguaje no verbal.

Es decir, el candidato debe ser un “alfa” en su pose corporal, demostrar su capacidad de liderazgo y ser conocedor de los problemas, así como de las soluciones que busca atender una vez que ocupe el cargo público. Al mismo tiempo, el semblante, sonrisa y gesticulaciones, deben ser un “beta”, transmitiendo la amabilidad y simpatía en sus acciones. (Castro, 2021, p. 34)

Si bien todos comunicamos, la mayoría de veces involuntariamente, es importante que un político domine su comunicación no verbal para transmitir el mensaje que desea con el menor ruido posible.

Uno de los puntos más importantes en este tema es la postura de un político. Su manera de pararse y de caminar. Es importante que parezca un líder, una persona capaz de tomar decisiones y de representar a sus ciudadanos. Otro punto crucial es el contacto visual. Para conectar con otros, es fundamental ver a los ojos cuando interactuamos. De igual forma, el movimiento de las manos, la gesticulación, los movimientos y la sonrisa. Todo en su conjunto, puede delatar a un político. (Sevilla, 2021, p. 96)

Para Sánchez (2019) la política constantemente se mezcla con el espectáculo gracias a los debates presidenciales televisados, donde los invitados promulgan las ideas que quieren mediante la palabra sin advertir que sus gestos son igualmente comunicativos. La autora ha resumido un compendio de siete gestos comunes entre líderes:

- **No fruncen el entrecejo.** Un entrecejo relajado denota mando y control sobre la situación. Contagia confianza y seguridad. Al contrario, indica tensión y angustia.
- **Miran directo a la cara.** O a la cámara, que es lo mismo en el lenguaje televisivo. Las personas creen más a las personas que las miran de frente.

- **Respiración tranquila y constante.** Es señal de autocontrol y de convicción frente a lo que se dice. Implica no hablar atropelladamente, ni quedarse sin aire. Comunica “cabeza fría” o ser “cerebral” e inteligente.
- **Manos y dedos sin tensión.** A diferencia de lo que muchos pudieran pensar, los puños cerrados, los dedos que señalan y todos los gestos similares, originan desconfianza. Unas manos relajadas, en cambio, comunican cercanía y calidez.
- **Sin movimientos en las piernas y pies.** Transmite firmeza, seguridad y franqueza.
- **No tocarse el rostro.** La gente interpreta que quien se toca el rostro mientras habla a un auditorio, está mintiendo o se siente confundido.
- **Saludo medido e igualitario.** Los líderes confiables para la gente siempre saludan amablemente, a todos, por igual. Si están frente a un gran número de personas, miran hacia todas las direcciones al saludar.

Se infiere que la imagen de un político sea creta y se va limpiando a lo largo de su quehacer, pero no parte de cero, debe ser coherente con la persona detrás de la imagen política pública. Se creación atiende a establecer patrones de comportamiento para unificar el mensaje con la imagen.

5. Metodología

Al atravesar nuestro país un delicado proceso electoral, las fotografías de corte político tienen especial presencia en los medios de comunicación, y particularmente en revistas de circulación nacional como *Vistazo*. Desde la propia campaña, donde cada uno muestra sus mejores intenciones, hasta el posicionamiento del vencedor, todo se fragua con material fotográfico. Para desentrañar su narrativa visual se ha decantado por la metodología de investigación cualitativa, la cual:

Se inicia con un acercamiento previo a la realidad que va a ser objeto de análisis: Fase exploratoria, cuyo objetivo es documentar la realidad que se va a analizar y planificar el encuadre más adecuado para realizar la investigación. Se realiza a través de dos acciones básicas: 1. Revisar toda la documentación existente y disponible sobre dicha realidad. 2. Observar con antelación la realidad a investigar y, en ocasiones, entrevistar a "informantes clave". (Quintana y Montgomery, 2006, p. 51)

En la presente investigación la realidad que va a ser objeto de análisis es la fotografía, con carácter político en la *Revista Vistazo* en el período mayo-julio 2021, cuando nuestro país salía de un reñido proceso electoral que dejó a Guillermo Lasso como nuevo presidente y cuya posesión se realizaría el 24 de mayo de 2021; además, los escándalos en la alcaldía de Quito tenían en el ojo del huracán a la familia Yunda y, finalmente, se cumplían dos décadas de la dolarización y *Revista Vistazo* dedicó varias páginas a su maquinador, Jamil Mahuad.

Para Sampieri (2019) “en la ruta cualitativa, aunque obviamente se efectúa una revisión inicial de la literatura, esta puede complementarse en cualquier etapa del estudio y apoyar desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados” (p. 42). Es por ello, que la búsqueda de información en libros, artículos y repositorios se ha

mantenido constante y ha permitido conocer aristas obviadas en la fase más primaria de la documentación.

Según Flores, Gómez y Jiménez (1999) “el punto de partida en la investigación cualitativa es el propio investigador: su preparación, experiencia y opciones ético/políticas. Las decisiones que sigan a partir de ese momento se verán informadas por esas características peculiares e idiosincrásicas” (p. 65). Es por ello, que se han revisado ingentes cantidades de documentación referente al tema, partiendo del inicio mismo de las imágenes como medios transmisores de mensajes hasta llegar al posicionamiento de la fotografía de corte político como una herramienta capaz de dejar bien o mal posicionado a un político o aspirante a una curul. Del mismo modo, se ha observado con antelación la realidad a investigar, la cual se aloja tanto en otros trabajos investigativos como en las publicaciones quincenales de la *Revista Vistazo*.

Técnicas

Partiendo de la necesidad intrínseca al investigador de contribuir con la sociedad, se acude a técnicas de investigación que sirvan para palpar la realidad, así como para obtener información actual en igual medida que veraz. Godínez (2013) las define como: “la manera de recorrer el camino que se delinea en el método” (p. 2). Las técnicas se subordinan al método y este, a su vez, determina qué técnicas son las más adecuadas según el campo de investigación.

Según Godínez (2013) “las técnicas más comunes que se utilizan en la investigación cualitativa son la observación, la encuesta y la entrevista” (p. 3). Para la presente, los instrumentos seleccionados son: entrevistas y fichas de observación. Las primeras permitirán conocer el punto de vista de referentes locales de la fotografía, semiótica y comunicación;

mientras que las fichas de observación permitirán un análisis pormenorizado de los aspectos narrativos de las fotografías políticas en la *Revista Vistazo*.

Para la elaboración de la presente ficha de observación se ha recurrido a Panofsky, Fernández y Ferrari (1972), quienes proponen tres niveles de análisis de una fotografía de carácter político: la significación natural, relacionada directamente con las expresiones de los actores; la significación convencional, encargada de los motivos y figuras que rodean al personaje y la significación intrínseca, relación entre objetos y conceptos propia del lector. Por su capacidad narrativa, también se ha incluido características como el color, plano, angulación de la cámara y relación de aspecto para lograr una visión holística de la fotografía de carácter político en la *Revista Vistazo*.

Tabla 1

Características narrativas de una fotografía de carácter político

Edición:	Fecha de entrega
Personaje político	Nombre del personaje político
<i>Foto</i>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Texto que acompaña a la fotografía
Descripción:	Descripción de lo que se ve en la fotografía
Significación natural:	Objetos naturales y sus expresiones
Significación convencional:	Elementos de menos relevancia
Significación intrínseca:	Capacidad del lector de abstraer conceptos
Color:	Características del color
Plano:	Corte de la fotografía
Angulación de la cámara:	Normal, picado o contrapicado
Relación de aspecto:	Horizontal, cuadrada o vertical

Elaborada por Wilson Torres

De esta manera se cubre un amplio radio de análisis de la fotografía política. Las entrevistas son una herramienta indispensable para conocer los criterios de profesionales de la comunicación, cada entrevistado comparte información desde su propia experiencia: Mónica Maldonado desde su quehacer como docente universitaria de Comunicación Social en la Universidad Nacional de Loja y, tanto Jordy Chuquimarca como Santiago Jaramillo, desde su perspectiva, a través, del lente. A sabiendas de que puedan entrar en discusión con otros participantes, la riqueza de las entrevistas radica en su variedad de opiniones.

6. Resultados

Luego de analizar 10 fotografías de carácter político en la *Revista Vistazo* en el período mayo-julio 2021, donde el clima social fue eminentemente político por los comicios que atravesaba el país, se logró establecer que los elementos configurativo de una fotografía política con más carga narrativa son el color, el plano, la angulación de la cámara, la relación de aspecto y el lenguaje no verbal, mismos que cambian drásticamente entre una instantánea y otra de acuerdo a las necesidades comunicativas del fotógrafo y las capacidades comunicativas de los actores.

Además, se pudo observar que muchas fotografías son de archivo y que la selección de las mismas se hace atendiendo a la línea editorial del medio, que trata con suavidad a la banca, pues las fotografías de los políticos relacionados con ella son menos fatalistas que las de políticos que no tienen vínculos con instituciones financieras.

Por otro lado, se logró recopilar diferentes perspectivas de los profesionales afines a las ramas de la Comunicación Social que compartieron sus conocimientos en las entrevistas, dejando sentado lo siguiente: la fotografía de portada no es un recurso periodístico, hay poses que siempre funcionan en fotografía política como la del individuo sentado leyendo un libro, agregar elementos ajenos a una fotografía es transgredir la realidad y estaremos frente a una foto falsa.

Una vez aplicadas las diferentes técnicas e instrumentos para la recolección de la información de la investigación, se presentan los resultados obtenidos.

Resultados de fichas de observación

Ficha de Observación Número 1

Edición:	Edición No. 1290 / Mayo 13, 2021
Personaje político	Lenín Moreno
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Hasta la vista Lenín y la mesa sigue vacía
Descripción:	Lenín Moreno se aleja de una mesa con un plato roto
Significación natural:	Serio, con las manos descansadas y la mirada al frente
Significación convencional:	Mesa vacía y rota
Significación intrínseca:	Lenín Moreno sale de la revista y del Palacio de Carondelet
Color:	Rojo dominante
Plano:	General
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Vertical

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

La *Revista Vistazo* presentó el 13 de mayo de 2021 en su portada la figura del presidente Lenín Moreno saliendo del encuadre, como alusión a su salida del poder. La significación convencional se centra en la mesa rota y le da una nueva connotación a las declaraciones de Moreno de que deja la mesa servida para el próximo mandatario. En general, la imagen representa un Estado incapacitado, dependiente y sin horizontes que recibirá el próximo mandatario. El mensaje es claro, lo que deja es bien poco y en malas condiciones.

El semblante y los gestos corporales lo muestran tranquilo y hasta seguro de haber hecho una buena gestión. Pero, otros elementos dicen lo contrario como el rojo trágico dominante, que representa la sangre misma, frente al amarillo relajado de Guillermo Lasso en la parte superior. Si bien, la angulación de la cámara es normal, la disposición de los elementos dentro de la portada hace ver a Lenín un poco más pequeño y cortado por las rodillas. Finalmente, hay una suerte de paradoja al mezclar en la portada a dos personas con discapacidades motrices, el uno un cirujano admirado, el otro un presidente que se va por la puerta chica.

El contexto en que se publica esta edición es bastante delicado por la crisis sanitaria y por la indecisión de los votantes entre volver al correísmo o apostar por un representante de la banca.

Como había mencionado Del Ramo (2017) cada vez es más común que las casas editoriales busquen llamar la atención en la portada o las primeras páginas. La presente entrega lo cumple a cabalidad, pues la relación entre los elementos configurativos ya advierte que no se va a hablar precisamente bien de su labor.

Ficha de Observación Número 2

Edición:	Edición No. 1290 / Mayo 13, 2021
Personaje político	Guillermo Lasso
<p style="text-align: center;">Lasso Mendoza”, dice en una conversación con <i>Vistazo</i>.</p>  <p> Por Patricia Estupiñán pestupinan@vistazo.com </p> <p> En la Roma Imperial, cuando un general regresaba victorioso de sus batallas y era aclamado por las multitudes, se acostumbraba a que un soldado le susurre al oído: "Recuerda, eres tan solo un hombre". No importaba cuán grande había sido su logro ni la admiración que le tuvieran los demás, debía aplacar su vanidad. Esta le hace olvidar su condición humana. </p> <p> Guillermo Lasso ha ganado una batalla mayor: la Presidencia de la República. Es el más alto honor que puede aspirar un ciudadano. No obstante, está consciente que la vanidad y el poder pueden separarle de los demás, por eso quiere que le sigan llamando Guillermo. "Después del 11 de abril, el nombre en mi cédula de identidad sigue igual: Guillermo Lasso Mendoza". Sostiene que la voz que le susurra al oído y que lo ha hecho siempre es la de su esposa: "María de Lourdes es mi mayor </p> <p> crítica". Salvo en los casos que el protocolo lo requiera, tampoco usará la banda presidencial para no sufrir la enfermedad de "bandaitis", como le aconsejó un presidente amigo. </p> <p> Liderará "un gobierno democrático y republicano, donde el ciudadano tenga claro que quien está en Carondelet es el primer servidor público, un empleado suyo". Añade: "En mi experiencia administrativa en el campo privado, los organigramas se dibujan como una pirámide, donde el más importante está arriba. Me fue mucho mejor en la vida cuando invertí esa pirámide, donde el más importante está abajo, al que tenía que servir. Las reversiones serán a los ciudadanos y no a Guillermo Lasso". </p> <p> Luego de 10 años de visitar tonos y provincias del país, decepción de tres derrotas presidenciales de 2011, la primera vuelta en 2021, Guillermo Lasso es el resultado de la renuncia a la presidencia para llegar a esa medida. </p> <p> Hasta cuando dejó el Ministerio de Finanzas, las finanzas bancarrotas, con breves interludios de participación política, como gobernador de Guayas, y superministro del Interior en el gobierno de Jamil Mahuad, itinerante en el gobierno de Lucio Gutiérrez y gestor de proyecto en la Alcaldía de Jaime Roldós y 2009, Lucio Gutiérrez sea candidato presidencial Patriótico, pero no aceptó la oferta para abandonar el cargo. Había iniciado el Banco del Barrio, pero no llegó a conocer el éxito. Él lo conocía y lo conocían los demás. </p> <p> Transcurrieron años para que llegara a la presidencia. </p> <p> "USARÉ LA BANDA PRESIDENCIAL solo en las ocasiones que lo determine el protocolo". Así evitará la "bandaitis", la enfermedad de la banda, como le aconsejó un presidente amigo. </p> <p> 8 • Mayo 13, 2021 • VISTAZO </p>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Llámenme Guillermo
Descripción:	Guillermo Lasso sentado leyendo una edición de <i>Revista Vistazo</i>
Significación natural:	Sonriente, sentado con la pierna cruzada y mirando fijamente a la cámara
Significación convencional:	La revista que tiene entre sus manos fue dedicada a hablar de sus primeros cien días como presidente
Significación intrínseca:	Publicidad disimulada para el medio impreso
Color:	Amarillo pastel
Plano:	Medio
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

El reportaje del 13 de mayo de 2021 podemos ver a Guillermo Lasso sonriente y sentado plácidamente en un mueble mientras lee una edición anterior de *Revista Vistazo* dedicada justamente a su victoria.

Su semblante luce amigable y feliz, su ropa casual, pero con tonos serios y su mirada segura y directa a la cámara. En cuanto a colores, sigue dominando el amarillo, aunque esta vez desaturado. Luego, si miramos con atención la revista que tiene entre sus manos podemos argüir que se trata de una superposición digital ya que realmente tenía un libro, prueba de ello es el grosor del documento y la incongruencia en los márgenes. Este tipo de edición fotográfica ya no es tan básica como tocar luces y sombras y atiende a la necesidad de ocultar publicidad no deseada, a la vez que promocionar la propia marca.

La entrevista se desarrolla en un contexto bastante favorable para Guillermo Lasso, pues acababa de ser electo presidente de la República y por eso lo vemos tan sonriente frente a la seriedad del saliente, Lenín Moreno. El contraste entre ambos es bastante radical y se ha vuelto una constante que los medios de comunicación se muestren blandos en los primeros meses de un nuevo gobierno, para luego vivir en una riña campal tal como pasó con Rafael Correa en su tiempo.

La fotografía del flamante presidente muestra claramente lo que afirmaba Santiago Jaramillo en nuestra entrevista: “hay poses que se han convertido en una apuesta segura cuando de políticos se trata, y es la típica foto donde vemos al político sentado en un sillón que a simple vista luce caro, en una sala lujosa con un libro entre las manos y la pierna cruzada” (26 de julio de 2021). Aunque en esta ocasión se haya recortado al personaje, la idea en esencia es la misma.

Ficha de Observación Número 3

Edición:	Edición No. 1290 / Mayo 13, 2021
Personaje político	Jorge Yunda
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	El alcalde Jorge Yunda bajo bloqueo
Descripción:	Jorge Yunda mirando a hurtadillas
Significación natural:	Inclinado hacia la derecha, sonrisa forzada, aparentemente preocupado
Significación convencional:	Las manos han sido sobrepuestas, no corresponden al sujeto político
Significación intrínseca:	Se esconde porque los rumores sobre su ilegitimidad y beneficios exclusivos de su familia son ciertos
Color:	Gris
Plano:	Medio
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Vertical

Fuente: Revista Vistazo
 Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

En la presente fotografía vemos a un Jorge Yunda desgastado: su sonrisa robótica, la ligera inclinación hacia la derecha, el corte que atraviesa su rostro y las manos fuertemente agarradas a la pared solo transmiten preocupación. A propósito de las manos es necesario aclarar que estas no pertenecen a la fotografía original, sino que han sido cuidadosamente sobrepuestas para sugerir que el actor está escondiéndose y mirando desde lejos, prueba de ello es la diferencia de resolución entre una y otra, así como la imposibilidad de que un personaje político pose de tal manera.

Los medios de comunicación tendrán en sus galerías cientos de fotos donde Jorge Yunda aparezca con mejor semblante, sin embargo, la elección y la edición fotográfica atienden al contexto en que se desarrolla la investigación, pues Yunda fue llamado a juicio y sus familiares cercanos acusados de tener privilegios.

Como mencionaba Soulages, (2014) entre las necesidades que intenta satisfacer la fotografía de carácter político no descuenta tanto la estética como el mensaje. La presente es prueba de ello, pues no muestra la mejor cara del alcalde capitalino, pero logra transmitir el mensaje de forma satisfactoria y con el menor ruido posible.

Ficha de Observación Número 4

Edición:	Edición No. 1290 / Mayo 13, 2021
Personaje político	Guillermo Lasso
 <p>► 2017. Fue elegido Lenin Moreno, pero quedó la duda de un fraude, tras un apagón informático de los servidores del CNE. Dice: "Viré la página y decidí que lo intentaría por tercera vez en 2021, con la convicción de que sería mi última campaña electoral, aunque si perdía no me retiraría de la política".</p>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Viré la página y decidí que lo intentaría por tercera vez en 2021, con la convicción de que sería mi última campaña electoral, aunque si perdía no me retiraría de la política
Descripción:	Guillermo Lasso celebra su victoria
Significación natural:	Alegre, con las manos levantadas y los dedos medio e índice abiertos en señal de victoria
Significación convencional:	Las manos del público dirigen la mirada hacia Guillermo Lasso
Significación intrínseca:	Dentro del desorden por la algarabía, sobresale la figura del flamante presidente
Color:	Azul y amarillo dominantes
Plano:	General
Angulación de la cámara:	Picado
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

Las manos de los seguidores apuntando hacia Guillermo Lasso son un elemento descollante en la presente fotografía, recrean líneas imaginarias que dirigen la mirada hacia el flamante Presidente de la República.

Estamos ante una composición horizontal simétrica con un vigoroso punto focal central, a sabiendas de que Colorado (2019) aseguraba que la simetría se da preferencialmente en las relaciones de aspecto cuadradas.

El actor político se muestra sonriente, con las manos levantadas y los dedos medio e índice abiertos en señal de victoria. La imagen está orientada desde un ángulo picado poco común en fotografía política, donde los lectores miran desde una posición de poder; mas, el fotógrafo ha roto esta regla de composición bajo un criterio bien formado: que la figura de Guillermo Lasso sea diferenciable dentro del tumulto, lo consigue posicionándolo en el centro y por encima de los asistentes.

Ficha de Observación Número 5

Edición:	Edición No. 1290 / Mayo 13, 2021
Personaje político	Guillermo Lasso y Jaime Nebot
	
<p>➤ CON JAIME NEBOT, en la Terminal Terrestre de Guayaquil. "Es un gran aliado que me ha apoyado con decisión y compromiso, soy testigo del gran valor de tenerlo en la campaña y espero conversar con él de manera permanente, por su experiencia y conocimiento político".</p>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Con Jaime Nebot, en la Terminal Terrestre de Guayaquil
Descripción:	Reunión de los dos líderes
Significación natural:	Oposición, distancia y lucha
Significación convencional:	La relación de aspecto y las líneas de la baranda sugieren una lectura horizontal que choca en la mitad
Significación intrínseca:	Jaime Nebot se ve mucho más relajado que Guillermo Lasso
Color:	Blanco dominante
Plano:	General
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

Dentro del reportaje 'Llámenme Guillermo' se ve algunas facetas del presidente electo Guillermo Lasso, una de ellas es su acercamiento con Jaime Nebot, exalcalde de Guayaquil, donde tuvo poca aceptación.

El hecho de sentarse frente a frente denota oposición, distancia y lucha, por ello, el primero que logre dominar la situación conseguirá una gran ventaja. Ya lo decía Castro (2021) "el candidato debe ser un "alfa" en su pose corporal, demostrar su capacidad de liderazgo y ser conocedor de los problemas, así como de las soluciones que busca atender" (p. 34). Entre los dos personajes político es claro que Jaime Nebot cumple con lo anterior gracias a su largo recorrido político: lo vemos sentado con mucha más relajación que Lasso, incluso parece que le está explicando algo que desconoce; mientras el representante de la banca luce pasivo y constreñido.

Según Mendoza (2003) los colores claros tienen una connotación positiva y alegre; mas, la presente fotografía es una excepción, pese a mostrar colores claros, el clima que se genera entre los dos es conflictivo. Una regla que el fotógrafo ha seguido a rajatabla es la de los tercios, tenemos ubicados a los personajes en los puntos de interés.

Ficha de Observación Número 6

Edición:	Edición No. 1291 / Mayo 27, 2021
Personaje político	Guillermo Lasso
	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Mi poder en la Constitución, y mi corazón en el pueblo ecuatoriano
Descripción:	Guillermo Lasso en su primer contacto con la banda presidencial, mirando fijamente al frente
Significación natural:	Erguido, serio, tranquilo
Significación convencional:	Se lee claramente la palabra 'poder' en la banda presidencial
Significación intrínseca:	Su mirada denota ganas de seguir adelante
Color:	Amarillo dominante
Plano:	Medio
Angulación de la cámara:	Contrapicado
Relación de aspecto:	Vertical

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

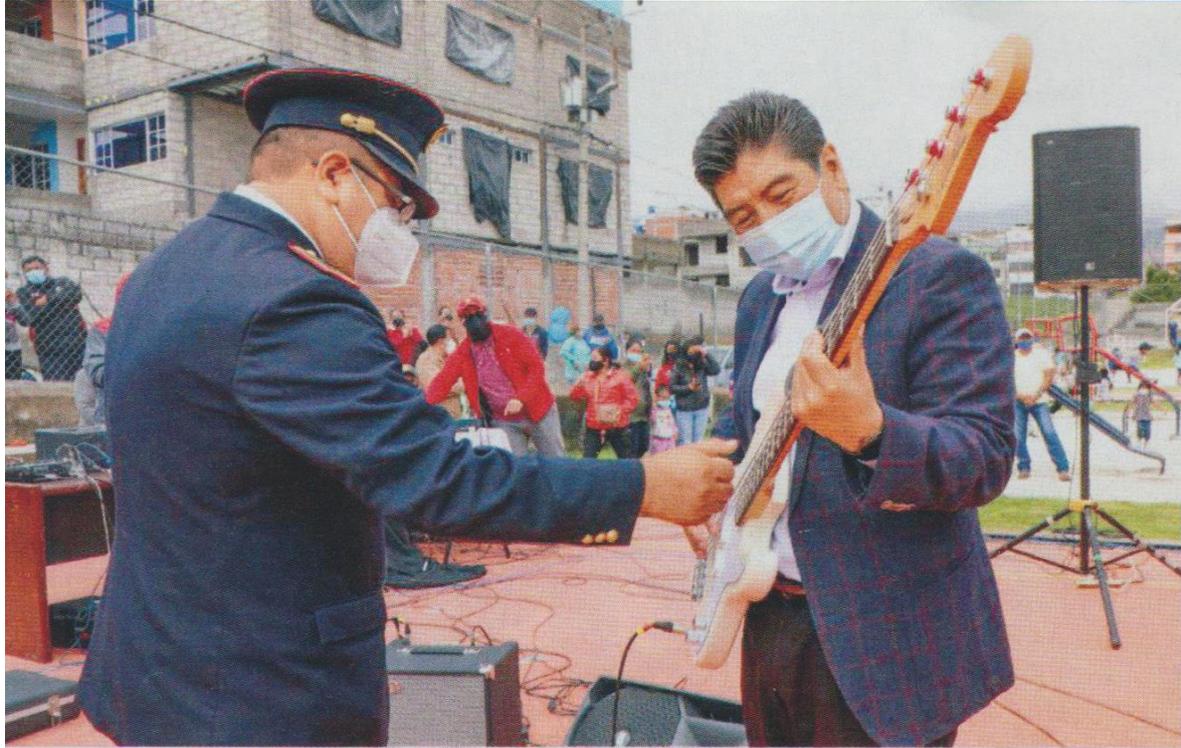
Análisis:

La portada de *Revista Vistazo* correspondiente a la edición No.1291 presenta al flamante presidente Guillermo Lasso en su ceremonia de posesión. Por la seriedad del acto protocolario lo vemos serio y mirando fijamente a un punto alto, tal vez uno de los símbolos patrios. La banda presidencial que lleva inscrito 'Mi poder en la Constitución' es un vigoroso punto focal y de ella tan solo se avanza a leer la palabra 'poder', clara alusión al nuevo estadio que consiguió Guillermo Lasso y que venía persiguiendo desde hace buen tiempo.

El color dominante vuelve a ser el amarillo, tanto el de fondo como el de la banda presidencial y su propio nombre. A saber, que los colores corporativos de CREO son primariamente azules, pero una vez posicionado se lo ve rodeado de tonos más cálidos.

Cuando Barthes (2009) hablaba del *studium*, se refería a los códigos que modifican la lectura de una imagen, en la presente fotografía podemos decir que el código que modifica su lectura es, entre otro, la angulación de la cámara, pues muestra al actor más grande y poderoso de lo que es, a la vez que deja a los lectores en una posición débil e inferior.

Ficha de Observación Número 7

Edición:	Edición No. 1292 / Junio 10, 2021
Personaje político	Jorge Yunda
	
<p>➤ MÚSICO. Jorge Yunda, médico de profesión, ganó popularidad como bajista del grupo Sahiro, que despuntó en la década de los ochenta.</p>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Jorge Yunda, médico de profesión, ganó popularidad como bajista del grupo Sahiro, que despuntó en la década de los ochenta
Descripción:	Jorge Yunda tocando el bajo
Significación natural:	Sonriente, contento
Significación convencional:	El instrumento musical sugiere un alcalde moderno y alegre
Significación intrínseca:	Su hijo, acusado de hacer uso indebido de las instalaciones de la alcaldía, también hace música
Color:	Azul dominante
Plano:	Americano
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

‘Quito sin brújula’ es el título de la investigación publicada en *Revista Vistazo* que aborda la escasa legitimidad del alcalde capitalino. Si bien la mascarilla oculta el rasgo más sugerente de la cara, se puede decir que sus ojos achinados son consecuencia de su sonrisa.

En la presente fotografía vemos a un Jorge Yunda feliz, en un plano americano bastante más suave que el tosco corte de la ficha número 3. Con sus manos en el bajo, la intención es clara y se contrapone con la del superhéroe, vender a un sujeto político como una persona común y corriente, razón por la cual la angulación de la cámara se mantiene al nivel de los ojos en señal de que el lector y el alcalde están al mismo nivel.

Por su parte, los colores dominantes son el azul marino y el rojo anaranjado, mucho más digeribles que el gris de la ficha número 3, pero esto se debe al contexto de la investigación, pues en un momento dado se recuerda sus inicios en el mundo musical, lo que Barthes (2009) llamaba *punctum*, una constante evocación al pasado donde todo parece ser mejor que el tiempo presente.

Como se había mencionado anteriormente, los editores tienen la responsabilidad de seleccionar las fotografías que mejor ilustren una investigación y lo harán según la intención del mismo. En este trabajo periodístico en concreto, cuando se evoca al auge de su gestión, las fotos son menos fatalistas que cuando se habla de procesos penales en su contra.

Ficha de Observación Número 8

Edición:	Edición No. 1293 / Junio 24, 2021
Personaje político	Jamil Mahuad
	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Jamil Mahuad 20 años después
Descripción:	Jamil Mahuad saludando
Significación natural:	Alegre, con una media sonrisa y levantando la mano en señal de saludo
Significación convencional:	El fondo desenfocado hace que la mirada se concentre en el personaje
Significación intrínseca:	Pese a que la dolarización fue un hecho doloroso para la gran mayoría de ecuatoriano, la imagen muestra un Mahuad feliz
Color:	Rojo dominante
Plano:	Medio
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Vertical

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

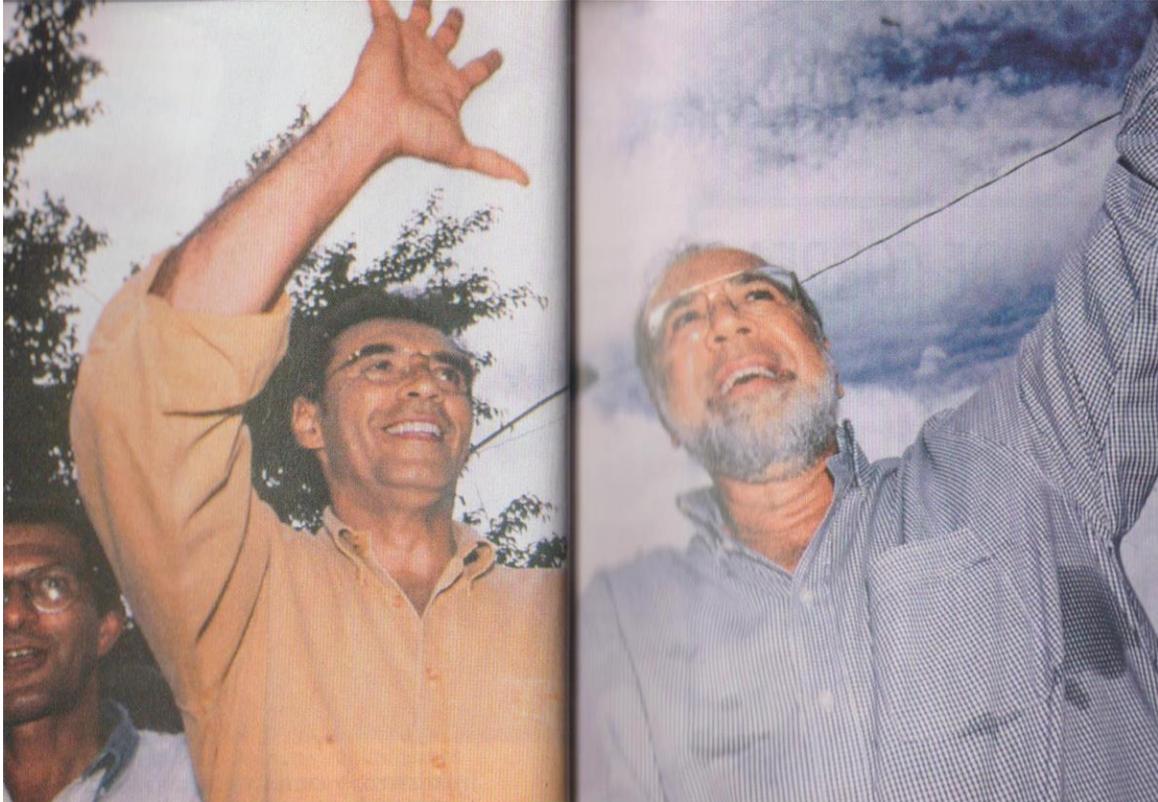
Análisis:

La portada de la revista número 1293 correspondiente a junio de 2021 muestra un Jamil Mahuad formal, sonriente y con la mano levantada. Por la naturaleza de la revista, estamos ante un formato vertical que, como bien señalaba Colorado (2019), es ideal para asilar la figura humana y darle todo el protagonismo.

Mahuad es un apellido que se pronuncia con cierta ojeriza en el territorio ecuatoriano luego de su decisión de dolarizar al país en 1999; pese a ello, *Revista Vistazo* muestra una imagen menos derrotista que la portada dedicada a la salida de Moreno en la ficha número uno. Respecto al lenguaje no verbal del exmandatario, se advierte unas manos y dedos sin tensión, tal como lo sugería Sánchez (2019). En oposición a las manos de Jorge Yunda en la ficha número 3, que se agarran firmemente a una pared. Esto tan solo reafirma que la selección de las fotografías está supeditada a la línea editorial de la revista.

Finalmente, vemos que se ha seguido al pie de la letra la regla de composición de los tercios, pues lo más importante se ubica en una de las intersecciones, concretamente en el superior derecho.

Ficha de Observación Número 9

Edición:	Edición No. 1293 / Junio 24, 2021
Personaje político	Jamil Mahuad y Gustavo Noboa
	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	En la campaña política con su candidato a vicepresidente Gustavo Noboa Bejarano.
Descripción:	Jamil Mahuad y Gustavo Noboa saludando a la gente
Significación natural:	Sonrientes, alegres, saludando a la gente
Significación convencional:	Sin corbata y cercanos al pueblo
Significación intrínseca:	Sus mangas recogidas sugieren trabajo duro
Color:	Ligeramente sepia
Plano:	Medio
Angulación de la cámara:	Contrapicado
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo
Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

La entrega de *Revista Vistazo* correspondiente al 24 de junio de 2021 está dedicada al expresidente Jamil Mahuad y dos de sus acciones más recordadas, la paz con Perú y la dolarización. En la entrevista titulada ‘La historia según Jamil Mahuad’, vemos una serie de fotografías antiguas y contemporáneas del expresidente, de ellas descuella una con Gustavo Noboa, aún en campaña. Podemos ver nuevamente una angulación contrapicada para dar mayor realce y protagonismo a los actores, pues miran al pueblo desde lo alto.

En este caso, el contexto de la fotografía es difícil de argüir por sí solo ya que únicamente vemos el cielo por detrás. Es ahí cuando se vuelve indispensable el pie de foto, gracias al cual podemos entender que se encuentran en una tarima durante la campaña electoral.

El color en esta fotografía es muy importante ya que tiene un ligero toque sepia que como mencionaba Mendoza (2003) históricamente ha sido utilizado para sugerir vejez y transportar al espectador directamente al pasado. Los rostros de los futuros mandatarios irradian una felicidad propia de los mítines y sus ropas casuales, un intento de mostrarse iguales que los votantes. Aunque hay una suerte de paradoja, pues su actitud es cercana con el pueblo mientras que el encuadre dice ‘somos superiores’.

Ficha de Observación Número 10

Edición:	Edición No. 1293 / Junio 24, 2021
Personaje político	Otto Sonnenholzner
	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Tercera vía política en Guayaquil
Descripción:	Otto Sonnenholzner saludando a un taxista
Significación natural:	Relajado y cercano a la ciudadanía
Significación convencional:	El taxi sirve de vínculo entre el personaje político y la clase trabajadora
Significación intrínseca:	Si en lugar del taxi hubiera un auto común, el saludo establecería vínculos con la clase media o alta
Color:	Amarillo y azul dominantes
Plano:	Americano
Angulación de la cámara:	Normal
Relación de aspecto:	Horizontal

Fuente: Revista Vistazo

Elaborada por Wilson Torres

Análisis:

En la fotografía en cuestión vemos al ex vicepresidente Otto Sonnenholzner saludando a un taxista, mostrándose cercano y amable, tal como lo recogía Sánchez (2019) los líderes confiables para la gente siempre saludan amablemente, a todos, por igual.

La significación convencional está dada por los taxis y su color característico, que se convierten en un elemento esencial para captar el mensaje. Si fuera otro tipo de auto con colores diferentes al amarillo, se trataría de un actor político que saluda a un ciudadano de clase social media o alta; pero, en este caso, los taxis establecen un vínculo entre el poder y el pueblo.

La relación de aspecto es horizontal para entender mejor el contexto y las manos de los dos actores principales dibujan una línea imaginaria que orienta la lectura de la foto de izquierda a derecha: sus ojos achinados sugieren una ligera sonrisa y las mangas recogidas siempre han sido señal de trabajo duro.

Es importante recordar que el fotógrafo de Otto fue aclamado en redes sociales por mostrar el mejor lado del ex vicepresidente, especialmente durante los primeros meses de pandemia.

Análisis de entrevistas a profesionales

Entrevista número 1

Nombre del experto	Mónica Maldonado
Título	Máster en Investigación en Comunicación
Profesión	Docente de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja

1. ¿Se puede concebir que una revista como *Vistazo* publique fotos sin editar?

Aquí estamos hablando de fotoperiodismo y los fotoreporteros ya suelen hacer una pequeña edición antes de entregarla a la entrevista porque para imprimir en una revista se necesita de alta calidad, entonces siempre va tener un trabajo, no es que va a ir directo de la cámara a la impresión. No hablo de que se quite algún elemento o se coloque uno adicional y de esta manera se cambie la acción; pero sí un retoque de colorización porque al pasar a la imprenta se necesita adaptar ciertas tonalidades. No podemos satanizar la idea de que una fotografía tenga ciertos parámetros de edición para ser publicable.

2. ¿Hasta dónde se puede transgredir la ética periodística para llamar la atención en una portada?

No entendamos la portada de una revista como un texto periodístico objetivo porque la portada lo que busca es la estética y lo artístico. Generalmente lo que uno escoge como foto de portada tiene que ver con el concepto de lo que se va a tratar dentro de la revista, pero no necesariamente la foto de portada es una foto periodística. En cambio, si hablamos de un diario, cambia la cosa, porque en el diario se pone noticia en portada, en la revista no.

3. ¿Qué es lo más importante en una fotografía de carácter político con miras a publicarse en una revista?

Depende mucho de qué se quiera reflejar, la fotografía periodística puede transgredir algunos parámetros de lo que consideramos real o irreal. Para mí es importante generar sensibilidad en el lector, el fotoperiodismo tiene que generar empatía con el lector, esa es la única manera en que la información pueda llegar al espectador. Al hablar de una fotografía de revista, que no es tan inmediata como la fotografía de periódico, se tiene que respetar el objetivo primario de la noticia, sin ser amarillista, pero contando esa realidad de forma que la gente pueda verse reflejada y sentir empatía hacia lo que se cuenta.

Análisis:

Se da por hecho que una fotografía con miras a publicarse en una revista siempre va a tener cierta edición y que los límites de la edición están dictados por los códigos deontológicos del medio. Mismo que atienden a ciertas necesidades comerciales ya que una revista como *Vistazo* es también una empresa que debe cubrir gastos.

Como advertía Doménech-Fabregat (2019) “no existe una interpretación única de la fotografía, sino que, según los estudios partan de una escuela u otra o desde una esfera u otra, nos encontremos con diferentes y variadas historias de la fotografía” (p, 49), razón por la cual el pie de foto cobra suprema importancia a la hora de contextualizarla ya que gracias a la globalización de la comunicación es muy común ver una fotografía ajena a nuestra cultura y desentender su intención última.

Por otro lado, se debe entender que los estándares de una fotografía de portada no atienden a paradigmas comunicacionales y no debe ser juzgada desde esa perspectiva. Una foto de portada pretende llamar la atención e invitar al lector a abrir la revista.

Entrevista número 2

Nombre del experto	Jordy Chuquimarca
Título	Fotógrafo
Profesión	Fotógrafo independiente

1. ¿Cuál es el proceso de edición de una fotografía de corte político?

Empezando, porque la fotografía política se relaciona directamente con lo que es la fotografía documental y la fotografía documental, como género, responde al sentido de que tú tienes que capturar una escena que demuestre la temática que estás observando y que estás investigando. En cambio, si hablamos de un retoque que sea ya una edición como sobreponer algo sobre la imagen, considero que ya se desliga un poco de lo documental e iría a generar una imagen falsa. Obviamente que tú como fotógrafo vas a tener una visión propia de esa escena con tu estilo fotográfico, con tu forma de fotografiar, con tu forma de posicionarte ante la escena.

2. ¿La edición fotográfica empieza en la cámara desde el momento que se dispara o desde que se lleva la fotografía a un programa informático?

Tú decides qué observar, donde poner la mirada, qué parte llevar dentro de ese recuadro. No es lo mismo poner una persona entera a que capturar solo la mitad de su cuerpo, un corte dentro de la fotografía, en su lectura ya dice mucho y uno se pregunta por qué decidió no poner el cuerpo completo, eso claramente tiene una intencionalidad. En este sentido se podría decir que la realidad también es una edición de la mirada del fotógrafo.

3. ¿Cuál crees que es la intención de una fotografía de carácter político?

La fotografía política trata de generar una muestra de lo que es la realidad social, mostrar lo que está sucediendo en nuestro contexto, saber cómo es el comportamiento de la sociedad en

ciertas situaciones. También es cierto que, aparte de mostrar un mensaje, también puede llegar a ser un instrumento de denuncia, de ir en contra de algo que está establecido y se trata que cambie a través de la fotografía.

Análisis:

La edición de una fotografía es un proceso delicado que empieza desde que el autor decide dar protagonismo a una parte de la realidad y obviar otra. Este proceso es enteramente subjetivo e incide sobre la decodificación del mensaje por parte los espectadores. Luego, hay otro tipo de edición mucho más agresiva y que genera conflictos éticos entre los fotógrafos más puristas, aquel que incluye elementos que no estaban presentes durante la captura o borra otros que sí estaban, pero molestan visualmente. Sea cual fuera el caso, es mucho más aceptable hablar de pequeños ajustes en las fotografías como sombras, altas luces o color; antes que superponer elementos exógenos.

Contrario a esta apreciación de ética en la fotografía periodística, Cavadas (2015) afirmaba que “no hay que esperar a que ocurra un acontecimiento noticiable, el marketing lo fabricará, buscará el momento adecuado (...) reproducirá la situación de un modo fiel de manera que resulte verosímil y los medios de comunicación lo difundirán aportando credibilidad” (p. 179). Es ahí cuando se advierte la gran capacidad de manipulación de la opinión pública que tienen los medios de comunicación. Ya no se habla solo de distorsionar una fotografía sino de elaborar desde cero todo el hecho noticioso, con datos, fuentes, cifras y, por supuesto, fotografías.

Entrevista número 3

Nombre del experto	Santiago Jaramillo
Título	Fotógrafo
Profesión	Fotógrafo del exgobernador Eduardo Jaramillo

1. ¿Qué incidencia tiene el color en la fotografía política?

Al igual que en otras ramas de la fotografía, como el paisaje, el retrato o la publicidad, el color en la fotografía política transmitirá uno u otro mensaje; más aún, dejará al político como héroe o villano. El blanco y negro tiene eso de darle un dramatismo supremo a las fotografías, de pronto porque se pierde un distractor bastante potente como lo es el color. El retrato de un político puede decir bastante tan solo con el color, si su gestión está bien encaminada será muy difícil verlo en escala de grises.

2. ¿Cuál es el encuadre más útil en fotografía política y por qué?

Lo intención de un político es siempre verse como un superhéroe que ha venido a salvarnos a todos, por eso siempre se ven tan radiantes y llenos de seguridad, es por eso que el encuadre más común es el ligeramente contrapicado para dar esta sensación de que no están al mismo nivel que nosotros, que son ligeramente superiores y por eso debemos depositar nuestra confianza en ellos.

3. ¿Existe alguna pose que transmita más seguridad en fotografía política?

Hay poses que se han convertido en una apuesta segura cuando de políticos se trata, y es la típica foto donde vemos al político sentado en un sillón que a simple vista luce caro, en una sala lujosa con un libro entre las manos y la pierna cruzada. Seguro *Vistazo* tendrá muchas de

estas entre sus páginas y no me malinterpretes, no hay nada de malo con eso, es más, creo que son muy bonitas visualmente y cumplen con su objetivo, dejar bien parado al político.

Análisis:

Hay ciertos cánones que son una apuesta segura en semiótica de la imagen y que se pueden advertir claramente en la política: el uso del blanco y negro para denostar la gestión de una figura pública, el encuadre contrapicado para darle mayor realce y, finalmente, una pose ganadora donde el sujeto aparece ostentando sus posesiones y sus hábitos de intelectual.

Sin embargo, respecto a este último punto, hay quienes abogan por una imagen política menos ortodoxa, como lo advertía Castro (2021) “para llevar a cabo una comunicación efectiva y de alto impacto, es necesario que los políticos actúen de manera distinta” (p. 14). Y es que el hecho de mostrarse como un superhéroe que ha venido a salvarnos puede jugar en su contra al crear una brecha bastante grande entre el político y el público.

La fotografía de carácter político ha evolucionado a paso lento y se mantiene bastante fiel a sus inicios como herramienta propagandística.

7. Discusión

Se logró establecer que una fotografía de carácter político orientada a imprimirse en una portada no es lo mismo que una fotografía periodística. La primera trata de seducir al lector, mientras que la segunda tiene como intención primaria comunicar un mensaje.

La edición fotográfica es de uso cotidiano en medios de comunicación impresos como revistas y no se la debe satanizar, ya que hay ciertos parámetros estéticos que deben ser solucionados, a través, de la manipulación de luces, colores, texturas y formas. Por otro lado, una revista es una empresa más que debe generar ingresos para seguir publicando, por lo tanto, debe aplicar estrategias de marketing para venderse.

En el caso concreto de las portadas de *Revista Vistazo* se encontraron fotografías de diferente naturaleza que, conviven en una sola composición lo suficientemente llamativa para cautivar y retener a los lectores. Dentro de sus investigaciones y reportajes se encontró una gran cantidad de fotografías fieles a la realidad, aunque también se encontraron una edición mucho más elaborada como la superposición de las manos en la fotografía de Jorge Yunda en la ficha de observación número 3.

A lo largo del análisis de la fotografía carácter político en la *Revista Vistazo*, se ha encontrado similitudes con autores que ven en ella un recurso comunicativo poderoso a la hora de incidir en la opinión pública. Sin embargo, también se ha visto discordancias con aquellos fotógrafos más puristas que ven en la edición fotográfica una suerte de alteración de la realidad.

Verificación de objetivos

Objetivo general

Analizar la narrativa visual de las fotografías con carácter político de la Revista Vistazo, período mayo-julio 2021

Este objetivo se cumplió satisfactoriamente gracias a las fichas de observación, mismas que permitieron conocer el mensaje narrativo de los elementos que componen una fotografía de corte político. Desde el semblante, el color y la angulación de la cámara, hasta el contexto que dicta el pie de foto, todos son elementos narrativos que configuran una fotografía de carácter político con autonomía para ser leída y descifrada por los lectores.

Se logró establecer que una fotografía de carácter político orientada a imprimirse en una portada no es lo mismo que una fotografía periodística. La primera trata de seducir al lector, mientras que la segunda tiene como intención primaria comunicar.

Objetivos específicos

- Conocer la evolución de la fotografía hasta su posicionamiento como un recurso político.

Para atender el presente objetivo se revisó una ingente cantidad de documentación en repositorios digitales y libros impresos, así como entrevistas a profesionales afines a la rama de la comunicación y la fotografía, quienes destacaron de la fotografía política su capacidad para aflorar sensibilidad y empatía en el lector.

Se logró sentar los elementos narrativos que hacen de una fotografía de carácter político una herramienta de comunicación eficaz: composición, plano, angulación de la cámara, color y lenguaje no verbal.

- Analizar los patrones que sigue una fotografía de carácter político.

El presente objetivo se cumplió gracias al uso de fichas de observación. Las fichas permitieron hacer una comparación entre fotografías de diferentes políticos, encontrando patrones repetidos como la sonrisa o la angulación contrapicada y otros discordantes como los colores fríos en unas y cálidos en otras según el tono de la entrevista o reportaje.

Se concluye que la fotografía de carácter político apenas ha tenido variaciones desde su posicionamiento como herramienta comunicativa y de publicidad a mediados del siglo pasado. Es más, todas tratan de vender un sujeto político de la misma manera, mostrándolo a veces cercano al pueblo y otras como un superhéroe sobrio y lejano.

8. Conclusiones

El presente trabajo investigativo tuvo como punto de interés el análisis de la narrativa visual de las fotografías con carácter político en la *Revista Vistazo*. Como habíamos visto en la revisión de literatura, la fotografía tiene un largo recorrido desde las cavernas hasta posicionarse como una herramienta de comunicación y propaganda.

Pese a la tendencia de volcarse al mundo digital, la fotografía impresa sigue vigente en revistas como *Vistazo*, donde cobra suma relevancia para atraer a los lectores y comunicar un mensaje con el menor ruido posible, es así que hemos llegado a las siguientes conclusiones:

1. La portada de *Revista Vistazo* es eminentemente política ya que todas las entregas correspondientes a nuestro periodo de análisis, mayo-julio 2021, muestran al menos un actor político envuelto en un mensaje satírico.
2. Las fotografías de archivo son seleccionadas cuidadosamente para ilustrar lo que dicta su línea editorial y están prestos a superponer elementos exógenos con tal de ilustrar bien el mensaje, tal como ocurre con la revista que sostiene Guillermo Lasso en la ficha número 2 y las manos de Jorge Yunda en la ficha número 3.
3. Dentro de un reportaje o investigación se puede ver al mismo actor político en diferentes facetas, unas favorables y otras no tanto, esto se debe al tono que sigue el trabajo periodístico y a la línea editorial del medio de comunicación, que tiende a mostrar lo viejo como malo y lo nuevo como bueno. Prueba de ello es que las fotografías de Guillermo Lasso son más atractivas y menos fatalistas que las de Lenín Moreno o Jorge Yunda.

9. Recomendaciones

1. Luego del análisis siempre habrá la necesidad de una mejora constante que mantenga la línea gráfica en las portadas de una revista como *Vistazo*. Es por ello, que se recomienda dejar sentado en el pie de foto si la fotografía se encuentra retocada con elementos superpuestos digitalmente.
2. Dado que muchas fotografías son de archivos, se recomienda hacer una selección objetiva de las mismas para mantener equilibrada la línea investigativa del medio; sin incurrir, de esta manera, en tratos especiales a ciertos actores políticos.
3. Dar un tratamiento con el mismo rigor y tenacidad a la presentación de la imagen de los actores políticos que aparecen en la *Revista Vistazo*.

10. Referencias Bibliográficas

- Abreu, I. (2001). El estudio de la imagen pública, ¿la clave del éxito? *Revista Latina de Comunicación Social*, (4)39, 4-5. <https://n9.cl/hoqug>
- Arias, D. (s.f.). La urdimbre icónica, una lectura hermenéutica de Panofsky. Academia. <https://n9.cl/o2u5m>
- Arredondo, A. (2017). Cartelera panorámica de propaganda política de elecciones federales 2015 en Ciudad Juárez, México, con fotografías analizadas desde el visual framing. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(11), 128-150.
- Cavadas, M. (2015). La fotografía como elemento de comunicación política. El caso el ayuntamiento de Madrid. *Anduli*, (14), 171-194.
- Bacchiega, J. (2014). La propaganda gráfica como arma psicológica en el transcurso de la Gran Guerra. *Relaciones Internacionales*.
- Baeza, J. (2001). *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Editorial Gustavo Gili. <https://n9.cl/isx0>
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Kats. <https://bit.ly/2Syhb0Z>
- Barthes, R., y Akçakaya, R. (2009). *La cámara lúcida*. Hill & Wang. <https://bit.ly/3c9DtMo>
- Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información*. San Esteban-Edibesa. <https://bit.ly/371gYGI>
- Bravo, R. (2019). De lo análogo a lo digital en la fotografía: Revisión bibliográfica y conceptual frente a su práctica, su función y su evolución tecnológica. *UTCiencia "Ciencia y Tecnología al servicio del pueblo"*, 5(3), 161-173.

- Brea, J. (2010). *Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image*. Akal.
<https://bit.ly/3kQT72W>
- Casal, S. (2019). *Fotografía en política: una primera aproximación*. MPR Group.
<https://n9.cl/rbbgd>
- Cirjanic, J. (2015). ¿Es posible una narrativa en la fotografía social? *Razón y palabra*, (90), 35.
- Castro, G. (2021). *Análisis de la fotografía política en campañas electorales. Estudio de caso* [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Puebla]. <https://cutt.ly/smSIJ9>
- Cerritos, A. (2002). Los hacedores de la historia, las computadoras. *Revista de la Facultad de Medicina*, 45(004), 2-4.
- Chaves, A. (2007). La imagen como escritura. El discurso visual para la historia. *Norba: Revista de historia*, (20), 185-208.
- Checa, A. (2015). *Historia de la comunicación*. Loja, Ecuador: Ediloja.
- Cevallos, J. (2014). Representación, cuerpo y mujeres en la publicidad ecuatoriana: un “Vistazo” histórico. *Revista ComHumanitas*, 5(1), 105-120.
- Colorado, O. (23 de marzo de 2019). *El encuadre fotográfico*. Oscar en fotos.
<https://n9.cl/7xt6k>
- Crespo, T. (2020). *El encuadre en la composición fotográfica*. Tania Crespo Fotografía.
<https://n9.cl/u2tuw>
- Cuervo, D. (2012). *El poder del color, la influencia de los colores en el consumidor* [Tesis de grado, Universidad de León]. <https://n9.cl/8sve9>

- Dánika. (19 de abril de 2016). *La composición en la fotografía. El arte de saber observar*. Fotomecánica. <https://n9.cl/f737x>
- De Carlos, M. (2008). *La imagen religiosa en la Monarquía hispánica: usos y espacios* (Vol. 104). Casa de Velázquez. <https://bit.ly/3gCoVa2>
- Del Ramo, J., y Recio, J. (2017). Análisis descriptivo del fotoperiodismo narrativo en los diarios digitales Folha de Sao Paulo y The Guardian. *Revista Española de Documentación Científica*, 40(2), 73-73.
- del Río, V. (2001). El efecto Photoshop. *Lápiz Revista Internacional de Arte*, 169(167), 100-107.
- del Valle, F. (1993). El análisis documental de la fotografía. *Cuadernos de documentación multimedia*, (2), 43-56.
- Doménech-Fabregat, H. (2014). Tratamiento del fotoperiodismo en las historias de referencia de la fotografía.
- Cirjanic, J. (2015). ¿Es posible una narrativa en la fotografía social? *Razón y palabra*, (90), 35.
- Gutiérrez, A. (2016). *El encuadre fotográfico entendido como proceso: factores tecnológicos, perceptivos y elementos constitutivos de la imagen fotográfica* [Tesis de grado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://n9.cl/n32us>
- Finol, D., de Nery, D., y Finol, J. (2012). Fotografía e identidad social: Retrato, foto carné y tarjeta de visita. *Quórum académico*, 9(1), 30-51.
- Flores, J., Gómez, G., y Jiménez, E. (1999). Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. <https://cutt.ly/OmSvEV0>

- Garaudy, R. (1986). Materialismo filosófico y realismo artístico. *Estética y marxismo*, 9-42.
- García, S. (2021). *Análisis de la fotografía política en campañas electorales. Estudio de caso* [Tesis de Grado, Universidad Autónoma de Puebla] <https://n9.cl/g4cm5>
- Garrett, J. (1991). *El arte de la fotografía en blanco y negro*. Ediciones Akal.
<https://n9.cl/iqur7>
- Godínez, V. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Academia.
<https://cutt.ly/dhNe0Ug>
- Jordan, M. (22 de noviembre de 2019). *Historia de la fotografía: La fotografía digital*. MolinariPixel. <https://bit.ly/3xUbw4B>
- Kurtz, G. (1994). La fotografía de los colores. Bases científicas y reglas prácticas. *Elementos: Ciencia y Cultura*, 7(037), 37-39.
- Lachat, C. (2011). Didáctica de la traducción audiovisual: enseñar a mirar. *Redit: Revista Electrónica de Didáctica de la Traducción y la Interpretación*, 6(2011), 94-105.
<https://n9.cl/dqqol>
- Liñán, G. (10 de octubre de 2014). La revolución de los sensores electrónicos de imagen. *El Diario*. <https://bit.ly/3Bp8Azq>
- Lister, M. (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós.
- López, J. (2014) *Nueva estética en la posmodernidad cinematográfica: una aproximación a través de la obra de Terrence Malick* [Tesis de maestría, Universidad de Sevilla].
<https://n9.cl/cfsjz>
- Luna, I. (2003). La historia de la imagen o una imagen para la historia. *Cuicuilco*, 10(29), 18-

- Mendoza, F. (2003). *La Utilización del Color en el Centro Infantil*. Amei. <https://n9.cl/jmbsf>
- Marinello, J. (2014). *Fotografía digital: Técnica y lenguaje*. Ediciones UC.
<https://bit.ly/2TynuBD>
- Martínez-Artero, R. (2004). *El retrato: del sujeto en el retrato*. Ediciones de Intervención Cultural. <https://bit.ly/3qoL2DO>
- Martínez, R., y García-Beltrán, A. (2000). *Breve historia de la informática*. División de Informática Industrial. <https://cutt.ly/2hNe3yV>
- Mártir, A. (14 de diciembre de 2017). *Qué son y para que sirven los planos fotográficos*. Creatyum. <https://n9.cl/63jwq>
- Merchán, R. (1993). *La realidad fragmentada: una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo* [Tesis de maestría, Universidad Complutense de Madrid]. <https://n9.cl/27vwh>
- Moles, A. (1991). *La imagen*. Academia. <https://bit.ly/2RtCNLk>
- Molina, P. (2012). Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (119), 17-22.
- Moreno, J. (2019). Narrativa fotográfica de la época del terrorismo en el Perú: Comparativa de la exposición fotográfica “Yuyanapaq. Para recordar” con El Diario de Marka y la revista Caretas. Casos Uchuraccay (1983). *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, (66), 141-162.
- Montalbán, F., y de La Hoz, D. (2016). La construcción simbólica del candidato a través de la fotografía en la propaganda electoral. *Contraluz: Revista de la Asociación Cultural Arturo Cerdá y Rico*, (10), 69-82.

- Murga, D. (2019). *Psicología del color en el Marketing* [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]. <https://n9.cl/odlqj>
- Orejuela, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de comunicación*, (8), 60-83. <https://n9.cl/dm3q4>
- Panofsky, E., Fernández, B., y Ferrari, E. (1972). *Estudios sobre iconología*. Alianza Editorial. <https://n9.cl/0tan3>
- Quintana, A., y Montgomery, W. (2006). *Psicología: Tópicos de actualidad*. <https://bit.ly/3rhLAX8>
- Raydan, C. (2012). Origen y expansión mundial de la fotografía. *Perspectivas. Revista de Historia, Geografía, Arte y Cultura*, 1(1), 127-150.
- Revista Vistazo celebra hoy su aniversario número 58*. (5 de junio de 2015). Vistazo. <https://n9.cl/lzevl>
- Ruiz, N. (2010). Sobre el fotomontaje Dadá. *Norba: Revista de arte*, (30), 153-172.
- Rubal, M. (13 de abril de 2018). Los orígenes de la fotografía. *La Vanguardia*. <https://n9.cl/uv1gv>
- Sampieri, R. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill. <https://bit.ly/37meVxP>
- Sardina, L., y Ortiz, J. (2007). *La imagen fotográfica*. Akal. <https://bit.ly/2TxWsus>
- Sarlo, B. (1992). Intelectuales y revistas: razones de una práctica. *América. Cahiers du criccal*, 9(1), 9-16.

Sevilla, C. (2021). Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (97), 79-89.

<https://n9.cl/kxt48r>

Tarazona, Á., y Pérez, J. (2014). La fotografía periodística como fuente para la representación historiográfica.: El análisis de la imagen en la protesta estudiantil durante la segunda mitad del siglo XX. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 5(1), 139-153.

Valdez-Zepeda, A., Huerta-Franco, D., y Díaz-González, S. (2012). El color como parte de la estrategia de persuasión política: El caso de los XVI Juegos Panamericanos, Guadalajara 2011. *Contratexto*, (020), 29-51.

11. Anexos

Anexo 1. Ficha de observación

Edición:	Fecha de entrega
Personaje político	Nombre del personaje político
<i>Foto</i>	
Texto de portada, título del reportaje o pie de foto	Texto que acompaña a la fotografía
Descripción:	Descripción de lo que se ve en la fotografía
Significación natural:	Objetos naturales y sus expresiones
Significación convencional:	Elementos de menos relevancia
Significación intrínseca:	Capacidad del lector de abstraer conceptos
Color:	Características del color
Plano:	Corte de la fotografía
Angulación de la cámara:	Normal, picado o contrapicado
Relación de aspecto:	Horizontal, cuadrada o vertical

Anexo 2. Entrevistas a profesionales

¿Se puede concebir que una revista como *Vistazo* publique fotos sin editar?

¿Hasta dónde se puede transgredir la ética periodística para llamar la atención en una portada?

¿Qué es lo más importante en una fotografía de carácter político con miras a publicarse en una revista?

¿Cuál es el proceso de edición de una fotografía de corte político?

¿La edición fotográfica empieza en la cámara desde el momento que se dispara o desde que se lleva la fotografía a un programa informático?

¿Cuál crees que es la intención de una fotografía de carácter político?