



Facultad de Estudios Superiores

Acatlán

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Estudios Superiores Acatlán

TESINA

“La fotografía como herramienta de posicionamiento político. El caso del candidato para elección consecutiva a diputado federal por el distrito 39, José Luis Montalvo Luna”.

Que para obtener el grado de Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta: Saúl Elihú Almazán Sánchez

Asesora: Mtra. Esther Ramírez Hernández

Santa Cruz Acatlán, Estado de México
Febrero 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Facultad de Estudios Superiores

Acatlán

Saúl Elihú Almazán Sánchez

LA FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE POSICIONAMIENTO POLÍTICO

*El caso del candidato para elección consecutiva a diputado
federal por el distrito 39, José Luis Montalvo Luna*









Dr. José Luis
MONTALVA ★

Luna
candidato propietario
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán



Agradecimiento.

A la UNAM por brindarme las herramientas para cumplir con mis objetivos.

A mis maestros por todo el conocimiento que me compartieron.

A la Maestra Esther Ramírez, quien sin dudar, me brindó su ayuda desde antes de comenzar a escribir este proyecto.

Al Profesor José Luis Montalvo Luna, quien creyó en mi trabajo y me dio la oportunidad de formar parte de su equipo legislativo durante el tiempo en el que fungió como Diputado Federal.





Dedicatoria.

A mis amigos y camaradas, que a pesar de todas las adversidades siempre están ahí para ayudarme.

A la familia Sánchez, por ser parte de esta historia desde su comienzo. De igual forma la familia Almazán, por demostrarme que con trabajo se pueden lograr las metas.

A la familia Gómez De Blas, por todo el tiempo que les he robado, por aceptarme como parte de ustedes, pero sobre todo por mostrarme que se puede soñar alto.

A Jime por darme esa inspiración para llegar hasta aquí.

A Rosalia, quien me enseñó que la vida tiene sentido.

A Gaby, por no dejarme solo, ayudarme y ser la mejor hermana del multiverso.

A mi Papá quien a pesar de todo siempre ha estado ahí para mi.



Quiero hacer una dedicatoria especial, una dedicatoria que llega hasta lo más alto del cielo. A mi tía Alicia, por que se que desde donde esté, me sigue escuchando como siempre lo hizo en vida. A mi abuelita Alicia, quien siempre me demostró que yo soy capaz de cumplir mis sueños, y en especial a mi Mamá, aunque ya no está presente en este mundo, sé que está conmigo en todo momento y que a pesar de que físicamente se fue, su esencia prevalece en mis recuerdos.

Gracias por todo...



Introducción.	15
1.- Antecedentes del uso de la imagen dentro de la historia de la política.	19
1.1 ¿La pintura precede a la fotografía en el uso político?	20
1.2 Los inicios de la fotografía y sus primeros usos dentro del contexto político.	27
1.3 La implementación de la fotografía en el porfiriato.	36
1.4 Consolidación de la imagen fotográfica como recurso político en la época cardenista.	50
2.- La fotografía en el discurso político.	61
2.1 El vínculo del contexto narrativo del discurso y el contexto fotográfico según la visión de Maria Short.	62
2.2 El concepto de espontaneidad en la imagen política. El caso de la Imagen de Barack Obama.	74
2.3 La interpretación de la imagen por la sociedad.	88
3.- El vínculo entre la fotografía y el diseño para el desarrollo de campañas políticas.	101



3.1 El contexto fotográfico y el <i>brief</i> del diseño para el desarrollo de la imagen de una campaña política.	102
3.2 La importancia de la investigación del target político para el diseño de una imagen de campaña precisa.	110
3.3 Como la conjunción del diseño y la fotografía es fundamental para una campaña diferente.	126
3.4 La emotividad de la fotografía en el mensaje político.	138
3.5 Fotografía política y plataformas digitales.	149
4.- La fotografía en la campaña de José Luis Montalvo Luna.	155
4.1 Fotografía y diseño de la imagen de campaña.	156
4.2 Estrategia de comunicación para medios digitales y las Redes Sociales en la campaña de José Luis Montalvo Luna.	198
Conclusión.	214
Fuentes de Consulta.	216



JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena **PT** VERDE
La esperanza de México



INTRODUCCIÓN



La fotografía y la política a través de los años se han convertido en fieles compañeras, la política no tendría el impacto que busca en la sociedad sin la expresión de sentimientos que la fotografía le otorga. Hoy en día, el electorado se ha vuelto más crítico a la hora de elegir el candidato ideal por el cual van a votar. Sin embargo, la imagen de los candidatos es una parte crucial ya que la primera impresión es la que genera el interés de las personas.

Este proyecto no solo pretende analizar lo descrito en la literatura actual, sino también plantear como realizar las tomas fotográficas, así como el proceso creativo para definir una imagen que beneficie a un candidato para lograr plasmar un mensaje, con el objetivo de generar un vínculo con la sociedad.

En el primer capítulo se establecerán los antecedentes de la imagen fotográfica en la propaganda política de los principales casos en nuestro país, como lo son la época del porfiriato y cardenista, para así explicar cómo el contexto de una imagen logra representar una acción a favor y en contra de un candidato, así como de la adaptación de este medio en nuestro país.

A través del estudio de Maria Short se analizará la repercusión del vínculo entre el contexto narrativo del discurso y el contexto fotográfico, tomando como referencia el caso de Barack Obama y el fotógrafo en jefe de la Casa Blanca durante su periodo como presidente de los Estados Unidos. También se analizará la idea de espontaneidad utilizado por Pete Souza y como la sociedad logra hacer una interpretación de dicho concepto.

El diseño gráfico resulta fundamental y es pieza clave dentro de una campaña política. De igual forma, la fotografía juega un papel importante, ya que acompaña la narrativa del mensaje. Es por ello que se planteará como con un buen brief se logra determinar un público específico con el fin de desarrollar una estrategia de imagen adecuada, tomando en cuenta que hoy en día la emotividad es un concepto que logra atraer a más público. También se abordará como su contexto se debe adecuar a las diferentes plataformas de redes sociales para lograr una mayor difusión del mensaje.



Se tomarán las fotografías del candidato a Diputado Federal José Luis Montalvo Luna como un caso muestra que se desarrollará de acuerdo a lo antes explicado y se realizará el diseño del material para difusión en medios impresos y digitales, así como la estrategia para el manejo comunicativo de la campaña a través de las diferentes plataformas de redes sociales, haciendo énfasis en el uso de Facebook. Así se demostrará que el contexto y buen manejo de la técnica fotográfica son factores que generan emociones que pueden influir en el electorado, al momento de tomar una decisión en favor de algún candidato para ocupar un cargo público de elección popular.



1. Antecedentes del uso de la imagen dentro de la historia de la política.





1.1 ¿La pintura precede a la fotografía en el uso político?

La forma en que la clase política transmite su mensaje ha ido transformándose con el paso del tiempo, esto se debe al avance de la tecnología que permite la comunicación por diversos medios de dicho mensaje y del manejo que las nuevas generaciones hacen de la misma. Por esta razón, quienes se dedican al medio político buscan las formas más idóneas para que su mensaje logre introducirse en el ideario de la sociedad.

“Las nuevas tecnologías están exigiendo e imponiendo unos cambios muy rápidos y profundos en las formas de comunicación y, por ende, en las posibilidades que estos nuevos escenarios ofrecen al intercambio mercantil y los procesos de consumo”.¹

A lo largo de la historia, la imagen y la política han ido de la mano, esto lo podemos observar en los pasajes históricos plasmados en los lienzos que al día de hoy se consideran una línea de partida de la narrativa fotográfica de los acontecimientos políticos en el mundo.

¹López-Trigo Reig, M. (2019). Los medios sociales: plataforma para una democracia participativa. PSOE, PP, Ciudadanos, Podemos - Mayo 2018. En: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3221/322161687003/index.html>



Retrato del Rey Sol.
Louis XIV de Francia.
Hyacinthe Rigaud, 1701.



Un ejemplo claro del poder de la imagen para comunicar un contexto, lo podemos ver en la pintura de Jacques-Louis David, “La consagración del emperador Napoleón y la coronación de la emperatriz Josefina el 2 de diciembre de 1804”. Esta obra describe la coronación de Napoleon Bonaparte por el Papa Pío VII en la catedral de Notre Dame, en París, Francia. El impacto visual de los elementos produce un aura de poder que envuelve al protagonista de la pintura, el contexto es claro, Napoleon es el más grande emperador.



La consagración de Napoleón.
(Le Sacre de Napoléon).
Jacques-Louis David, 1806.



La pintura no solo era usada por los reyes, también aquellos miembros de la familias reales europeas, como hermanos, padres e hijos de los monarcas, en este caso era muy común el retratar a los herederos al trono. Para ejemplificar este tema recordemos el cuadro de “Las Meninas” del pintor español Diego de Velázquez allá por el año de 1658. Velázquez fue el pintor preferido de la familia real española por su habilidad y destreza con el pincel. Esta pintura se convirtió en su obra maestra, sin duda, la gran protagonista del cuadro, tanto por su posición al centro de la obra, como por estar en el punto con más iluminación, es la infanta Margarita Teresa de Austria. Sin embargo lo más curioso de esta pintura es que, a pesar de tratarse de un retrato familiar, solo podemos ver a los monarcas a través del espejo ubicado al fondo del cuadro. Velázquez sin duda representa a la infanta Margarita como la futura monarca hispánica.²



Las Meninas. Diego de Velázquez.1656

² Delgado, D. (2019, 28 agosto). Análisis científico de ‘Las Meninas’, obra de Velázquez. MuyInteresante.es. En: <https://www.muyinteresante.es/cultura/articulo/analisis-cientifico-de-las-meninas-101566892400>



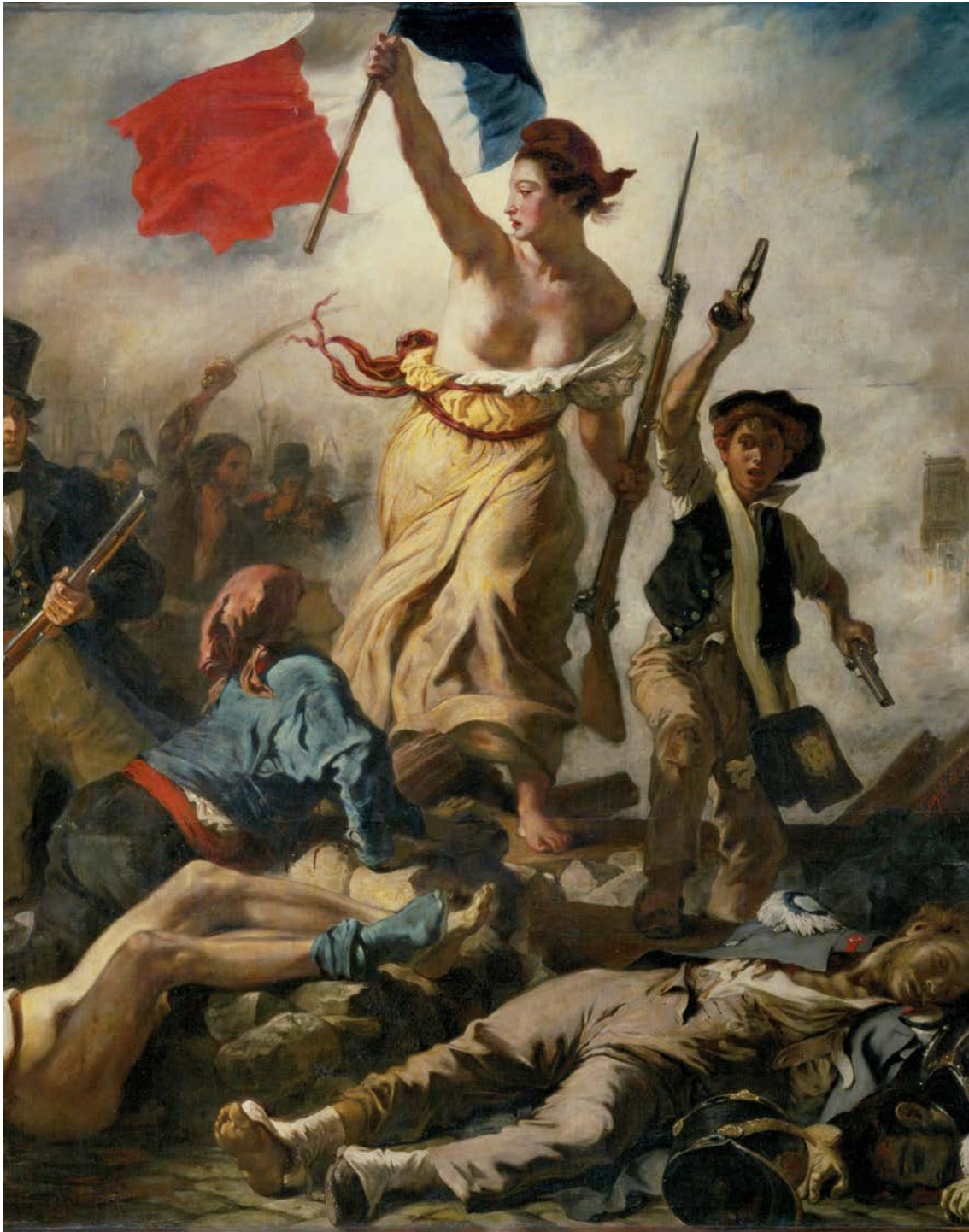
Este arte no solo se encargó de plasmar a los monarcas y a las familias reales, también podemos encontrar momentos importantes dentro de la historia, momentos que a su vez sientan las bases de diversos movimientos políticos; revoluciones, como el cuadro realizado por el pintor francés Eugène Delacroix “La Libertad Guiando al Pueblo”. Esta imagen es una alegoría de la igualdad de los distintos estratos sociales luchando por un bien común.

En la pintura no sólo encontramos plasmados a la realeza en el momento de máximo esplendor durante su reinado, también quedaron registrados los acontecimientos más oscuros de éstos. Aquí podemos recordar la obra de Francisco de Goya de 1814, “Los fusilamientos del 3 de mayo en la montaña del Príncipe Pío”, que resalta el actuar del ejército francés, que reprimió el alzamiento popular e inició una sanguinaria persecución contra el pueblo madrileño. En la madrugada del 3 de mayo de 1808, reunieron a los alzados y los ejecutaron, sin un juicio justo. Este lienzo es una de las piezas más emblemáticas de este autor y en este hace a un lado las normas del estilo neoclásico, esto para resaltar el despertar de un estilo nuevo y propio.³



“Los fusilamientos del 3 de mayo en la montaña del Príncipe Pío”. Francisco de Goya. 1814.

³ López-Trigo Reig, M. (2019). Los medios sociales: plataforma para una democracia participativa. PSOE, PP, Ciudadanos, Podemos - Mayo 2018. En: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3221/322161687003/index.html>



La Libertad Guiando al Pueblo. Eugène Delacroix. 1830.



Otra obra que retrata los hechos entorno a la muerte de uno de los personajes más relevantes de la revolución francesa, es el que realizó Jacques-Louis David quien plasmó a Jean Paul Marat después de su asesinato a manos de Charlotte Corday. En este lienzo se observa el cuerpo sin vida del personaje que reposa sobre su bañera y cómo éste sujeta una hoja de papel que contiene los nombres de presuntos traidores a la Revolución. Jacques-Louis David a través de su expresión logra posicionar a dicho personaje como un mártir.

Estos son ejemplos de cómo la pintura fue una herramienta utilizada durante la época para dar a conocer a los gobernantes y de igual forma grabó en la memoria colectiva los acontecimientos político sociales más importantes de la historia, quedando como un precedente de la comunicación política para la actualidad.

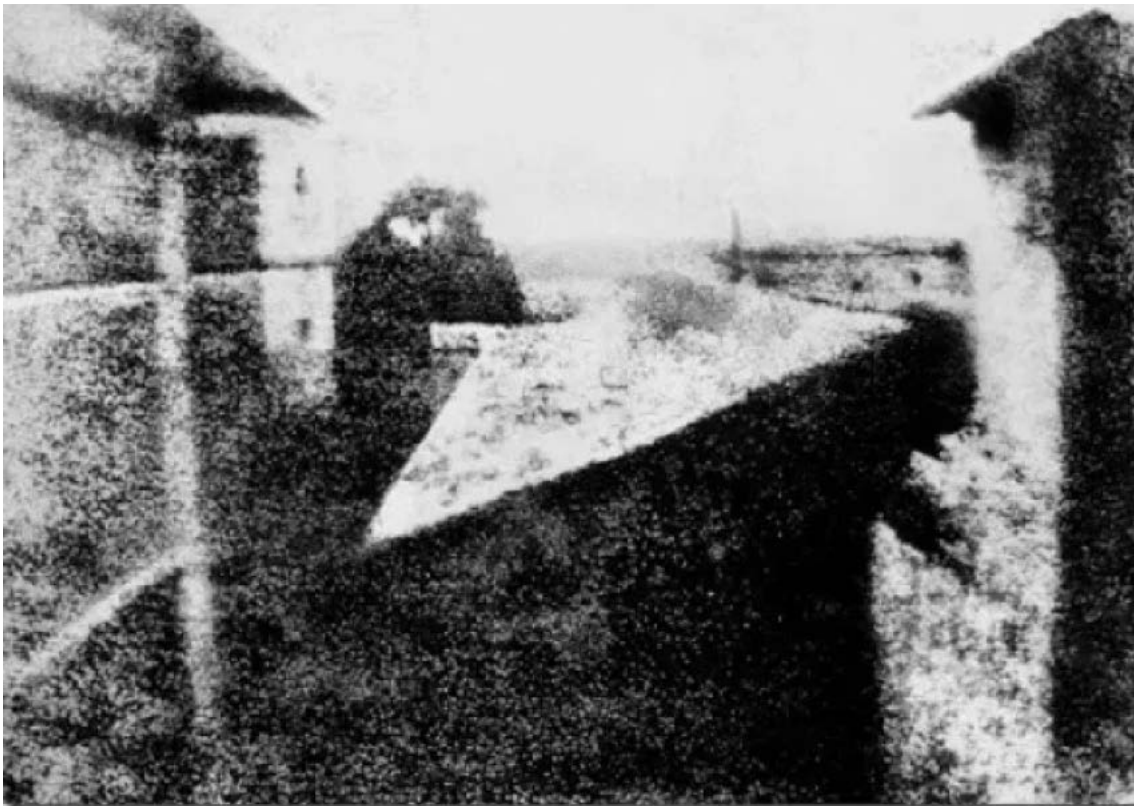


“La Muerte de Marat”. Jacques-Louis David. 1793.

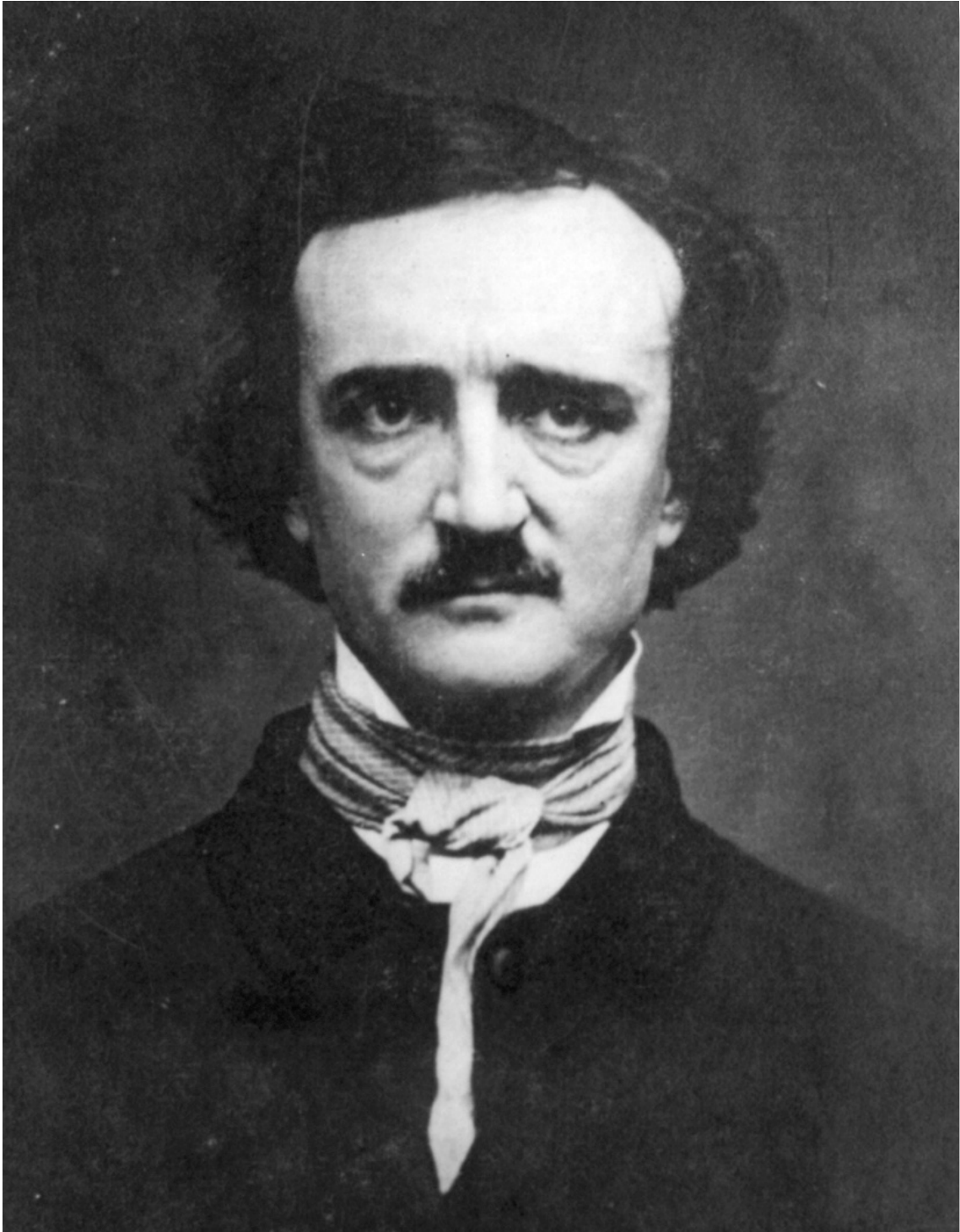


1.2 Los inicios de la fotografía y sus primeros usos dentro del contexto político.

La manera de plasmar una imagen ha ido evolucionando con el paso de los años, desde las primeras pinturas encontradas en cuevas, que fueron hechas por nuestros antepasados y que han perdurado por siglos, hasta los lienzos realizados por los grandes y más reconocidos pintores de la historia del arte. Sin embargo, conforme la ciencia y la tecnología avanzan se descubren nuevas formas para crear imágenes. Así, durante el siglo XIX se desarrolló el avance tecnológico que cambió por completo el mundo del arte y de la comunicación gráfica. Durante el año de 1826, Joseph Nicéphore Niépce, quien fuera científico de origen francés, descubrió una forma de fijar la imagen de su patio exterior en una placa de peltre recubierta de betún, nombrando esta técnica como heliografía. Una nueva forma de capturar el instante había nacido.



La primera fotografía de la historia.
Nicéphore Niépce, Saint Loup de Varennes, Francia, 1826.

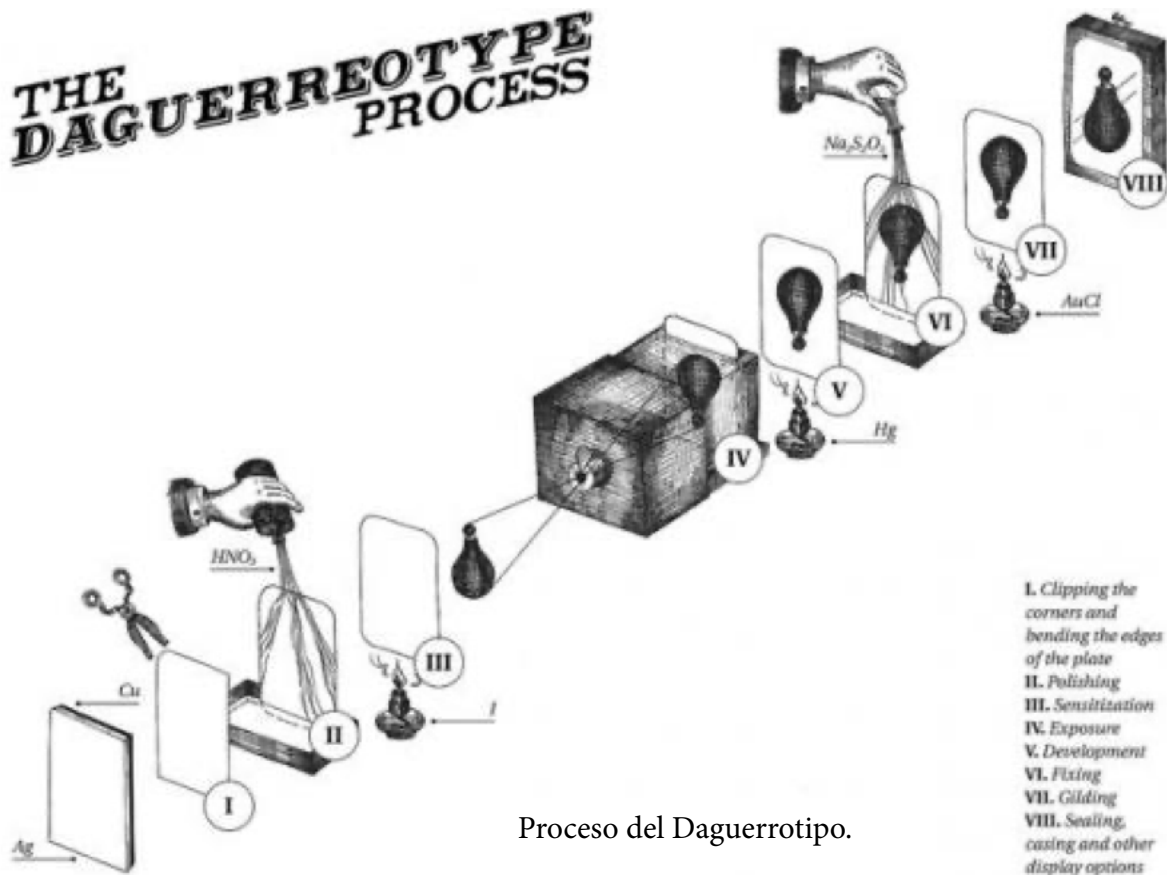


Daguerrotypo de Edgar Allan Poe.
Marcus Aurelius Root, 1848.



Así esta imagen junto con otras más que logró tomar del mismo lugar y con la misma técnica son hoy en día consideradas las primeras fotografías de la historia.⁴ Trece años después, el descubrimiento de Niépce, fue redefinido en un nuevo proceso que cambió algunos detalles de la idea original, pero con materiales que resultaron más accesibles y fáciles de manejar por los fotógrafos de la época, bautizado con el nombre de daguerrotipo, esto en honor a su descubridor el francés Louis Daguerre en 1839, lo que derivó en el célebre comentario atribuido al pintor Paul Delaroche:

“Desde hoy la pintura ha muerto”.⁵



⁴Oscar Condes. (2017). Once puntos de inflexión que marcaron la historia de la fotografía. 31/08/2020, de Xataka Foto Sitio web. En: <https://www.xatakafoto.com/historia-de-la-fotografia/once-puntos-de-inflexion-que-marcaron-la-historia-de-la-fotografia>

⁵ Richard Salkeld. (2014). La unión de la química y la óptica. Cómo leer una fotografía(16). Barcelona. Gustavo Gili.



La revolucionaria manera de plasmar los acontecimientos de la vida diaria trajo con ella una nueva visión de hacer propaganda política. La fotografía se convirtió en la nueva forma de plasmar ideas; en un principio de forma rudimentaria, dado los largos tiempos de exposición que requerían los materiales usados. La historia considera al danés Christian Franzen Nissen como el “Fotógrafo de Reyes y Reinas”.⁶ Este mote se lo ganó debido a que a lo largo de su vida fotografió a la mayoría de la nobleza española. Aunque Franzen Nissen llegó a Madrid para desempeñarse como Cónsul de Dinamarca en España, el trabajo que le dio reconocimiento fue el que realizó en el año 1892 para la revista “Blanco y Negro”, quien publicó sus fotografías, siendo una de estas la primer fotografía impresa de la prensa española.

Este novedoso método de capturar las imágenes se fue abriendo paso por las ciudades más importantes del continente europeo durante gran parte del siglo XIX y su impacto fue tan grande que no tardó mucho en llegar a más países en el mundo.



Fotografía de la Infanta Isabel de Borbón. Christian Franzen Nissen.

⁶Rei, M. F. (2018, 30 agosto). ¿Quién fue el fotógrafo de reyes y rey de los fotógrafos? MuyHistoria.es. En: <https://www.muyhistoria.es/contemporanea/preguntas-respuestas/quien-fue-conocido-como-el-fotografo-de-reyes-y-rey-de-los-fotografos-441489651909>



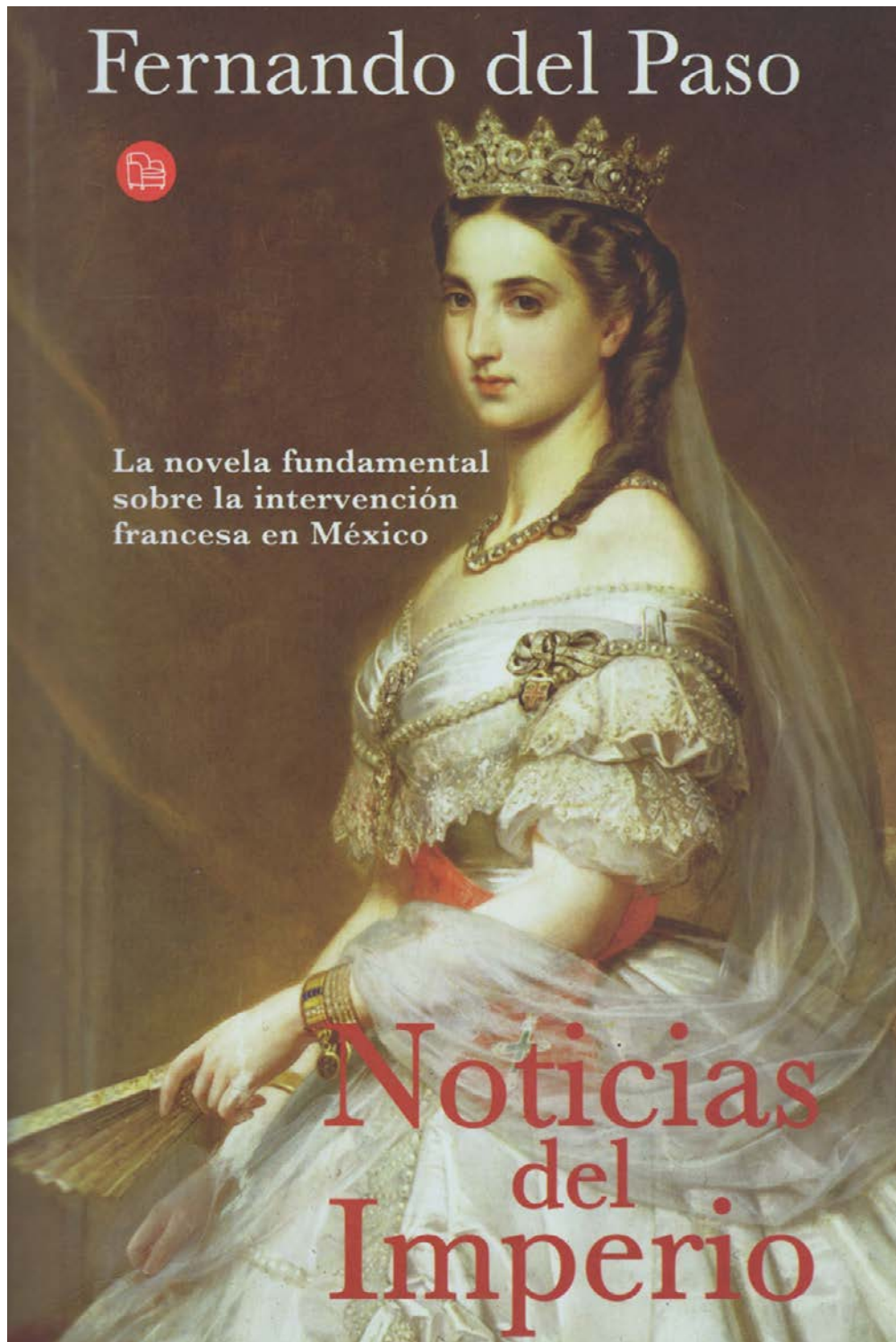
La historia de la fotografía en nuestro país tiene sus inicios en el año de 1840, así lo marcan los registros obtenidos entre las páginas del “Diario mexicano el Cosmopolita” del 26 de febrero de dicho año,⁷ ahí se anunciaba la rifa de un moderno aparato diseñado por el antes mencionado inventor francés Louis Jacques Daguerre. Con estos hechos se podría concluir que así fue como llegó finalmente la fotografía a México. En un principio, la fotografía estaba enfocada para usarse en paisajes y ruinas precolombinas, posteriormente se empezó a popularizar para realizar retratos, sin embargo, este era un proceso complicado ya que se requería demasiado tiempo.

La fotografía como medio de reproducción comenzaba a expandirse con la llegada de la *carte de visite*, que fue una propuesta del francés Eugene Disdéri en 1855 y consiste en una foto de retrato en plano medio. Los retratos de un emperador Napoleón III o de la emperatriz Eugenia y del príncipe imperial de Francia se habían vuelto muy famosos, esto debido a la globalización de la imagen que hubo con la llegada de este nuevo y popular formato.⁸ Este nuevo método comenzó a ser utilizado por el emperador Maximiliano de Habsburgo y su esposa Carlota, durante el periodo que abarcó entre 1863 a 1866, como un recurso propagandístico para dar a conocer la imagen del imperio Mexicano, desencadenando el uso de la fotografía con diferentes fines sociales y abriendo su utilización como forma de difusión de la imagen política en nuestro país.

Las imágenes del Segundo Imperio Mexicano traspasan el imaginario visual de la historia de nuestro país. La pintura más famosa de la emperatriz Carlota, es un óleo que se encuentra actualmente en una de las tantas habitaciones del Museo Nacional de Historia, mejor conocido como el Castillo de Chapultepec, misma que se usaría como imagen de portada de algunas ediciones de la novela histórica de Fernando del Paso, “Noticias del Imperio”. Algo muy similar sucede con el retrato fotográfico más conocido de la emperatriz, hecho por el fotógrafo francés François Aubert. En él aparece Carlota sentada, en un plano medio, con la cabeza y la cara girada un poco hacia la izquierda, sin una pose en específico y de frente a la cámara, con un vestido muy llamativo y grande ocupando una tercera parte de la composición final del retrato.

⁷ Desconocido, M. (2020, 19 agosto). Historia de la fotografía en México. México Desconocido. En: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/historia-de-la-fotografia-en-mexico.html>

⁸ Castillo, V., Farmer, P. J., Zárate, D., Rodríguez, C., Flores, I. L., Cabello, I., Adentro, R. T., Molina, G. L., & Mancisidor, J. (2021, 19 febrero). A sus cuerpos dispersos. Tierra Adentro. En: <https://www.tierraadentro.cultura.gob.mx/fotografia-del-segundo-imperio/>



Portada de “Noticias del Imperio” con la pintura de la emperatriz Carlota de Bélgica.



Fotografía de Carlota de Bélgica realizada por el francés François Aubert.



El caso de François Aubert es fundamental, su obra ha servido para poder estudiar el pasado político, social y cultural del siglo XIX en México y también ha permitido el estudio de la historia fotográfica en nuestro país. El trabajo fotográfico de François Aubert muestra muchas tomas de arquitectura, paisaje y también la figura de personajes importantes como los emperadores, además de retratar a los trabajadores del imperio.

Aubert ha sido etiquetado como el “fotógrafo de la corte”, lo cual podría llevarnos a pensar que formó parte del séquito que llegó con los emperadores desde Europa, pero esto no fue así, en realidad él había llegado antes que Maximiliano y Carlota y estableció su estudio en la 2da Calle de San Francisco, sin embargo, a la llegada de los emperadores este se convirtió en su fotógrafo de cabecera, quien acompañó a la pareja imperial durante todo el tiempo que estuvieron en el poder, hasta el día del fusilamiento de Maximiliano en manos del ejército comandado por Benito Juárez en el Cerro de las Campanas, Querétaro. Se le atribuyen las fotografías donde se muestra la camisa del emperador con los agujeros de bala y otra en la que aparece Maximiliano de Habsburgo dentro de la caja fúnebre.

Las fotografías de François Aubert permiten mostrar un pequeño fragmento de la vida pública y privada de los emperadores, así como de los distintos sectores sociales de México en aquella época. Hay que recalcar que Aubert no fue el único fotógrafo que realizó trabajos fotográficos de los sectores burgués y popular en nuestro país, nombres como el de Desiré Charnay y la compañía Cruces y Campa, por ejemplo, lograron registrar los oficios de estratos más populares durante esta misma época. Este repertorio visual nos permite comprender cómo era la vida en el México del pasado, pero al mismo tiempo nos regala la forma en la que tanto personajes nacionales y también del extranjero miraron el país durante este periodo de la historia.



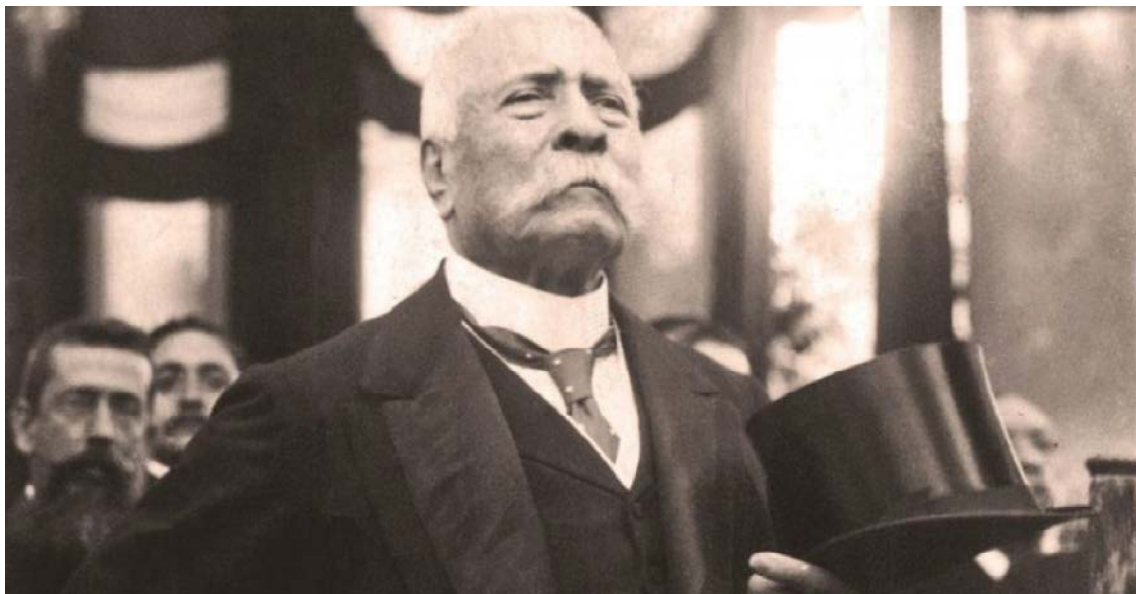
Fotografía del emperador Maximiliano de Habsburgo y la emperatriz Carlota de Bélgica.



1.3 La implementación de la fotografía en el porfiriato.

Durante la época del porfiriato, la fotografía tuvo un sin número de usos, provocando que estos trabajos se divulgaran en distintos medios, lo que derivó en un sin fin de usos de la fotografía fue la transformación social, política y económica de México, ya que la percepción positiva de los fotógrafos logró que las personas “vieran un reflejo fiel de la realidad”.⁹

El legado fotográfico que dejó la época del porfiriato a la política es muy importante para la evolución de la prensa ya que “podía dar cuenta del progreso y la estabilidad alcanzados y, por lo tanto, del bienestar y relajamiento que disfrutaba la sociedad mexicana, y que expresaba, sobre todo, en la práctica de las diversiones públicas.”¹⁰ Pero, si hablamos de la fotografía durante el porfiriato, tenemos que retomar el caso de quien le dio nombre a este periodo histórico de México, el Presidente Porfirio Díaz. El usaba la fotografía con el modo de los inamovibles, en términos más simples, posaba de una forma inexpresiva y dura, con ello, sentía que tenía la imagen totalmente controlada.



Fotografía del Presidente de México,
General Porfirio Díaz.

⁹ Pérez Bertruy, R. I. (2012). Usos y medios de la divulgación de la fotografía en el porfiriato: el caso de los parques y jardines urbanos. México. Nueva época, XVII, 86.

¹⁰ de la Torre Rendón, J. (s. f.). Fotografía Mexicana Durante el Porfiriato. Scribd. Recuperado 15 de enero de 2021. En: <https://es.scribd.com/doc/71856405/fotografia-mexicana-durante-el-porfiriato>



Fotografía de la Catedral de la Ciudad de México.







Retrato de Emiliano Zapata. Antonio Garduño.



No obstante, este tipo de fotografía era carente de dinamismo y no marcaba una evolución de la pintura a la foto, más bien se quedaba atorada en los estilos dignos de la edad media. Si bien está revolucionaria manera de expresar los momentos más sublimes de la cotidianidad, había generado grandes imágenes, aún no lograba acoplarse a lo que la política requería, quizá por la técnica y los materiales que no permitían una inmediatez.

Pese a todos los intentos fallidos de buscar un estilo que lograra marcar un cambio radical, no fue hasta el inicio de la Revolución Mexicana donde los actores principales del movimiento encontraron la fórmula perfecta para darle una identidad gráfica a este periodo con imágenes que se volvieron un icono y que ahora son un legado histórico de nuestro país y para la historia mundial. La fotografía contribuyó, de gran manera, a conformar la imagen que hoy en día tenemos de este episodio de la historia de México.

Podemos mencionar el trabajo de algunos de los fotógrafos que lograron capturar los momentos más significativos de esa época como lo fueron: Heliodoro J. Gutiérrez, Antonio Garduño, quien es el autor de un famoso retrato de Emiliano Zapata; José Mendoza, quien fue el fotógrafo oficial de Venustiano Carranza; Félix Miret y Sabino Osuna, quienes lograron registrar de forma muy cuidadosa los días de la Decena Trágica; los hermanos Abitia, quienes retrataron por mucho tiempo al Ejército Constitucionalista; Sara Castrejón, que ostenta el título de ser la primera fotógrafa de la Revolución; Manuel Ramos, a quien se le atribuye una de las imágenes más legendarias de Francisco Villa y Emiliano Zapata en Palacio Nacional; Hugo Brehme, quien es considerado por algunos especialistas como el mejor y más importante fotógrafo de ese periodo; Gerónimo Hernández, quien logra plasmar la icónica imagen de la llamada Adelita y para finalizar esta lista de grandes nombres, tenemos que mencionar el de Agustín Víctor Casasola, quien, a pesar de las polémicas sobre la autoría de muchas de las obras que se le atribuyen, logró tener un archivo de miles de imágenes que hasta hoy en día son la base de la Fototeca Nacional.¹⁰

¹⁰ Memoria fotográfica de la Revolución mexicana. (2018, 19 junio). Relatos e Historias en México. En: <https://relatosehistorias.mx/numero-vigente/memoria-fotografica-de-la-revolucion-mexicana-0>



Fotografía de Venustiano Carranza.



Fotografía durante la Decena Trágica. Miret. 1913.



Imagen del Presidente Francisco I. Madero. 1913.



Fotografía de Francisco Villa. 1919.



Detrás de cámaras de un retrato realizado a Venustiano Carranza. Archivo Casasola.



Fotografía de Francisco Villa y Emiliano Zapata en Palacio Nacional. Archivo Casasola. 1914.







Para cerrar este apartado, es necesario hacer mención del Archivo Casasola, ya que es uno de los archivos fotográficos más importantes del país, en él se preservan imágenes que retratan la historia mexicana del siglo XX. Este archivo se encuentra dividido por diversos temas que cubren un periodo desde 1900 hasta la década de 1970.

1.4 Consolidación de la imagen fotográfica como recurso político en la época cardenista.

Lázaro Cárdenas del Río, un personaje cuyo nombre sobresale no sólo por su impacto en la política o cultura de México del siglo pasado, sino porque la historia lo ha colocado dentro de un lugar privilegiado, en el cual alguna imagen suya, sea fotográfica o no, aparece inmediatamente al pronunciar su nombre o algún acontecimiento relacionado con él. La relación que hay entre el general Cárdenas y su iconografía es un ejemplo perfecto de cómo se logra establecer una identidad entre el nombre y la imagen.

Fue en este periodo cuando la fotografía por fin alcanzó su desarrollo y está se convirtió en un material imprescindible para la prensa de la época. Un periódico que no incluyera algún tipo de gráfico a modo de testigo visual¹² de los acontecimientos, estaba destinado a perder sus lectores ya que las fotografías eran un gran atractivo visual. Durante los años veinte, del siglo pasado, dieron a luz a una serie élite de intelectuales que eran capaces de darle un valor más tangible a la fotografía, figuras como Manuel Álvarez Bravo, Agustín Jiménez, Tina Modotti y Eduard Weston, tuvieron mucho que ver en el hecho de que la imagen fotográfica ya había adquirido el valor de ser un hecho cotidiano.

¹² Pérez Montfort, R. (2008). Las imágenes del general Lázaro Cárdenas y la fotografía. México. Revista de Estudios Históricos, No. 48, 181-200.



Gracias a esto, hubo muchos fotógrafos que dejaron de ver a la fotografía como una forma de supervivencia y, además de ponerlas a la venta, se aseguraba su uso dentro de la comunicación política. Quien comprendió muy bien la importancia del dinamismo que debían tener las imágenes para buscar trascender y lograr un vínculo con la sociedad fue el Presidente Lázaro Cárdenas del Río. Desde muy joven descubrió que una buena fotografía tomada en el momento y el contexto adecuado logran una coherencia con el discurso manejado por el político mexicano.



El Presidente Lázaro Cárdenas del Río descendiendo del Tren Presidencial.



Lázaro Cárdenas saludando a algunos pobladores.



La gran mayoría de las imágenes que retratan a una figura tan relevante para la historia mexicana, como lo fue el presidente Lázaro Cárdenas, tiene que ver con la relación que ésta tiene con “los momentos en que fueron tomadas y la historia que hay detrás de quienes aparecen con él o no en dichas fotografías”.¹³ A lo que refiere Ricardo Pérez Montfort es que para darle un sentido a la imagen es necesario conocer, además de la historia oficial, el contexto cultural.



Fotografía de un joven Lázaro Cárdenas (al centro) junto a algunos cadetes.

¹³ Pérez Montfort, R. (2008). Las imágenes del general Lázaro Cárdenas y la fotografía. México. Revista de Estudios Históricos, No. 48, 181-200.



La imagen del General Cárdenas es sin duda alguna un parteaguas para el uso político de la fotografía, ya que desarrolló la idea de que una foto en un contexto privado, como aquella donde se observa en una piscina, puede ser utilizada a manera oficial, pero que difícilmente una foto oficial pueda convertirse en privada, como las imágenes de su despacho, o de un evento de índole oficial.

Pero ¿qué lineamientos debía seguir una fotografía para ser denominada como oficial?, para responder esta pregunta se debe, en primera instancia, tomar en cuenta la relación de la toma y los elementos que se encuentran en ella; de esa manera se dice que oficiales son todo aquel grupo de imágenes que muestran la figura solemne de un presidente, como ejemplo aquella fotografía en la cual aparece como capitán segundo en el Estado Mayor del general Guillermo García Aragón, hasta aquella en la que revisa unos papeles ante las miradas de un grupo indígenas.

Siguiendo con diversos elementos de análisis que nos permiten darles cierto carácter simbólico a las imágenes, podemos plantear que en la figura y la imagen del general Cárdenas se entrecruzan tanto la transformación de un México un tanto estático hacia uno más dinámico y fortalecido por el proceso posrevolucionario, como si se tratara del discurso de un militar que poco a poco va regresando al espacio civil, de la guerra hacia la paz constructora.

También hay que considerar que la fotografía del General Cárdenas con los campesinos de Guerrero, sería políticamente incorrecta, ya que un presidente debe de rodearse de poderosos, de personas que ostenten algún tipo de poder: político, judicial, religioso, etc. El fotografiarse con campesinos representa colocarse al nivel del otro, colocarlos como interlocutores válidos. Eso le otorgó a Cárdenas el respeto de esos "otros" que anteriormente no fueron validados como interlocutores: el pueblo.



El Presidente Lázaro Cárdenas (al centro) dando un discurso.



Visita del C. Presidente de
opien Los Sabues, Gro.
Sept-20-37





Se concluye este apartado con el análisis de los elementos que nos permiten darles un carácter simbólico a las tomas fotográficas, por ejemplo, en la imagen donde podemos observar al General Cárdenas conviviendo con campesinos del estado de Guerrero sería políticamente incorrecta para esa época, ya que un presidente debía de rodearse con las personas más poderosas, personas que ostentaban algún tipo de poder: político, judicial, religioso, etc. Sin embargo el compartir cuadro con campesinos o gente común representaba colocarse al nivel del otro, los convertía en interlocutores válidos. Esto le otorgó a Lázaro Cárdenas el respeto de esos “otros” que anteriormente no eran tomados en cuenta de ninguna forma ni mucho menos fueron validados como interlocutores: el pueblo.

Se puede plantear que en la imagen fotográfica del general Cárdenas se entrelazan la transformación de un país algo estático hacia uno con más dinamismo y también fortalecido, posterior al proceso posrevolucionario, como si fuese un discurso perfectamente planeado de un militar que poco a poco va regresando a una vida como civil, pasando de la guerra hacia la paz constructora. No se trata sólo de ver las fotografías y de darle un simbolismo con un proceso histórico nacional, sino también de acercarse a la vida personal de un hombre, que va más allá de la relevancia para la historia del país y seguirla de manera secuencial, con el fin de comprender y explicar la trascendencia de su legado para la imagen política de México.



Fotografía del Presidente Lázaro Cárdenas, la Primera Dama Amalia Alejandra Solórzano Bravo y su hijo Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.



Retrato de la Primera Dama Amalia Alejandra Solórzano Bravo.



2 . La fotografía en el discurso político.



2.1 El vínculo del contexto narrativo del discurso y el contexto fotográfico según la visión de Maria Short.

La fotografía se convirtió en un recurso fundamental para la política, ya que a través de las imágenes se logra complementar un mensaje. Esto se debe a que la evidencia del quehacer y del ejercicio político queda plasmado en un recurso gráfico que logra perdurar al paso del tiempo, demostrando la presencia de un actor político en diversas situaciones sociales. Pero ¿en qué radica la eficacia de este recurso?, la respuesta se encuentra en las noticias que los medios comunican respecto al ejercicio positivo o negativo del actuar de un gobierno en cualquier país del mundo.

Si bien el discurso político debe ser fundamentado con los hechos relevantes a destacar, la narrativa fotográfica deberá demostrar dichas acciones realizadas y aplicadas en favor de un bienestar social. Como lo menciona Cecilia Cortés en su trabajo *“Las huellas del tiempo: el uso político de la fotografía”*:

“la producción y reproducción de imágenes es un aspecto fundamental de la política, y si bien a través de ellas se apela a la capacidad de los receptores para interpretar mensajes complejos, su función política es fundamentalmente persuasiva y se apoya en la seducción”.¹⁴

¹⁴ Cortés, C. (2007). Las huellas del tiempo: el uso político de la fotografía. Argentina. En: <https://www.aacademica.org/000-024/103>



Fotografía del Presidente Municipal de La Paz, Estado de México, Rolando Castellanos Hernández.



La Senadora Claudia Ruiz Massieu siendo fotografada por los medios de comunicación durante la Sesión de Congreso General de apertura de la LXIV Legislatura.



Es de suma importancia el recordar que para lograr una fotografía con un mensaje político tenga presencia, el fotógrafo debe tener en cuenta el contexto en el que se emplearán las fotografías. El contexto se define por la función que va a tener la fotografía, su encuadre, los aspectos técnicos utilizados, el uso de textos, la temática, ubicación y la formación cultural que el público aporta a la lectura de la fotografía, es vital reconocer las implicaciones prácticas y éticas del contexto.¹⁵

Un aspecto primordial del lenguaje visual utilizado dentro y fuera de la política es la elección del tema que se va a mostrar al espectador. Pero esta imagen transmitirá o planteará cierta información que propiciará una serie de interpretaciones. El reconocimiento que hay entre el tema, la fotografía y el espectador determinará el modo en que la fotografía se realice y se presente.¹⁶

Una de las reglas a seguir y que resulta imprescindible, es el “concepto”, éste se determina en función de la relación que existe entre el contexto y el tema, es decir el mensaje final que se transmite y el cual se verá envuelto por la interpretación del receptor. Es importante reflexionar si el papel de la fotografía influye en la forma en que el público percibe al protagonista de la imagen. Por tal motivo es necesario entender cómo el contexto da forma y reafirma a la interpretación, no solo en la relación que hay con la temática y un enfoque conceptual, el resultado será considerar cuál sería la intencionalidad, en pocas palabras: ¿qué vamos a fotografiar? y ¿con qué objetivo?. El punto de vista personal resulta crucial cuando hablamos de fotografía en la política. Las creencias, la integridad, intuición, personalidad y hasta las habilidades de comprensión de la técnica, influyen en el razonamiento del concepto de la imagen. Estas características personales son esenciales a la hora de realizar el trabajo fotográfico, por ello es de destacar que los fotógrafos pueden desarrollar una interpretación del tema más llena de significado, a través de la proximidad física, la comprensión del pensamiento y la empatía que pueda surgir con la persona que van a retratar.

Por otra parte, no siempre será posible saber cuál será la reacción del público ante una fotografía, en ello influyen la relación que mantiene el fotógrafo con el tema y el grado de precisión con los objetivos que se plantea.

¹⁵ Maria Short. (2011). Contexto y narración en fotografía. Barcelona, España: Gustavo Gili, pág. 28.

¹⁶ Op., cit., pág. 41.



“Muchos fotógrafos hablan de una sensación o un reflejo instintivo como parte esencial de su práctica fotográfica, utilizando estos impulsos intuitivos para responder al entorno y al tema”.¹⁷

Las respuestas intuitivas forman parte esencial del lenguaje visual, los fotógrafos responden al tema y la respuesta da lugar a elementos que se transmiten al público, siendo el principal reto la traducción de las ideas a imágenes funcionales. Así como los valores como la pasión, la paciencia y el compromiso son imprescindibles para la producción de fotografías capaces de llegar a determinado público, la sinceridad de la intención del fotógrafo debe quedar en clara a través de la técnica que se utiliza. El contexto es la herramienta primordial para lograr comprender si el lenguaje visual se está empleando de una forma adecuada para lograr una comunicación con claridad. La forma de presentar la fotografía resulta ser un aspecto muy importante del contexto y por el cual se logra apreciar e interpretar el mensaje plasmado. El formato, la secuencia y el estilo, es quizá la mejor forma de comprender si una serie de imágenes se relacionan entre sí. La finalidad de todas estas técnicas es lograr dar sentido, coherencia y ritmo a una o varias fotografías, como si se tratasen de signos de puntuación visual.



Patricia Sánchez Nava, candidata a la presidencia municipal de Amecameca, Estado de México en un mitin de campaña.

¹⁷ Maria Short. (2011). Contexto y narración en fotografía. Barcelona, España: Gustavo Gili, pág. 68



Rolando Castellanos Hernández, Presidente Municipal de La Paz, Estado de México, charlando con integrante del equipo municipal femenino de basquetbol.



Pero la importancia de la calidad técnica de las imágenes resulta relevante, sin este aspecto la imagen fotográfica no se comunica de forma óptima. Todos los factores que resultan ser relevantes y que intervienen en la calidad técnica de la imagen son el formato de la cámara, la sensibilidad del sensor, la iluminación y el tiempo de exposición. Es por esta razón que la calidad del detalle de una imagen que es tomada con una buena técnica despierta el interés de quienes la ven, el espectador que observa una fotografía bien realizada puede meterse en el tema y examinar el concepto. En otras palabras, el comunicador debe saber comunicar, tanto desde el punto de vista técnico como organizativo. Todo aquel fotógrafo que no sabe manejar adecuadamente su herramienta principal de trabajo e intente realizar una foto sin sentido y carente de técnica visual, por muy seguro de que lo ha logrado, no conseguirá que su mensaje llegue a su objetivo.

En fotografía, la finalidad de todas estas técnicas es de dar un sentido, coherencia y si es el caso, dar ritmo a la imagen o al grupo de imágenes que se presentan. Estas técnicas podríamos describirlas como un signo de puntuación visual y su conjunto forman la narración fotográfica. La narración es utilizada en diversos ámbitos de trabajo donde resulta muy útil ofrecer al público un concepto o realizar un análisis de cierta información dentro de un contexto determinado, en lo general, la narración se divide en tres partes importantes: un inicio, un desarrollo y un desenlace.¹⁸ Sin embargo, una narración fotográfica no sigue necesariamente esta estructura, puede que simplemente insinúe lo que ha pasado o haga una sugerencia de lo que podría ocurrir.

La narración fotográfica puede ser una interpretación imaginaria de un personaje, algún lugar, un acontecimiento o un simple momento. En el ámbito de la comunicación visual, la narración no necesita desarrollarse en un sentido lineal ya que puede ser cíclica o estar contenida en una sola imagen y sugerir referencias cruzadas que, al juntarse determinan una comprensión del espectador o bien la interpretación de las intenciones que tuvo en ese momento el fotógrafo. Así mismo, un conjunto de fotografías pueden funcionar como una narración, de esta manera se puede dar al público claves visuales que van determinando la lectura. Para ello, es fundamental que el fotógrafo tenga en cuenta algunos puntos claves durante la realización de las fotografías, se debe analizar cómo el público verá las imágenes y como el contexto deberá determinar sus decisiones.

¹⁸ Maria Short. (2011). Contexto y narración en fotografía. Barcelona, España: Gustavo Gili, pág. 98



José Luis Montalvo Luna durante la campaña electoral de 2021.







Pero qué sucede con las imágenes únicas, aquellas fotografías que son de una sola toma, ¿También cuentan con una narración? Todos los componentes de una imagen, así como el dinamismo o la tensión que se establecen entre ellos contribuyen a generar una narrativa en ella. La fotografía puede generar diversas sensaciones: agitación, confusión o inmovilidad. La narración viene determinada por el contexto de los elementos que componen a la imagen en el momento justo de ser fotografiados.

Las cuestiones que plantea dicho contexto son las siguientes: ¿Qué aparece en la fotografía? ¿Qué está ocurriendo? ¿Qué importancia tienen los elementos que componen la imagen? Puede aparentar ser algo muy sencillo y simple, pero el análisis de cada elemento por separado ayuda al fotógrafo a reflexionar sobre lo que verá el espectador, como lo interpretará y el por qué. Conforme un fotógrafo va desarrollando un determinado proyecto, este resalta algunos aspectos del contenido de la imagen según las condiciones en las que se desenvuelven los elementos. En concreto, al realizar una serie de imágenes, se puede recurrir a que las condiciones de estos elementos dan paso a signos y símbolos, o incluso, que las mismas condiciones adquieran un carácter simbólico. Los signos y símbolos influyen en la dinámica de la imagen y en la lectura que de ella haga el espectador.



En la siguiente imagen podemos ver los elementos que generan una narrativa. En primer plano se observa al candidato observando y señalando una fotografía que se encuentra colgada en la pared, en la cual se compone de una serie de jugadores de fútbol en formación para ser retratados antes de un partido.



2.2 El concepto de espontaneidad en la imagen política. El caso de la Imagen de Barack Obama.

La esfera política tiene muy en claro que un buen manejo de la imagen es sinónimo de una buena aceptación de la sociedad. Durante los primeros años del 2000 se encontraba en el poder en Estados Unidos el republicano George W. Bush, quien había servido dos períodos presidenciales y que fueron marcados, uno por el atentado terrorista del 11 de septiembre de 2001 y por la intervención militar en territorio iraquí que derivó en el derrocamiento de Sadam Hussein. Así en el 2008 llegaron a un nuevo periodo de elecciones dos candidatos que buscaban entrar en la historia presidencial de los Estados Unidos. Por el lado del partido Republicano se postulaba John McCain, un político de familia con tradición militar, quien se desempeñaba como Senador por el estado de Arizona; mientras que por el lado demócrata, se postulaba un personaje que cambiaría la historia, tanto por su forma de hacer política como de su estilo único de manejo de la imagen, el afroamericano Barack Obama.

El mensaje de Obama representó una fórmula de esperanza y cambio abanderado con un ideario basado en principios de igualdad. Su imagen de campaña plasmó un cambio de lo tradicional a algo más atrevido y dinámico, atrayendo a un sector joven de la población norteamericana con una conexión a través de las diferentes plataformas digitales, concretamente a través de Twitter.

Parte de este éxito electoral se encuentra en las imágenes tomadas por el fotoperiodista estadounidense Pete Souza, quien es altamente reconocido a nivel mundial por sus múltiples trabajos en las publicaciones más prestigiosas, además de ser jefe de fotografía de la Casa Blanca durante la administración del Presidente Ronald Reagan, donde logró plasmar los aspectos más íntimos del hombre que gobernaba a uno de los países más poderosos del mundo y generar una imagen de estadista mediante un concepto que innovó la fotografía política, la espontaneidad.



Discurso de Barack Obama durante su campaña presidencial de 2008.



Nancy y Ronald Reagan en la Oficina Oval de la Casa Blanca. Pete Souza.



Los Reagan saludan a los simpatizantes en su ciudad natal, Dixon, Illinois. Pete Souza. 1984.



Nancy Reagan tira del abrigo de Ronald mientras habla con Tom Selleck y Elizabeth Taylor. Pete Souza. 20 de enero de 1985.



Nancy Reagan habla con Santa, también conocido como Ronald. Pete Souza.



Nancy Reagan y su hijo Ron y su esposa
Doria en el ataúd de Ronald. Pete
Souza.



El presidente Barack Obama escolta a la ex primera dama Nancy Reagan en la Sala Diplomática de la Casa Blanca. Pete Souza. 2 de junio de 2009.



La espontaneidad es un concepto que consiste en capturar un instante de la vida cotidiana de una forma natural, si bien en ellas no se aparenta una planificación previa, se orquesta un momento “*espontáneo*” en donde el resultado es una imagen que evoca a los sentimientos de quien la observa. El estilo que Souza comenzó con el Presidente Reagan, lo perfeccionó cuando en 2009 se convirtió nuevamente en el fotógrafo en jefe de la Casa Blanca, esta vez bajo el mandato de Barack Obama. Durante las dos administraciones del demócrata que constan desde inicios del 2009 hasta el año 2016, Souza nos regaló imágenes de los momentos más peculiares y cercanos, logrando reflejar la personalidad de quien se considera “*el hombre más poderoso del mundo*”, sin duda una de las mejores narrativas fotográficas que el marketing político ha tenido, marcando una nueva forma de mostrar la vida fuera de la solemnidad que el cargo conlleva.



Barack Obama y la Primera Dama Michelle Obama previo a un evento. Pete Souza.



El Presidente Barack Obama bailando en un evento en la Casa Blanca, Pete Souza.







El Presidente Barack Obama bromeando con el personal de su gabinete.Pete Souza.



Pero ¿puede este estilo lograr un enlace con el contexto y la narrativa del discurso político? Recordemos que el contexto determina el modo en que los espectadores interpretan a la fotografía. En contextos diferentes, la misma imagen tendrá significados totalmente distintos.¹⁹ Un ejemplo de contexto, es la imagen capturada por Souza cuando Obama gana las elecciones de su segundo periodo como presidente. En esta fotografía podemos ver a Barack Obama abrazar a su esposa Michelle en el momento en el que se enteran de los resultados finales de la elección del año 2016 que, además se convirtió en una de las imágenes más retuiteadas de la historia. En ella se narra la felicidad, agradecimiento y el poder compartir los triunfos con las personas mas importantes de nuestra vida.



Barack Obama abraza a su esposa Michelle durante su discurso como ganador de su reelección en 2016. Pete Souza, 2016.

¹⁹ Maria Short. (2011). Contexto y narración en fotografía. Barcelona, España: Gustavo Gili.



2.3 La interpretación de la imagen por la sociedad.

Cuando aprendemos a hablar o a leer, lo hacemos mediante un proceso de repetición y reconocimiento de formas y sonidos, tal vez llegamos a pensar que todas las cosas que vemos nos llegan ya nombradas y que lo único que debemos hacer es tratar de descubrir cuál es su nombre y así aprenderlo. Pero cuando estudiamos otro idioma, nos damos cuenta que el nombre de las cosas no son algo natural, por ejemplo, lo que en el español conocemos como “*vestido*”, en el francés lo llaman “*robe*”.²⁰ El arte de utilizar el lenguaje de una forma eficiente se denomina “*retórica*”, esta es una idea que nos lleva de inmediato al arte de “*diseñar*”.

En el diseño gráfico una determinada combinación de estilo y color es fundamental para el éxito de una obra. Todo esto resulta un punto fundamental dentro de la fotografía, ya que aparte de la elección de un tema, también está presente una sintaxis o gramática aplicada a la imagen y todo fotógrafo puede tomar una serie de decisiones que puedan reforzar o inducir a una lectura específica de su fotografía; el color, composición, encuadre, saturación, profundidad de campo, utilización de filtros o inclusive el tipo de edición que se realice de la misma.

Todo fotógrafo debe tener en cuenta el contexto en el que se emplean las fotografías. El contexto se define por la función que va a tener la fotografía, su encuadre, los aspectos técnicos utilizados, el uso de textos, la temática, ubicación y la formación cultural que el público aporta a la lectura de la fotografía, es vital reconocer las implicaciones prácticas y éticas del contexto.²¹ Sin embargo, es importante no dejar de lado el contexto social y cultural que en la imagen final se verá. Tomemos como ejemplo el hecho de si la fotografía será una referencia de sucesos pasados o si bien retratará el presente, mostrando un significado diferente.

¹⁹ Salkeld, R. y Martínez, Z. C. (2015). *Cómo leer una fotografía (Manuales de fotografía creativa aplicada)* (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili. Pag. 46.

²¹ Maria Short. (2011). *Contexto y narración en fotografía*. Barcelona, España: Gustavo Gili, pág. 28.



El expresidente de España, José Luis Rodríguez Zapatero en la Asociación Nacional de Legisladores de la 4T.







Olga Sánchez Cordero, Secretaria de Gobernación en una comparecencia ante la Cámara de Diputados.



Porfirio Muñoz Ledo y Lazo de la Vega, Presidente del H. Congreso de la Unión durante el primer año de la LXIV Legislatura.



Un aspecto primordial del lenguaje visual utilizado dentro y fuera de la política es la elección del tema que se va a mostrar al espectador. Pero esta imagen transmitirá o planteará cierta información que propiciará una serie de interpretaciones. El reconocimiento que hay entre el tema, la fotografía y el espectador determinará el modo en que la fotografía se realice y se presente.²² Una de las reglas a seguir y que resulta imprescindible, es el “concepto”, esta se determina en función de la relación que existe entre el contexto y el tema, es decir el mensaje final que se transmite y el cual se verá envuelto por la interpretación del receptor. Es importante realizar la reflexión, de si el papel de la fotografía influye en la forma en que el público percibe al protagonista de la imagen.

Por tal motivo es necesario entender cómo el contexto da forma y reafirma a la interpretación, no solo en la relación que hay con la temática y un enfoque conceptual, el resultado será considerar cuál sería la intencionalidad, en pocas palabras: ¿qué vamos a fotografiar? y ¿con qué objetivo? El punto de vista personal resulta crucial cuando hablamos de fotografía en la política. Las creencias, la integridad, intuición, personalidad y hasta las habilidades de comprensión de la técnica influyen en el razonamiento del concepto de la imagen.

Estas características personales son esenciales a la hora de realizar el trabajo fotográfico, por ello es de destacar que los fotógrafos pueden desarrollar una interpretación del tema más llena de significado a través de la proximidad física, la comprensión del pensamiento y la empatía que pueda surgir con la persona que van a retratar. Por otra parte, no siempre será posible saber cuál será la reacción del público ante una fotografía, en ello influyen la relación que mantiene el fotógrafo con el tema y el grado de precisión con los objetivos que se plantea.

*“Muchos fotógrafos hablan de una **sensación** o un **reflejo instintivo** como parte esencial de su práctica fotográfica, utilizando estos **impulsos intuitivos** para responder al entorno y al tema”.*²³

²² Maria Short. (2011). Contexto y narración en fotografía. Barcelona, España: Gustavo Gili, pág. 41.

²³ Op., cit., pag. 68.



Las respuestas intuitivas forman parte esencial del lenguaje visual, los fotógrafos responden al tema y la respuesta da lugar a elementos que se transmiten al público, siendo el principal reto la traducción de las ideas a imágenes funcionales. Así como los valores como la pasión, la paciencia y el compromiso son imprescindibles para la producción de fotografías capaces de llegar a determinado público, la sinceridad de la intención del fotógrafo debe quedar en clara a través de la técnica que se utiliza. El contexto es la herramienta primordial para lograr comprender si el lenguaje visual se está empleando de una forma adecuada para lograr una comunicación con claridad.

La forma de presentar la fotografía resulta ser un aspecto muy importante del contexto y por el cual se logra apreciar e interpretar el mensaje plasmado. El formato, la secuencia y quizá el estilo es quizá la mejor forma de comprender si una serie de imágenes se relacionan entre sí. La finalidad de todas estas técnicas es lograr dar sentido, coherencia y ritmo a una o varias fotografías, como si se tratasen de signos de puntuación visual.



Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional durante la discusión para la creación de la Fiscalía General de la República.







Eruviel Ávila, Gobernador del Estado de México de 2011 a 2017, en un evento en el municipio de La Paz.



Los Diputados José Luis Montalvo Luna (izquierda) y Pablo Gómez (derecha) previo al inicio de una sesión en la Cámara de Diputados.



JUNTOS HACEMOS

morena

La esperanza de México



3. El vínculo entre la fotografía y el diseño para el desarrollo de campañas políticas.



3.1 El contexto fotográfico y el brief del diseño para el desarrollo de la imagen de una campaña política.

Toda serie de imágenes destinadas al uso político son fruto de un proceso de investigación previa, esto con la finalidad de tener en mente una idea de lo que se va fotografiar, cómo será el encuadre, como se le dará forma y así lograr focalizar las imágenes finales.²⁴ Cabe recordar que las ideas no salen de la nada, no existe nada que sea absolutamente nuevo, cada quien aporta una visión única, visión que ha ido formándose y recibiendo la influencia de la investigación realizada a lo largo del proceso. Realizar una planificación de la investigación resultará la forma más precisa para lograr llegar a los objetivos planteados.

Al iniciar este proceso de investigación es muy importante presentar las propuestas necesarias, estas propuestas beneficiarán la estructura de cualquier proyecto y hará más eficaz la realización del mismo. Se debe explicar a detalle el enfoque que tendrá el proyecto y los diferentes métodos a utilizarse, así como los aspectos técnicos sobre la producción final. La fotografía es un medio que ayuda a adentrarnos en entornos no explorados y adopta muchas formas diferentes.

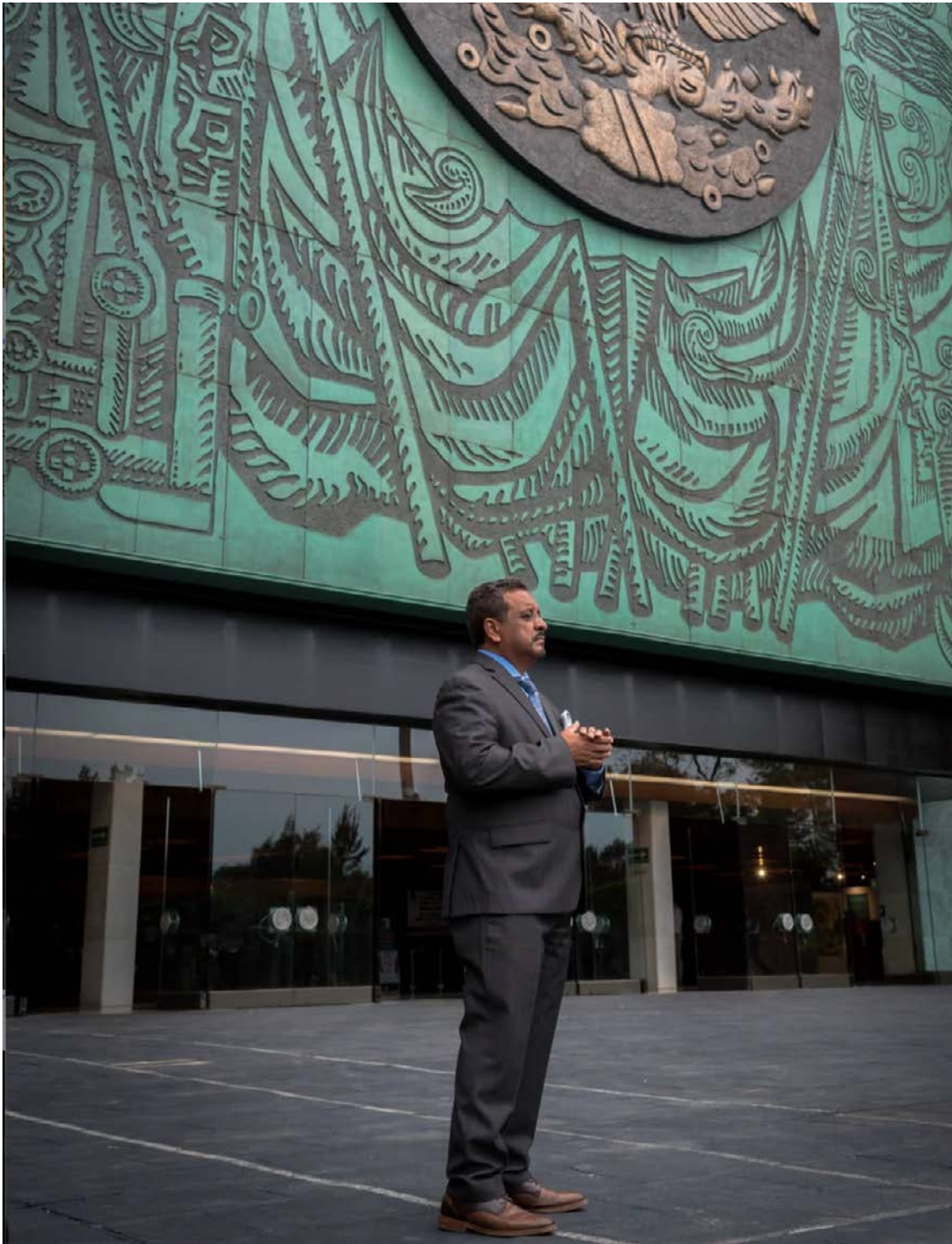
Sin embargo, un aspecto importante, que se debe de tomar en cuenta y que resulta imprescindible es el de la cultura. En cualquier proceso, tanto de diseño como de fotografía, comprender la cultura es esencial, ya que dota de significado y de valores que suelen reflejarse al hacer uso de las imágenes capturadas.²⁵

Existen innumerables formas para definir e interpretar la “cultura”, quizá, la definición más acertada sea: “La producción y reproducción social de sentido, significado y conciencia”.²⁶

²⁴ Fox, A. y Caruana, N. (2014). *Tras la imagen: Investigación y práctica en fotografía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. Pág. 11.

²⁵ Cooper, R., Mike Press, & Press, M. (2007). *El diseño como experiencia*. Barcelona. Gustavo Gili. Pág. 24.

²⁶ T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery y J.Fiske. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies*. Routledge, Londres. Pág. 68.



El Diputado José Luis Montalvo Luna en la
Cámara de Diputados.



Los Charros, símbolo cultural del carnaval de Los Reyes.



Anteriormente se hizo mención al contexto fotográfico y su papel fundamental a la hora de la elaboración de un proyecto, ya que este es determinante para la publicación de imágenes concisas que van dirigidas a cierta población. Ahora bien, dentro del diseño gráfico se encuentra una herramienta que ayuda a la organización y planificación del proceso de investigación y de igual forma, del desarrollo del proyecto, el “*brief*”.²⁷ ¿Qué es el *brief*?, es la pregunta que quizá la mayoría de quienes entran al mundo del diseño se realizan.

La finalidad del *brief* es la de facilitar la labor del diseñador y adecuarla para coincidir con los objetivos finales para ello existen seis preguntas básicas que resultan necesarias a la hora de empezar con este proceso:

- ¿Quién?:** Se refiere a quien es el cliente o emisor y quién será el público objetivo.
- ¿Qué?:** Qué problema de comunicación existe y qué tipo de elemento gráfico se plantea crear.
- ¿Dónde?:** En qué medio se comunicará el mensaje
- ¿Cuándo?:** Cuándo se desarrollará el proyecto y cuál será su plazo
- ¿Por qué?:** Por qué es necesario el proyecto y cuáles son los principales objetivos del mismo.
- ¿Cómo?:** Cómo se va a desarrollar y cuál es el plan de trabajo y presupuesto.

El *brief* apoyara al proyecto ya que a la larga esto evitara malos entendidos y ahorrará tiempo en la ejecución del proceso creativo. No hay un único formato definido del *brief* ya que cada diseñador tiene su propio método para generarlo, no hace falta hacer mención que cualquier formato es válido, siempre y cuando cumpla con la función de recabar la información necesaria para la realización organizada de cualquier proceso de diseño. En alguno de los casos, se realizará un modelo de *brief* exclusivo para cada proyecto, ya que no será lo mismo recolectar información para el diseño de propaganda de una marca comercial que recolectar información para la realización de una imagen política.²⁸

²⁷ documento escrito que debe reunir toda la información posible a fin de crear una estrategia para lograr desarrollar una campaña publicitaria exitosa.

²⁸ López, A. M. L. (2014). Curso diseño gráfico: Fundamentos y técnicas. España. Anaya Multimedia. Pág. 26-30.



El concepto de diseño es la razón creativa que se esconde bajo una aplicación de diseño, la idea base que determinará cómo diseñar es la idea abstracta, la idea primaria. El diseño se expresa visualmente mediante la creación, la selección, la combinación, la manipulación y la organización de los elementos visuales, tanto de texto, como de imagen y formas. Generar los conceptos creativos requiere de mucho trabajo, inteligencia, habilidad y talento. La generación de conceptos de diseño es sin duda la etapa que representa un mayor desafío en todo el proceso creativo, no basta con organizar los elementos, es necesario comunicar de forma efectiva un mensaje a un público determinado, la formulación del concepto de diseño requiere análisis, interpretación y reflexión. Sea cual sea el proyecto gráfico que se va a desarrollar, se deben generar varios conceptos viables con la intención de no iniciar desde cero. En algunas ocasiones, los fotógrafos y diseñadores generan un concepto resulta una iluminación, una idea que se prende como un foco radiante de luz. Para prender esa luz, existen técnicas y puntos de partida para consolidar la conceptualización como lo son las siguientes:

La finalidad del brief es la de facilitar la labor del diseñador y adecuarla para coincidir con los objetivos finales para ello existen seis preguntas básicas que resultan necesarias a la hora de empezar con este proceso: Utilización de palabras: Tratar de hacer una lista de palabras relacionadas con el contexto del tema.

Empleo de temas: Un tema es un distintivo conceptual basado en un pensamiento, una emoción, una causa social o en un enfoque político. Las variaciones de un tema funcionan como plataformas para la creación de ideas.

Uso de símbolos: Emplear una imagen u objeto para representar otra cosa, pensamiento, idea o pensamiento.

Utilización de herramientas literarias: Utilizar, por ejemplo, la metáfora, la onomatopeya o la personificación como una plataforma de conceptos.

Aplicar fusiones: Combinar o mezclar entre sí dos objetos relacionados para formar un todo único.

Sintetizar: Simplificar o esquematizar varios elementos diferentes para formar un solo concepto.



Durante una contienda electoral, la planificación es un tema primordial que no debe de ser omitida por el equipo antes de dar inicio con una campaña política. Dentro de esta planificación, todo lo relacionado al tema de comunicación tiene que estar sujeto a una fundamentación, por esta razón el brief y una investigación previa son importantes. En primera instancia, hacer un análisis de elecciones anteriores para tener un primer vistazo de los datos y recursos utilizados, así se logrará llegar a las primeras ideas. Posteriormente, es importante evaluar si la imagen del candidato es óptima y no se encuentra desgastada. En el caso del Diputado José Luis Montalvo Luna, se realizará una campaña para una elección consecutiva, pero ¿a que se refiere el término elección consecutiva? Este tipo de elección hace referencia a:

*“la posibilidad jurídica para que un ciudadano que haya desempeñado algún cargo de elección popular ocupe nuevamente éste al finalizar el periodo de su ejercicio, sin la necesidad de que exista un periodo intermedio donde no se ejerza el puesto”.*²⁹

Al tener en cuenta estos temas, se podrá generar un brief de diseño de imagen para la campaña exitosa. Sin embargo, no podemos olvidar lo que le da vida a un triunfo en el ámbito político, el público al que va dirigido el mensaje del candidato, y es que no puede existir elecciones sin electores.

Para lograr transformar una idea en una imagen fotográfica, no solo se requiere del conocimiento sobre la técnica, sino también de un entendimiento completo de los conceptos de la fotografía ya que “tal relación espacio-tiempo reconstruida a partir de las imágenes es propia de la magia donde todo se repite y participa de un contexto pleno de significado”,³⁰ comprender los aspectos culturales y sociales, tener sensibilidad y empatía, una constante actualización profesional y de igual forma, contar con una eficiencia a la hora de administrar a la perfección los tiempos para el desarrollo y organización del trabajo.³¹

²⁹ Reelección Consecutiva. (s. f.). Sistema de Información Legislativa. Recuperado 25 de agosto de 2021, de <http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=266>

³⁰ Flusser y Trillas. (2014). Hacia una filosofía de la fotografía (2a ed.). México. Trillas. Pág. 14.

³¹ Spina, M. (2004). Fotografía Argentina. Mario Horacio Spina. Pág. 12.



Finalmente, para realizar las tomas fotográficas, aparte de contar con todas las capacidades personales, académicas y profesionales, los fotógrafos necesitan contar con el equipo y herramientas especializadas para lograr el trabajo. Cabe recordar que todo fotógrafo debe de no olvidar su responsabilidad y ética profesional, esto debido a que es de su competencia la calidad y la composición de la imagen que será presentada y observada por miles de personas.

El *brief* en fotografía es muy similar al que realiza el diseñador gráfico, los pasos a seguir para el desarrollo de briefing para un proyecto de fotografía es el siguiente:

Pre-producción: debe de haber una reunión previa con el cliente para revisar las peculiaridades del trabajo.

Preparación de la producción: esta se realiza por el fotógrafo, en caso de designar a un responsable para hacer esta tarea, este deberá de supervisar.

Personal técnico: escoger a los técnicos necesarios y con la experiencia para el desarrollo del trabajo.

Equipamiento: se tiene que definir el equipo necesario para la realización del proyecto; cámaras, objetivos, flashes, filtros, etc.

Realización de las fotografías: el fotógrafo decide, dirige y realiza las fotografías que él determine correctas.

Procesamiento: el fotógrafo decide la forma en que el material será procesado y si se necesitan ajustes para su utilización.

Retoque: en este paso se harán los retoques digitales a las imágenes como lo son los ajustes de color, brillo, nitidez, etc.

Edición: se hace una selección de las imágenes que se estimen cuentan con los requerimientos acordados.

Publicación o entrega del trabajo: las fotografías escogidas entregadas o bien publicadas en las plataformas solicitadas.



Galeria de Instagram
institucional del Diputado José
Luis Montalvo Luna.



3.2 La importancia de la investigación del target político para el diseño de una imagen de campaña precisa.

Para comenzar, es necesario definir a que se refiere el contexto de target. Se trata de una palabra de origen inglés que significa “blanco” u “objetivo”. Originalmente esta palabra indicaba una estructura de forma circular que se usaba como blanco en la práctica de tiro o diana, posteriormente pasó a indicar en sentido figurado, una meta o un fin. de ahí que se adoptará dentro de la terminología del diseño gráfico y de la publicidad.

Como mencionamos, en el área del diseño y de mercadotecnia el target se define como *“el conjunto de personas para el que se orienta la venta de un producto o servicio”*. Quizá, la primera de las preguntas que se hacen es quien es el emisor del mensaje y quien será el receptor o el público objetivo del mismo. El target no solo se limita a un solo objetivo, también se puede referir así a todo un grupo de personas.



En el tiro con arco se utiliza la diana o target.



A la hora de iniciar cualquier proyecto gráfico es de suma importancia tener claro qué público objetivo será el receptor, para ello, es necesario recabar toda la información necesaria posible acerca de los perfiles de dicho público, esto incluye las características socioeconómicas, culturales y demográficas de todas aquellas personas que serán el público final al cual se dirigirá el diseño de imagen de campaña: los que observarán y responderán al ver el tipo de imagen, diseño y fotografía del candidato. Por ejemplo, no será lo mismo presentar un *flyer* (volantes) informativo cuyo target tenga una franja de edad de 18 a 25 años que uno diseñado para una franja de edad de 60 a 85 años. Para el segundo caso, habría que tener en cuenta factores adicionales como una mejor legibilidad del texto o una mayor claridad en la información presentada para que esta sea más entendible.

Patricia Sánchez Nava, candidata a la Presidencia Municipal de Amecameca de Juárez en un recorrido de su campaña.





Trasladando lo descrito al medio político, todo actor político debe de conocer las preocupaciones y necesidades de sus ciudadanos, se cometería un error si este se dedica únicamente al trabajo detrás de un escritorio. Para comenzar toda campaña electoral es esencial conocer la realidad del público al que se querrá convencer, pero es importante definir cuál será el target a quien se deberá dirigir la campaña; la segmentación del público ayudará a realizar un mensaje concreto a cada uno de los segmentos. Uno de los aspectos más importantes es la de lograr conocer con mayor profundidad que es lo que más necesitan y cuales son sus hábitos, ya que al igual que en la publicidad, en el medio político también se buscan características y comportamientos del mercado para lograr llegar con más efectividad al público objetivo.



Evento deportivo durante la campaña de Patricia Sánchez Nava, candidata a la Presidencia Municipal de Amecameca de Juárez. Saúl Elihú Almazán Sánchez. 2018.



Pondremos como ejemplo nuevamente la campaña presidencial estadounidense de Barack Obama. En Estados Unidos hay una gran variedad de comunidades existentes en cada uno de los estados. La campaña de Obama se caracterizó por lograr una conexión con un público joven y movilizó el voto de las personas afroamericanas. Algo que ayudó a difundir los mensajes de manera más ágil fue la implementación de las redes sociales y plataformas 2.0³² que fue crucial para que la población más joven que hasta ese momento se caracterizaba por ser la primera vez que ejercían el voto. También mencionar que Obama supo cómo acercarse a diversos colectivos como el LGBT, ciudadanos de origen hispano y hasta simpatizantes del partido contrario que encontraron en el demócrata *“el sueño americano hecho realidad”*. Sin duda alguna, el ejemplo del trabajo y la estrategia de marketing de campaña de Barack Obama es un modelo a seguir para lograr ganar unas elecciones.



Simpatizantes de Barack Obama en un evento de campaña, 2008.

³² Concepto que se acuñó en 2003 y que se refiere al fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet y está formada por las plataformas para la publicación de contenidos, video, audio, fotografías y las redes sociales.



Hoy en día, esta forma de marketing político marcó un antes y un después, en la actualidad diversos actores políticos toman este ejemplo para la realización de sus campañas. Sin embargo, no todas han tenido el resultado deseado y han derivado en campañas pérdidas, esto debido a factores ajenos a los relacionados con el estudio de mercado o el diseño de imagen, como le sucedió a la candidata demócrata a la presidencia de Estados Unidos en 2016 Hillary Clinton, que vio mermada su preferencia de votación por un problema relacionado al uso indebido de su correo electrónico.



En 2016, Hillary Clinton vio mermada su campaña debido al escándalo derivado del uso de correos electrónicos.



En nuestro país podemos mencionar como ejemplo el caso de la candidatura a gobernador del estado de Nuevo León de Jaime Rodríguez Calderón. El mensaje de su campaña fue un reto dado que se tenía que resaltar una imagen del “héroe político” que el estado necesitaba, esto después de encajar a la perfección su actitud “bronca” ante los abusos que sufría la gente cercana a él. En sí, el personaje de “El Bronco” emergió de la narrativa de los dos atentados que sufrió cuando se desempeñaba como alcalde del municipio de García y por la muerte de uno de sus hijos en manos del crimen organizado. Esta parte de la vida del candidato le dio al publicista Memo Rentería el material necesario para exponer la versión de que el ex priista fue un perseguido político del crimen organizado.

Así fue como el discurso de su campaña fue dirigido especialmente a las víctimas de la violencia y de toda persona que estuviera en contra de la inseguridad que azotaba al estado.³³ De igual manera, el carácter colérico de “El Bronco” fue suavizado con un discurso más popular aprovechando su peculiar estilo “ranchero” en donde la base central era acortar la distancia que existía entre el político y el pueblo, su principal forma de romper con esta brecha fue usando regionalismos como “compadre” para referirse a otras personas con quien charlaba o gritando arengas montando en su caballo, que se convirtió en un símbolo que terminó por complementar su imagen de político rudo, con valor y sin miedo de luchar contra la delincuencia.

Así fue como en 2015, Jaime Rodríguez Calderón “El Bronco” ganó las elecciones y se convirtió en el primer candidato independiente en llegar a una gubernatura de un estado y a la postre ser candidato independiente a la presidencia de México.

³³ Peredo, X. (2015, 19 agosto). El Bronco gobernador. Una elección en tiempo de guerra. Heinrich-Böll-Stiftung México. En: https://mx.boell.org/es/2015/08/19/el-bronco-gobernador-una-eleccion-en-tiempo-de-guerra#_ftn2

#13
RE



PROHIBIDO INDIARSE





En las elecciones presidenciales de 2018, México fue testigo de cómo un discurso político bien estructurado le dio el triunfo al candidato de la coalición “Juntos Haremos Historia” Andrés Manuel López Obrador. Es importante conocer el contexto para entender la estructura del discurso que se utilizó para la campaña. En la elección de 2006, AMLO se presentaba como candidato a la presidencia del país representando al Partido de la Revolución Democrática, con una ideología y discurso de izquierda y a Felipe Calderón Hinojosa, representando al Partido Acción Nacional como emblema de la derecha en México. Esta contienda se caracterizó por ser totalmente polarizada entre ambos personajes, siendo López Obrador el favorito por los votantes.

Dado que el panorama no era favorable para Felipe Calderon, el equipo del candidato del PAN optó por aceptar la sugerencia que en ese entonces le hiciera el consultor en comunicación Antonio Sola, promover la campaña de miedo:

“López Obrador, un peligro para México”.

Esta frase logró incitar en la voluntad de la sociedad y así en una contienda muy reñida, Felipe Calderon se alzaba ganador con un resultado sumamente cerrado.³⁴



Imagen del mensaje de 2006 “López Obrador, un peligro para México”.

³⁴ Ramírez, A. M. (2019, 14 junio). Political brain in electoral processes: the emotions of the vote in the 2018 Presidential Campaign in Mexico | Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación. Political brain in electoral processes. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2447>



El miedo de la sociedad mexicana de 2006 se convirtió en ira en el 2018, esto debido a doce años de expectativas y metas que no se cumplieron por parte de los gobiernos panistas y por el gobierno del presidente Priista Enrique Peña Nieto. Esta situación fue bien aprovechada por López Obrador, quien llegaba nuevamente a la candidatura presidencial por tercera ocasión, esta vez bajo los colores del partido que él fundara unos años atrás, Morena. Su discurso se convierte en un medio con el objetivo de mover las emociones basadas en el contexto que afectan directamente a los ciudadanos, apelando a las representaciones sociales con respecto al espacio público, poder político-económico que prevalece en el país. Con esto logra un mensaje capaz de conmover y evocar emociones en la población mexicana.

AMLO se apropió no solo del discurso, sino de todo el espacio público nacional desde el inicio de la campaña presidencial, sin contar los casi doce años donde mantuvo la atención de todos los medios después de su derrota electoral de 2006 y de 2012. Al concluir la campaña, López Obrador resultó ser el candidato con una mayor presencia en redes sociales, de igual forma su imagen generaba mejores sentimientos en los mexicanos por encima de los demás candidatos. Esto se debe a que supo aprovechar la apertura que existe hoy en día en las plataformas digitales como las redes sociales, que son el nuevo espacio público en el que se difunden los discursos a una escala mayor permitiendo colocar su mensaje, su agenda y sus propuestas.



Andrés Manuel López Obrador en un evento de campaña. 2018.



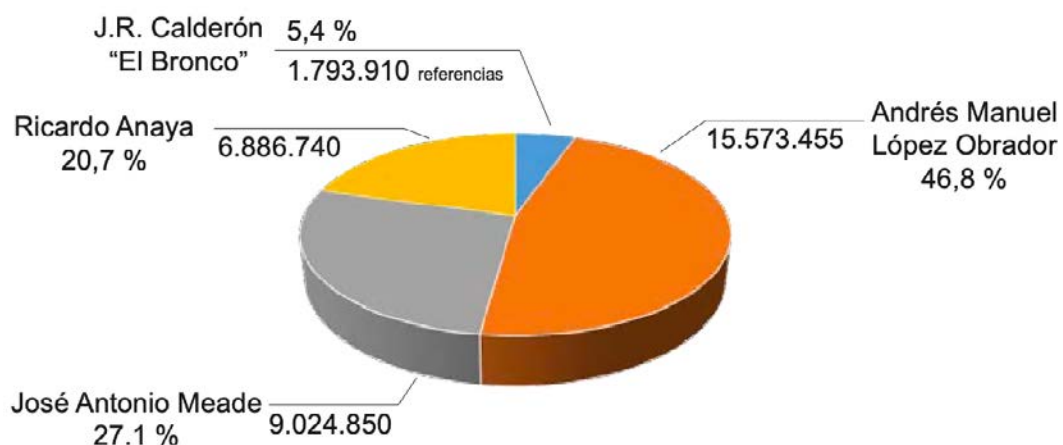




Pero, ¿cuáles fueron los temas y el contexto nacional que nutrieron el mensaje de López Obrador?. En realidad ocupó para su discurso diversos temas que tienen que ver con la seguridad, educación y empleo, dándole así poder a su mensaje y al ser una serie de temáticas sensibles para la ciudadanía, capitalizó la frustración y el desprestigio hacia los partidos que habían gobernado en el país. También se encargó de denunciar la insensibilidad e indiferencia de la elite política ante las necesidades de la población y le dió énfasis al problema de la desigualdad endémica y maltrato a los pueblos indígenas.

La creciente debilidad y pérdida de legitimidad de los partidos políticos fue aprovechada por Andrés Manuel al manifestar una red de corrupción dentro de las instituciones de gobierno y políticas del país. Esto ayudó a que la sociedad que se encontraba escéptica volteara a ver sus propuestas, consolidándose en el primer lugar de todas las encuestas realizadas como el candidato favorito para ganar las elecciones.

Otro de los aspectos importantes que benefició la causa del candidato de Morena, fue que la población asoció a los candidatos a la presidencia por medio de las menciones en redes sociales, como Facebook o Twitter, con temas que resultaban relevantes dentro los sectores sociales, de justicia y económicos. Al concluir la campaña, López Obrador fue el candidato con el mayor número de menciones en todas las redes sociales.





Andrés Manuel López Obrador durante evento de campaña. 2018.



El 1º de julio de 2018 las emociones de la mayoría de los mexicanos jugaron en favor de Andres Manuel López Obrador, quien fue electo presidente de la República con el 53.1936% de votos.³⁵ Esta elección en particular tuvo un rol altamente significativo en el futuro político y social de nuestra nación, y fue un claro ejemplo de cómo un entendimiento perfecto de las emociones de un pueblo se pueden materializar en una narrativa precisa que logre concretar una victoria electoral.



Resultados de la elección presidencial. 2018.

³⁵ Cómputos 2018. (2018). www.Ine.Mx. <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1>



Andrés Manuel López Obrador en el festejo por la victoria en las elecciones presidenciales. 2018.



3.3 Cómo la conjunción del diseño y la fotografía es fundamental para una campaña diferente.

El diseño está presente en todo aquello que podemos ver, sentir e inclusive escuchar. Desde un diminuto par de aretes hasta la complejidad de un avión, el diseño es clave para el buen funcionamiento de los objetos. Es muy probable que en algún momento hayamos escuchado la frase del famoso diseñador gráfico originario de Brooklyn, Paul Rand:

“Todo es diseño, ¡todo!”.

Y es que en nuestro día a día, en todo momento estamos en contacto con el diseño, a tal grado de que es tan frecuente casi como el respirar.³⁶



Retrato del diseñador Paul Rand. Pixel Creativo.

³⁶ Paul Rand: Todo es diseño, ¡todo! - Pixel Creativo. (s. f.). Pixel-Creativo en Diseño Editorial Diseño Gráfico Identidad Corporativa. Recuperado 11 de septiembre de 2021. En: <https://pixel-creativo.blogspot.com/2016/04/paul-rand.html>



Pero ¿puede el diseño inmiscuirse dentro de la política? De cierta manera, el diseñador construye sistemas al igual que lo hacen los políticos, como lo menciona Kassim Vera en su artículo “Acercar el diseño a la política”:

Dentro de los ámbitos del segundo, se piensa que llegar a acuerdos es lo más complejo; en los del primero hablamos de empatía. El diseñador ha de plantearse el poder generar/diseñar una experiencia política, entendida como prácticas de activismo, partidos políticos, parlamentos ficticios o independientes, experimentos sociales, instalaciones participativas, performances públicos, campañas experimentales, espacios compartidos, viviendas en colectividad y contenido viral, entre otras expresiones.³⁷

En ese sentido, está claro que el diseño es una pieza necesaria dentro del medio político, esto lo podemos observar en la propaganda o en la imagen de algún candidato o representante de algún partido político, gobernador, alcalde y desde luego de un presidente. Y es que a la hora de crear el material de difusión, siempre se tiene que pensar en qué elementos gráficos van a ser los adecuados para el mensaje que se quiere transmitir.



En la imagen de campaña presidencial de Ricardo Anaya, podemos observar cómo se logró conjuntar los tres colores representativos de los tres partidos que conformaron la alianza electoral.

³⁷ Grupo México Design. (2018, 25 septiembre). Acercar el diseño a la política. México Design. En: <https://mexicodesign.com/acercar-el-diseno-a-la-politica/>



Tomemos como ejemplo de diseño la imagen creada para la candidatura a la presidencia de México de Ricardo Anaya en la campaña de 2018. Los elementos que componen la imagen son: nombre del candidato en la parte de arriba, abajo del nombre encontramos su apellido y en las letras “A” que lo conforman encontramos el color representativo a cada partido, la frase “PRESIDENTE DE MÉXICO”, el año en que fue la campaña, en este caso 2018 y los logos de los partidos que conformaron la coalición electoral.

La idea principal de este logo, y en general de toda imagen política, es la de resaltar los colores institucionales que representan a los partidos políticos. El color siempre tiene un gran peso visual, esto debido a que *“los colores y los sentimientos no se combinan de manera accidental”*.³⁸

Y es que el color y la forma en que las personas lo asocian con ciertas características que no son cuestión de gusto, más bien se trata de una serie de experiencias que se van generando a lo largo de las vivencias que la gente tiene y se arraigaron desde la infancia en nuestra mente. Aquí mencionaremos al partido Movimiento Ciudadano.

Durante el año previo a la elección de 2018, este partido político comenzó con una campaña de posicionamiento. Esta campaña trató de entrar en el ideario de la población para que esta lograra una asociación entre el color naranja y el nombre del mismo. Así se creó el slogan “Movimiento naranja, Movimiento Ciudadano”.

Movimiento Ciudadano no solo se quedó con el slogan, también creó toda una estrategia de comunicación a través de diferentes medios. Con sus candidatos trabajó una imagen pulcra y con un mensaje claro, esto según el contexto de cada lugar donde contendiera alguno de sus candidatos.

³⁸Heller, E. (2004). Psicología del color (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili. Pág. 17.



**VOTA MOVIMIENTO
NARANJA**



El slogan de “Movimiento Naranja, Movimiento Ciudadano” vino acompañado de un jingle que se volvió muy popular.



Para ejemplificar, podemos mencionar el caso de Gustavo Cárdenas quien en 2016 fue candidato por MC³⁹ a la gubernatura del estado de Tamaulipas, cabe señalar que Cárdenas fue Presidente Municipal de Ciudad Victoria, y en dos ocasiones se desempeñó como diputado federal y senador del Partido Acción Nacional por el mismo estado, así que con una amplia trayectoria política, el 1º de abril de 2016 dio inicio a su campaña con un video donde el candidato expresó:

“Ya me cansé de las ratas que nos gobiernan y que con estos cabrones vamos de mal en peor. Soy Gustavo Cárdenas y quiero barrer con la basura de los políticos que nos gobiernan”.

Con las frases *“A barrer a los ratotas”* o *“A barrer con el desmadre”* y con una escoba como el símbolo principal de su imagen, haciendo alusión a la *“limpieza”* que este quería hacer en el estado, se pudo observar durante la campaña a un Gustavo Cárdenas, tratando de convencer a los votantes de que él era el indicado para el puesto de gobernador.



Gustavo Cardenas sorprendió con su inusual campaña.

³⁹ MC son las siglas del partido político Movimiento Ciudadano.



Ejemplos de imágenes utilizadas por
Movimiento Ciudadano.





Diseño para espectacular con la imagen de Juan Zepeda donde podemos observar su gusto por el género del "Rock".



Otro ejemplo del mismo partido es el caso de Juan Zepeda, quien buscó ser nuevamente presidente municipal de Nezahualcóyotl en este 2021. Para Zepeda se utilizó un discurso más sencillo, resaltando la cercanía que tenía el candidato con el pueblo. Zepeda ya había sido presidente municipal con anterioridad, e inclusive participó en la contienda para gobernador del Estado de México en 2017 y fue Senador de la República, en un inicio bajo los colores del PRD para posteriormente integrarse al Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano.

Durante el periodo que duró la campaña, las calles del municipio de Nezahualcóyotl se tapizaron con propaganda naranja, donde se veía una imagen de Juan Zepeda fresca y haciendo alusión al gusto que tiene por el Rock. Por esta razón se diseñó una letra Z con un remate de rayo y una fotografía donde se observa al candidato en pose de “rockero” y las leyendas “Zepeda es Neza” y “Por Neza, Zepeda en Movimiento”. El objetivo de Movimiento Ciudadano era el de presentar a un candidato que compartiera gustos similares al de los ciudadanos y así generar una cercanía que permitiera posicionar a Zepeda como un contendiente de cuidado y con posibilidades de ganar la elección.



Juan Zepeda se ha caracterizado por manejar un discurso cercano a la gente.



En los últimos años, Movimiento Ciudadano se ha caracterizado por presentar propuestas gráficas que han logrado cumplir con el objetivo de quedarse en la mente de las personas. En 2014, el partido naranja presentaba un spot musical que se convertiría en un emblema que ha permanecido vigente hasta el día de hoy. Creado por el productor musical Moisés Barba, el spot llamado "Movimiento naranja" tiene como imagen principal a Yuawi López, un niño de origen Huichol que se presenta con un traje típico de su región. Si bien este spot se produjo en el 2014, no fue sino hasta tres años después cuando se convirtió en *trending topic*.

"La petición fue hacer una canción muy pegajosa, sencilla pero con mucho impacto".⁴⁰

Estas fueron las palabras que el productor Moisés Barba compartía en una entrevista, refiriéndose a las peticiones solicitadas para lograr un spot diferente e innovador. Barba también menciona:

"El éxito se debe principalmente a dos razones. La primera refiere a que es una canción que no requiere instrumentos: la puedes cantar solo con la voz y las palmas y la canción fluye. Funciona a manera de porra que se canta en un estadio". La segunda razón es el carisma de Yuawi, que es un niño súper talentoso".⁴¹

Si bien se trata de una campaña exitosa, no queda exenta de las normas establecidas por el Instituto Nacional Electoral en cuanto al material visual y publicidad de los partidos políticos y candidatos durante las campañas. El spot trajo algunas dudas debido a la restricción publicada por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación el cual menciona que toda la propaganda político-electoral de 2018 deberá cumplir con los requisitos necesarios a la hora de difundir imágenes donde se muestren niñas, niños y adolescentes. Es obligación y responsabilidad de los partidos políticos el presentar un consentimiento escrito y firmado por el padre o tutor.

⁴⁰ País, E. E. (2018, 3 enero). «Movimiento naranja»: el spot electoral que na na na nadie se puede sacar de la cabeza. Verne. En: https://verne.elpais.com/verne/2018/01/03/mexico/1515008339_641632.html

⁴¹ País, E. E. (2018, 3 enero). «Movimiento naranja»: el spot electoral que na na na nadie se puede sacar de la cabeza. Verne. En: https://verne.elpais.com/verne/2018/01/03/mexico/1515008339_641632.html



Sin embargo, Movimiento Ciudadano demostró y notificó ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial que contaba con la documentación en regla para la utilización de la imagen de Yuawi, quien para el último proceso electoral de 2021 regresó en una remasterización de esta popular canción.



Yuawi fue la imagen principal para este famoso spot.







3.4 La emotividad de la fotografía en el mensaje político.

El uso de las emociones y el papel fundamental que juegan dentro de la política se remontan a la primera década del siglo XXI dentro del campo denominado neuropolítica, una rama de la neurociencia especializada en el entendimiento de la reacción del cerebro ante los estímulos de la comunicación política.

*“Estamos explorando el potencial de la “política de las emociones”, la plasticidad (el cerebro es capaz de cambiar su estructura y su función a través de la actividad y el pensamiento), el rol del inconsciente y la redefinición del concepto de memoria en la toma de decisiones ”.*⁴²

El denominado cerebro político, la neuropolítica o política emocional se refiere a los términos que estudian los procesos cerebrales involucrados en la construcción de votos que las personas apoyarán o de lo contrario, se opondrán a un determinado partido político, coalición o candidato. El método central de la investigación derivada de este enfoque es que la emoción juega un papel central en la definición del voto, y la razón es parte de la herramienta que ayuda a comprender el proceso de elección política, pero no define la medida de la democracia en ningún contexto. El momento crítico en la vida de un país es el derecho al voto efectivo de todos los votantes.

Durante un proceso electoral, los ciudadanos estarán expuestos a una variedad de estímulos y fuentes de información. Todos estos producirán un "ambiente electoral" lleno de múltiples emociones que posiblemente sean ambivalentes como son la ira, el miedo, el amor, el odio, el resentimiento, la alegría, ya que todas estas son algunas de las emociones que aparecen en la vida cotidiana de los ciudadanos.



Un buen ejemplo del manejo de las emociones es el que realizó el Partido del Trabajo durante las elecciones de 2021. Para ello emplearon diversos mensajes que estaban destinados a diferente población, pero con una misma esencia, la unidad y los valores familiares.



El Partido del Trabajo presentó una campaña involucrando los valores familiares y emociones cercanas a la población.



Pero la emotividad no solo se ve en los mensajes escritos o en el discurso como tal, en una fotografía podemos encontrar diversas formas de presentar emociones y sin duda el uso de la fotografía en la política es muy importante ya que se puede representar la esencia de la candidata o candidato. Si de emociones en el medio fotográfico hablamos, tenemos que estudiar el caso de Platon Antoniou, un reconocido fotógrafo británico que ha colaborado en diversas publicaciones a nivel mundial. Platón trabajó muchos años para la revista *British Vogue*, posteriormente fue invitado por John Kennedy Jr. para colaborar en su revista *George* en New York.

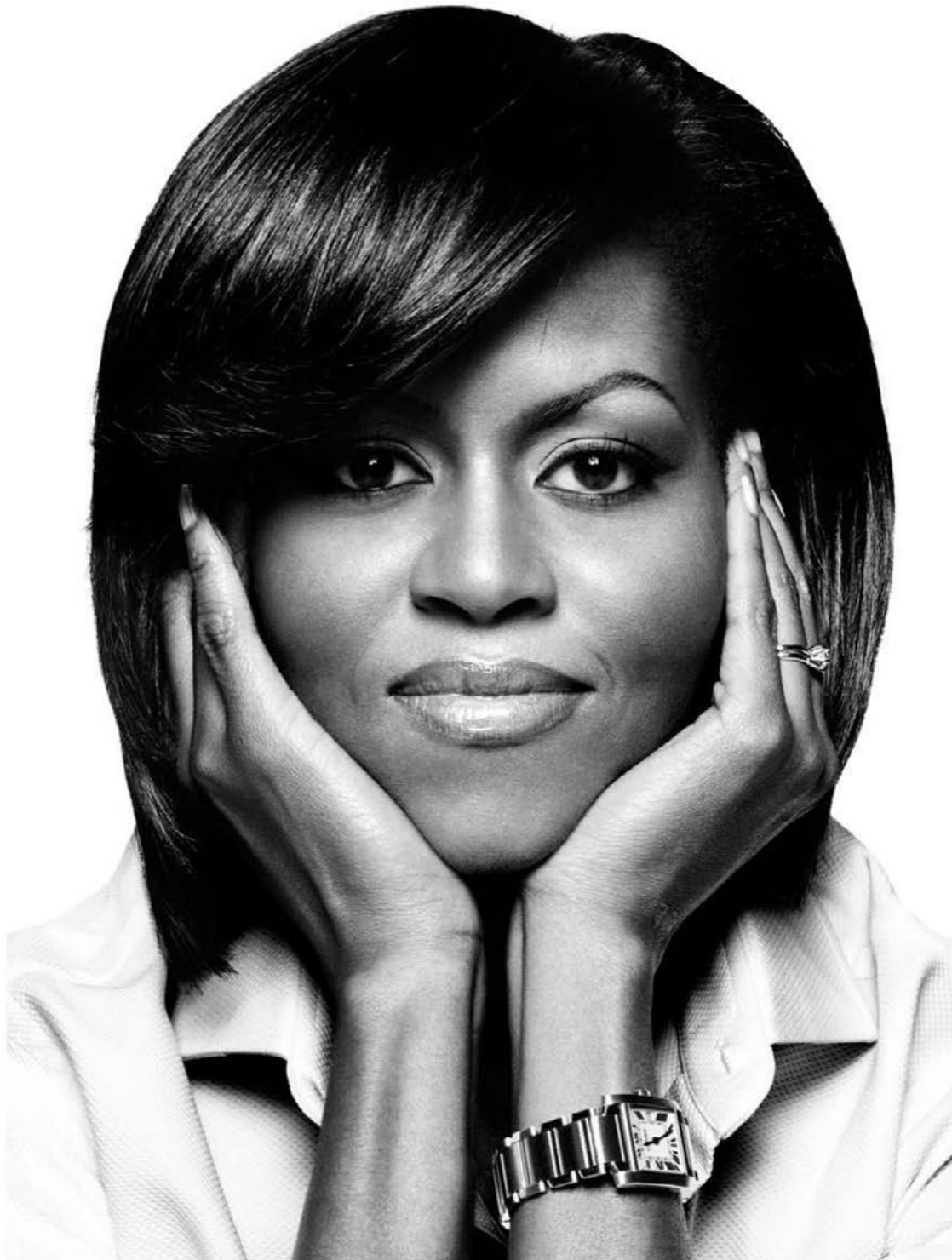
Dado al nivel de emotividad que Platón le da a sus fotografías, ha sido reconocido con diversos reconocimientos, como el World Press Photo de 2007, por el retrato realizado al presidente ruso Vladimir Putin, que por si fuera poco, también fue usado como portada de la revista *Time* para edición de "Persona del Año".



Platón logra plasmar la esencia de las personas de quienes fotografía, sus retratos son inconfundibles.



Portada de la revista "Time". Se utilizó la fotografía tomada por Platón como portada de este especial de "Persona del Año".



Retrato de Michelle Obama. Platón.



“No soy fotógrafo en verdad, la cámara es solo la herramienta, comunicación, simplicidad, formas en un papel. Lo importante es la historia, el mensaje, el sentimiento”.

Así describe Platón su trabajo, con una combinación de una simpleza gráfica pero enalteciendo el espíritu y el alma de las personas que retrata. Puedes observar una fotografía de Platón y saber de inmediato que es de él. Y es que se ha encargado de retratar a las personas más influyentes e importantes del mundo de la última década. Algo que le da vida a su trabajo, es que tiene que ver con la iluminación, los ojos de las personas y del cómo posiciona la cámara.⁴³

Platón gusta de realzar las virtudes de quienes fotografía. Esto queda claro al momento de analizar la técnica que utiliza en sus sesiones, tomemos como ejemplo la fotografía que trabajó bajo el encargo de la revista “Esquire Magazine” del saliente Presidente de Estados Unidos, Bill Clinton, en el año 2000, esta sesión de fotos increíblemente solo duró cerca de 7 minutos.

“Señor Presidente, ¿me mostrarás el amor?”

Con esta pregunta, Platón rompió el protocolo, provocando una extrañeza entre los asesores del presidente, sin embargo y pese a la mirada atónita de quienes estaban ahí presentes, Clinton levantó su dedo en clara señal de alto, acto seguido, dirigió su mirada hacia la cámara y Platón supo inmediatamente que tenía justo la imagen que deseaba plasmar.

⁴³ Sánchez, F. (2020, 29 mayo). Platón, uno de los mejores documentales de fotografía de Netflix para ver en abierto. Xataka Foto. España. En: <https://www.xatakafoto.com/fotografos/platon-uno-mejores-documentales-fotografia-netflix-para-ver-abierto>



Con esta imagen, Platon estaba más que satisfecho ya que había logrado que el presidente se abriera para mostrar sus emociones a través de su mirada. Lamentablemente, esta imagen trajo consigo una serie de críticas de los más destacados comunicadores estadounidenses, esto debido a que esta fotografía tenía un mensaje con connotación sexual. El argumento de esta aseveración se basa en que la corbata, la posición en la que se encontraba el presidente y el efecto que el objetivo angular daba a la toma, hacía énfasis en los genitales de Clinton. Lamentablemente, estas críticas y el aún fresco escándalo Clinton-Lewinsky provocaron un disgusto de los estadounidenses con su presidente.⁴⁴

Las fotografías transmiten emociones, como ya vimos, una toma puede generar diferentes reacciones entre la sociedad, desde un sentimiento de alegría hasta un enojo y rechazo como lo sucedido con la imagen de Bill Clinton. Sin embargo, una imagen bien lograda, cuidando los detalles más mínimos, generará el vínculo requerido para que el espectador despierte las emociones deseadas.

Mostrar a la candidata o al candidato cercano a la gente se ha convertido últimamente en una forma de decir que es capaz de comprender las necesidades, lamentablemente, una imagen sin sentido no deja claro el mensaje y puede generar cierto rechazo.

Un candidato del PAN se tomó una fotografía con un menor de edad, lejos de provocar empatía, lo que provocó fue la burla de los usuarios de redes sociales.



⁴⁴ Nates, Ó. C. (2019, 16 abril). Análisis de una foto: Bill Clinton por Platón Antonioui. Oscar en Fotos. En: <https://oscarenfotos.com/2017/05/15/analisis-de-una-foto-bill-clinton-por-platon-antonioui/>



Fotografía de Bill Clinton tomada en 7 minutos por Platón.



Esto lo podemos ejemplificar con las imágenes que nos regalaron algunos candidatos, uno de ellos se acercó a un menor de edad que se encontraba vendiendo dulces en la vía pública. Claramente se trata de una fotografía trabajada, hasta cierto punto. ¿Qué es lo que sucede con este tipo de acciones?, al final, lejos de provocar un sentimiento de empatía, lo único que genera son burlas de los usuarios de las redes sociales.

“¿Si no fuera humilde podría hacer esto?”

Con esta pregunta, usuarios de la plataforma de Facebook comenzaron a burlarse de todos los candidatos que buscaban, por medio de las fotografías, verse “humildes”. Si bien, logran el objetivo de volverse virales a nivel nacional, no se puede decir que sea de la forma en que ellos quisieran. Actualmente, las plataformas digitales permiten que los contenidos se repliquen rápidamente por la web.



Este refresco me supo a gloria; estaba rico el calor durante el recorrido por el fraccionamiento Jardín. ❤️⭐
#RecuperemosVictoria



Otro caso fue el Elly Filizola, candidata del PRI por el Distrito 14 de Tamaulipas, donde se le ve tomando un refresco en una bolsa, junto con un mensaje "este refresco me supo a gloria".



Palacio Parlamentario de España.



3.5 Fotografía política y plataformas digitales.

Como se mencionó con anterioridad, en la actualidad el internet resulta ser una herramienta primordial. No podemos imaginar hoy en día a la sociedad y su estilo de vida sin poner atención a las redes sociales. Comunicar, explicar las acciones y actuar como representante de la ciudadanía es la mejor forma de llegar a la sociedad; hoy en día esta comunicación se realiza principalmente a través de las redes sociales. Tomaremos como ejemplo la campaña electoral a las Cortes de España en 2015, en particular el caso del candidato Mariano Rajoy.

Mariano Rajoy tuvo como punto débil la falta de carisma, esto derivado por la lista de las promesas de campaña en 2011 incumplidas y el rechazo al debate con los demás candidatos. A esta lista hay que agregar el hecho de que su manera de comunicar no logra llamar la atención de los votantes jóvenes y una imagen nada mediática. Su campaña digital se extiende a todas las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram).

Sus mensajes realizados a través de redes sociales carecieron de una estrategia efectiva para contrarrestar la mala imagen que le precedía, sin embargo el equipo de comunicación política prefirió atacar estas debilidades de su candidato por medio de la campaña terrestre. Esta campaña se caracterizó por los paseos en las calles de las ciudades españolas saludando y platicando con la gente, esto a su vez ayudaba a generar contenido para nutrir su campaña de aire. En cuanto a las plataformas de redes sociales, en Facebook siguió un poco la corriente de los demás candidatos, publicaciones no tan formales, utilizada como autopromoción del candidato, con la inclusión de imágenes de mítines y de su recorrido por las calles.



Perfil actual en Facebook de Mariano Rajoy. 2021.

En cambio con Twitter ocurría algo que si lograba diferenciar a Mariano Rajoy con el resto de candidatos. Esto luego de estudiar el caso de Obama en el 2012, cuando creó un código para que usuarios de esta plataforma reconocieran cuando él escribía un mensaje personalmente o lo hacía alguien de su equipo, para esto, Obama colocaba sus iniciales (B.O.). Rajoy implementó este código, al final de cada Twit colocaba sus iniciales (MR), así quienes leyeran sus publicaciones lograrían saber si se trataba de un mensaje personal o no.⁴⁵

⁴⁵ Chaves-Montero, A., Gadea Aiello, W. F., Hernández-Santaolalla, V., Mármol, I., Gómez Mejía, S., Alcolea Marín, A., Juan Morante, J., Renobell Santarén, V., Alaminos Fernández, A. y López Eguizabal, F. A. (2017). Comunicación Política y Redes Sociales (A. Chaves-Montero, Ed.). Sevilla. Ediciones Egregius. Pág. 14.



Mariano Rajoy Brey ✓

@marianorajoy

Afiliado al @PPopular. Creo en #España, un gran país, una historia de éxito.

[instagram.com/marianorajoy](https://www.instagram.com/marianorajoy) 📅 Se unió en julio de 2011

13,3 mil Siguiendo **1,5 M** Seguidores

En su perfil de Twitter, Rajoy cuenta con más de 1.5 millones de seguidores. 2021.

Sin duda uno de los factores decisivos de la comunicación política es la generación de tráfico dentro de la red, la base de este tráfico es la creación de contenidos propios y la interacción que exista con los usuarios. Es de suma importancia que el contenido propio sea original, con ideas personales que logren crear expectación y debate en la red, logrando que más usuarios sigan a la candidata o al candidato. Por otro lado, un mal uso o contenido de mala cantidad, como lo es el compartir mensajes de otros candidatos, con el tiempo crean desinterés. La política tiene como eje principal la cultura visual, hoy plenamente unida con las redes sociales, una buena imagen mostrada a través de los medios se ha convertido ya en un componente necesario para lograr captar la atención del electorado.⁴⁶

⁴⁶ Díaz, J. B. y Ruiz del Olmo, F. J. (2018). La fotografía en Twitter como forma de construcción de imagen política. El caso de las elecciones generales de 2015 en España. Málaga. Observatorio, 178-199.



En nuestro país, las redes sociales se han convertido poco a poco en un escaparate importante para los actores políticos. Esto se debe en medida a que el 51% de la población de México hace uso de estas plataformas virtuales. A esto hay que sumarle el hecho de que 71 de cada 100 habitantes cuenta y hace uso de una línea de internet móvil a través de un smartphone o tableta electrónica. Este dato es importante debido a que la accesibilidad que hoy tiene la población a un dispositivo móvil es muy alta y resulta ser un buen escaparate para la comunicación política.⁴⁷



Equipos digitales usados por la población en México.

Actualmente en México existen 100 millones de usuarios activos en redes sociales, lo que se traduce en una incidencia del 77.2% de la población, siendo YouTube, Facebook, Instagram y Twitter las plataformas más utilizadas por los mexicanos. Por ello, es importante para la comunicación política crear contenidos apropiados para cada plataforma, por ejemplo, Twitter solo permite escribir mensajes con 140 caracteres, y se encuentra con una mayor aceptación entre población con alto nivel educativo y socioeconómico, así que el mensaje debe ser conciso. Facebook en cambio, resulta ser una plataforma más universal, con la posibilidad de publicar mensajes más largos, además de poder publicar videos e imágenes.

⁴⁷ Calculadora de probabilidades de adopción de TIC y usos de Internet en México 3.0. 2021. En: <http://calculadoraprob.ift.org.mx>.



Ahora la personalización de la política es el resultado de la adaptación al lenguaje de los diferentes medios de comunicación, en la actualidad está especialmente diseñado al de las redes sociales y por ello se requiere que los actores políticos sean fotogénicos, lo que los convierte en un signo y una marca de las distintas opciones que brinda el mercado de la política.⁴⁸

Por lo antes expuesto, es importante que los candidatos le pongan atención a su imagen, una fotografía bien lograda puede convertirse rápidamente en una buena propaganda, sin la necesidad de imprimir ejemplares o pagar una fuerte suma de dinero para su distribución en televisión, esto es lo que las plataformas de redes sociales ofrecen en las campañas de la actualidad, la posibilidad de promover los mensajes a gran escala sin la necesidad de pagar una cuota, siendo una gran ayuda puesto que, el Instituto Nacional Electoral impuso una normatividad en relación a los gastos de campaña. Por ejemplo, para la campaña de Diputados Federales, el INE permite un gasto de un millón de pesos, los candidatos no podrán rebasar esta cantidad ya que serán acreedores a una sanción que puede derivar en la anulación de la elección.



Ejemplos de publicación de Instagram. Arriba imagen del Diputado Federal Benjamín Robles Montoya. 2021.

⁴⁸ Aira Foix, T. (2011). La obsesión por “la foto” o la construcción banal de la agenda política. El caso de la séptima crisis de gobierno de Zapatero y su fotografía con Obama. Análisis 44, 1–18.



**4. La fotografía en la
campaña de José Luis
Montalvo Luna.**



Dr. José Luis
MONTALVO
condelco propietario
Luna
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán



4.1 Fotografía y diseño de la imagen de campaña.

Entramos en el capítulo de este proyecto donde pondremos énfasis a la campaña de elección consecutiva para diputado federal de José Luis Montalvo Luna. Para la campaña es importante contar con una planificación de los días, agendar bien los eventos y contar con un equipo fotográfico versátil, apto para tomar fotografías tanto al aire libre como en interiores. Para este caso, el equipo a emplearse será un cuerpo full frame modelo D750 y una de formato DX modelo D7100 de la marca Nikon. Como objetivos principales se cuenta con un 20mm f:2.8, 18-105mm f:5.8 y un 70-200mm f:2.8, los tres de la marca Sigma. Para la iluminación se cuenta con un flash ttl modelo SB 910 de Nikon. Como se darán cuenta, las cámaras son digitales, por esta razón la edición de las tomas fotográficas es un aspecto muy importante. Pero la campaña no puede dar inicio sin la publicidad de nuestro candidato, en este caso se decidió manejar una serie de elementos promocionales; volantes, espectaculares, lonas con su imagen, y folletos informativos con sus propuestas. Así que el primer paso es la de obtener la imagen principal de la campaña, para ello se consideraron diversas propuestas, en las cuales se buscó representar los valores del candidato por medio del color y el diseño de la tipografía, al final la imagen elegida fue la siguiente:





El candidato es un profesor jubilado, muy conocido en la región puesto que trabajó cerca de 30 años como docente en la Escuela Normal de Los Reyes Acaquilpan, por esta razón y porque hoy en día sus exalumnos están en edad para votar, se decidió colocar la palabra “Profe”, así creando un vínculo con todos aquellas personas que compartieron aulas con él.

Otro elemento que es imprescindible, es la fotografía de promoción para campaña. En primer lugar se analizó las características necesarias para realizar una toma que lograra englobar todos los aspectos profesionales, sin embargo el reto consistió en involucrar a su compañero de fórmula. Los diputados locales y federales deben de contar con una persona que eventualmente será el suplente, en este caso, se determinó que ambos aparecieran en la imagen principal de la campaña. La imagen está compuesta digitalmente, primero se tomó la imagen del candidato y posteriormente la de su compañero de fórmula.





Ambas imágenes se sometieron a un proceso de edición digital. Primero mediante la plataforma de Adobe Lightroom para la exportación, revelado, corrección básica de color, contraste y luces. Posteriormente se utilizó Photoshop para una edición más profunda, se eliminaron elementos de la imagen que no son necesarios, así como un retoque digital de la figura de ambos candidatos. Al final el resultado fue el siguiente:





Estas fotografías fueron ocupadas en diferentes formatos, al ser la imagen principal, se colocaron en espectaculares con un mensaje claro que formaba parte de las principales propuestas, temas como seguridad, educación, bienestar social y salud fueron los ejes del discurso. El diseño fue trabajado en la plataforma Photoshop, en una escala 1:10.

Este espectacular de campaña política tiene un fondo rojo con un patrón de bloques de construcción. En el lado izquierdo, se muestran dos hombres en trajes oscuros y corbatas rojas con un patrón floral. El hombre más grande y cercano al espectador es José Luis Montalvo Luna, quien también tiene un pequeño icono de reciclaje en su pecho. El hombre más pequeño y alejado es Adrián Rivera Villa. En el lado derecho, el texto está en blanco y amarillo. En la parte superior derecha, dice 'VOTA 6 DE JUNIO' y 'JUNTOS HACEMOS HISTORIA' con los logos de 'morena' (La esperanza de México), 'PT' y 'VERDE'. El nombre 'Profe José Luis MONTALVO Luna' está en amarillo, con 'MONTALVO' en un tamaño mucho mayor. Debajo, dice 'CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL LA PAZ-CHIMALHUACÁN'. El nombre 'Dr. Adrián RIVERA Villa' también está en amarillo, con 'RIVERA' en un tamaño mayor y 'SUPLENTE' debajo. En la parte inferior derecha, un recuadro blanco contiene el número 'INE-RNP-000000302135'.

VOTA 6 DE JUNIO

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena La esperanza de México PT VERDE

Profe José Luis
MONTALVO
Luna

CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL
LA PAZ-CHIMALHUACÁN

Dr. Adrián
RIVERA
SUPLENTE Villa

INE-RNP-000000302135

Este espectacular de campaña política tiene un fondo rojo con un patrón de bloques de construcción. En el lado izquierdo, se muestra un hombre en un traje oscuro y corbata roja con un patrón floral, quien también tiene un pequeño icono de reciclaje en su pecho. En el lado derecho, el texto está en blanco y amarillo. En la parte superior derecha, dice 'VOTA 6 DE JUNIO' y 'JUNTOS HACEMOS HISTORIA' con los logos de 'morena' (La esperanza de México), 'PT' y 'VERDE'. El nombre 'Profe José Luis MONTALVO Luna' está en amarillo, con 'MONTALVO' en un tamaño mucho mayor. Debajo, dice 'CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL LA PAZ-CHIMALHUACÁN'. En la parte inferior derecha, un recuadro blanco contiene el número 'INE-RNP-000000302176'.

VOTA 6 DE JUNIO

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena La esperanza de México PT VERDE

EXPERIENCIA Y RESULTADOS PARA GARANTIZAR GRATUIDAD
EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Profe José Luis
MONTALVO
Luna

CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL
LA PAZ-CHIMALHUACÁN

INE-RNP-000000302176



**EXPERIENCIA Y RESULTADOS PARA
GARANTIZAR VACUNAS
Y SERVICIOS DE SALUD PARA TODOS**

VOTA 6 DE JUNIO

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena La esperanza de México **PT** **VERDE**

Profe José Luis
MONTALVO
Luna
CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL
LA PAZ-CHIMALHUACÁN

Dr. Adrián
RIVERA
Villa
SUPLENTE

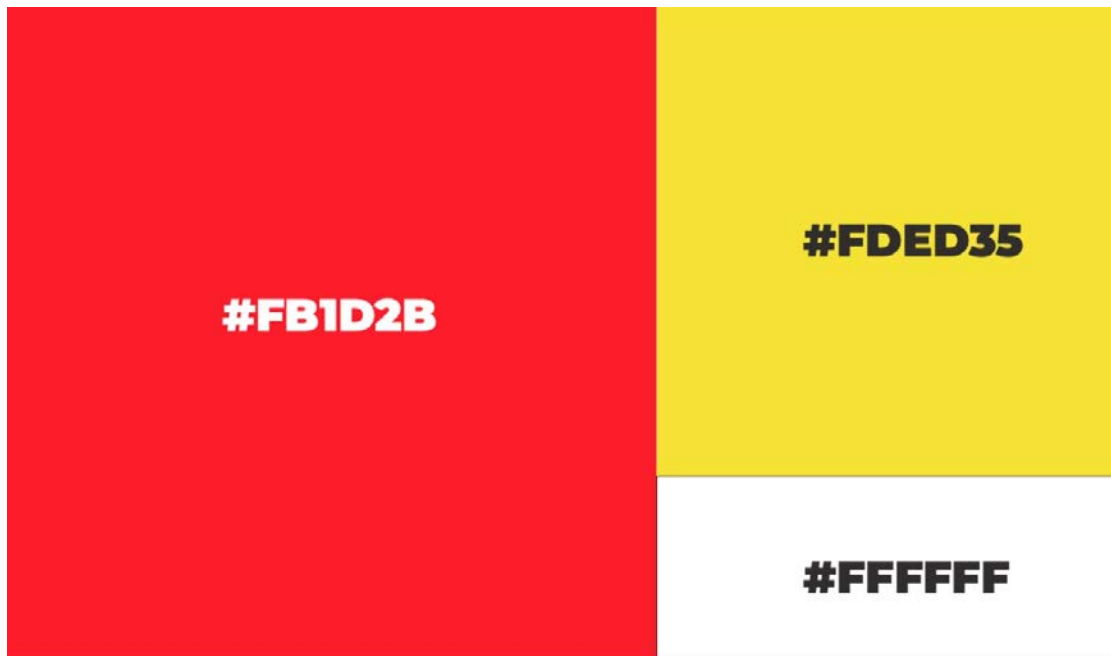
INE-RNP-000000348860





El diseño siguió la línea gráfica del manual de identidad proporcionado por comunicación social del Partido del Trabajo a nivel nacional. Las características que se debieron seguir son las presentadas a continuación:

Color:



FUENTES (TIPO DE LETRA)

OSWALD BOLD

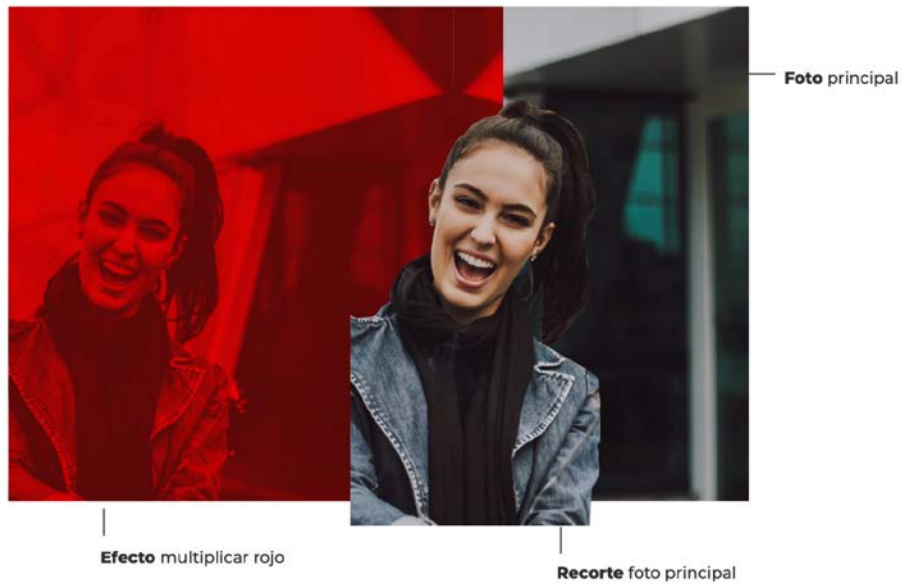
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

MONTERRAT BOLD

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**



Edición de imagen de fondo y estructura del mensaje:





Siguiendo estas instrucciones, se diseñó una imagen universal, con algunas adecuaciones mismas que son permitidas siempre y cuando no se cambie la idea en su totalidad. En este caso, la imagen de la campaña de José Luis Montalvo Luna y Adrian Rivera Villa se compone de elementos visuales que logren ser asociados con el distrito electoral y con su trabajo legislativo previo, sin caer en las restricciones que presenta el Instituto Nacional Electoral en cuanto al contenido de los mensajes del material visual de los candidatos. A continuación se presenta la estructura final de la imagen.



Esta imagen se complementa con material de apoyo para difundir el mensaje y las propuestas de campaña. Para la difusión de propuestas, se elaboró un folleto, dentro del mismo encontramos la información referente a las propuestas, ilustrado con fotografías donde el candidato se ve cercano a la gente. Este folleto se pensó para ser entregado a la población del distrito electoral durante las caminatas que se realizan durante la campaña, todo esto para lograr posicionar su nombre por encima de los demás candidatos.



Otro material empleado es un volante frente y vuelta tamaño media carta, en el se coloca la imagen oficial de la campaña antes descrita al frente y al reverso se coloca una reseña biográfica de ambos candidatos, donde podemos conocer su historial profesional y en qué lugares han laborado tanto en la política como en actividades fuera de ésta.

Folleto.

Formato 34x15cm frente y vuelta.

Papel couché 125 90 g/m2.

Impresión offset 4 tintas.

Tiraje: 50,000 ejemplares.

**Un DIPUTADO
Responsable...**

Profe José Luis
MONTALVO
Luna
condato prop.
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán

Dr. Adrián
RIVERA
Villa
condato prop.
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena **PT** **VERDE**
La esperanza de México

**Experiencia y Resultados para
CONSOLIDAR la TRANSFORMACIÓN**



**DIPUTADO
ponsable...**

Profe **José Luis
MONTALVO**
Luna
candidato prop.
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán

Dr. **Adrián
RIVERA**
Villa
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena **PT** **VERDE**
La esperanza de México

**cia y Resultados para
AR la TRANSFORMACIÓN**

Profe **José Luis
MONTALVO**
Luna
candidato
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán
propietario

Dr. **Adrián
RIVERA**
Villa
candidato
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán
suplente

**vota
6 de Junio**

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena **PT** **VERDE**
La esperanza de México





EDUC
Y DE
TO

P
SE
LOS

MUJ
Y EM



Un Res

Experiencia CONSOLIDADA

Tenemos que continuar **LEGISLANDO** a favor de México y de las y los mexicanos...

GARANTIZAR la **GRATUIDAD** de los **SERVICIOS MÉDICOS**, **LEGISLAR** en favor del **AUMENTO SALARIAL** al personal médico y de **MEDICAMENTOS** y **VACUNAS GRATIS** para todos.

SERVICIOS MÉDICOS DE CALIDAD

EDUCACIÓN GRATUITA DE CALIDAD PARA TODOS Y TODAS

Legislar en favor del **INCREMENTO DE LOS RECURSOS** y **GARANTIZAR** el acceso a la educación superior y a todos los niveles educativos, así como **INCREMENTAR EL SALARIO** de las y los maestros.

Impulsar el **INCREMENTO** del **MONTO** de los **PROGRAMAS SOCIALES** y presentar leyes para que el **SALARIO MÍNIMO AUMENTE** hasta un **100%**.

PRIMERO LOS POBRES

PENAS MÁS VERAS PARA LOS DELINCUENTES CRIMINALES

Y que el robo en el transporte público y el asalto en la vía pública sean considerados como delitos **GRAVES**.

ACABAR CON LOS PRIVILEGIOS de las grandes empresas que evaden impuestos y de malos funcionarios.

COMBATE A LA CORRUPCIÓN

PROTECCIONES SEGURAS Y RESPONDIDAS

COMBATE FRONTAL a los feminicidios y a la violencia de género, así como **FORTALECER LEYES** que permitan **MAYOR ACCESO** a puestos importantes de trabajo a las **MUJERES**.

Por el Bien de Todos... **¡PRIMERO LOS POBRES!**





Volante:

Formato: media carta frente y vuelta.

Papel: Couché 90 g/m².

Impresión: impresión en offset 4 tintas.

Tiraje: 50,000 ejemplares.

#UnDiputadoRESPONSABLE

Profe **José Luis MONTALVO**
Luna
CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL
LA PAZ - CHIMALHUACÁN

Dr. **Adrián RIVERA**
SUPLENTE Villa

VOTA 6 DE JUNIO

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

morena **PT** **VERDE**
La esperanza de México

Soy de corazón orgullosamente Mexiquense, aquí estudié mi educación básica, aquí formé mi familia, soy maestro jubilado, con 32 años de servicio, 30 de ellos en la Escuela Normal de Los Reyes Acaquilpan. Soy Licenciado en Educación, Maestro en Pedagogía y Doctor en Educación.

Por ello, decidí participar políticamente, para velar por las causas de la gente y ver un estado con progreso, desarrollo social y económico.

¡Creo en los jóvenes como motor de cambio, creo en la experiencia como maestra de la vida! Así mismo, me considero un guardián de la educación, ya que creo que es ella la que potencia naciones y forma ciudadanos de cambio y progreso.

He prestado mis servicios como docente por más de 30 años, he compartido mi conocimiento a gran parte de la población de La Paz y Chimalhuacán, y hasta ahora, he visto crecer a estudiantes que hoy son ciudadanos de dichos municipios y forman parte del cambio y futuro de los mismos.

José Luis Montalvo Luna

Soy originario de los Reyes La Paz; 46 años creciendo junto a mi querido municipio. Soy médico cirujano, egresado de la Escuela Superior de Medicina del Instituto Politécnico Nacional y tengo una maestría en alta dirección por el CEPEM.

A lo largo de mi carrera profesional he desempeñado diversos cargos de gran importancia en sector salud y de medicina, tales como jefe de servicio en el Hospital Magdalena de las Salinas en rescate osteoarticular, actualmente jefe de servicio en hospital Magdalena de las Salinas del IMSS en endoprotesis y Coordinador en turno matutino de códigos COVID en hospital de ortopedia Magdalena de las Salinas.

Creo en la medicina como un campo de avance y progreso para el bienestar de la gente. La salud es lo más importante que mantiene en pie a la humanidad, es por ello que he prestado mis servicios médicos por más de 20 años a la ciudadanía y a quienes menos tienen en el municipio de La Paz y Chimalhuacán.

Adrián Rivera Villa



Durante los últimos días de la campaña, se acordó elaborar un nuevo folleto, este con la característica de solo ser impreso en una cara. El objetivo de este último diseño es el de reforzar la imagen de nuestro candidato.

Formato: media carta frente y vuelta.
Papel: Couché 90 g/m².
Impresión: impresión en offset 4 tintas.
Tiraje: 15,000 ejemplares.

Profe José Luis
MONTALVO Luna
candidato
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán
propietario

Dr. Adrián
RIVERA Villa
candidato
Diputado Federal La Paz - Chimalhuacán
suplente

vota 6 de Junio

JUNTOS HACEMOS HISTORIA

~~morena~~  
La esperanza de México

Dr. José Luis Montalvo Luna y Dr. Adrián Rivera Villa



Esto fue la estrategia de campaña de tierra, básicamente materiales de propaganda comunes pero con un diseño que lo hizo diferente al de las propuestas gráficas de otros candidatos puesto que algunos carecían de calidad, distribución del espacio y presentaban deficiencia en la impresión.

En cuanto a la estrategia de fotografía, tome en cuenta todos los conceptos descritos en capítulos anteriores de este proyecto. La espontaneidad, fue quizá, el concepto del que más se trabajó durante la campaña, esto con el propósito de romper con la lejanía que existe entre el pueblo y el político. Si bien la foto debe salir lo más natural posible, se le dio indicaciones al candidato, como acercarse a las personas, que gestos hacer, cómo posar en la foto, que movimientos hacer con las manos, inclusive, que decir, puesto que al mismo tiempo se hará un video que se compartirá a través de los medios digitales oficiales de la campaña.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 50mm.
F: 5.6.
ISO: 800.
Velocidad: 1/1000.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 45 mm.
F: 5.6.
ISO: 800.
Velocidad: 1/1250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 70mm.
F: 8.
ISO: 1000.
Velocidad: 1/2000.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 30 mm.
F: 5.6.
ISO: 800.
Velocidad: 1/160.
Exposición Manual.

Para la toma de fotografía en los recorridos del candidato se utilizó el siguiente equipo:

Cámara Nikon D7100.
Objetivo Sigma 28-105mm F:4-5.6 DG
Objetivo Nikkor 10-24mm F:5.6 DX



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 50mm.
F: 5.6.
ISO: 1200.
Velocidad: 1/5000.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 5.6.
ISO: 2000.
Velocidad: 1/1250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 68mm.
F: 8.
ISO: 800.
Velocidad: 1/640.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 6.3.
ISO: 1000.
Velocidad: 1/250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 6.3.
ISO: 800.
Velocidad: 1/250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 32mm.
F: 4.5.
ISO: 1000.
Velocidad: 1/2500.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 6.3.
ISO: 400.
Velocidad: 1/400.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 42mm.
F: 7.1.
ISO: 400.
Velocidad: 1/640.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 4.5.
ISO: 800.
Velocidad: 1/1250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 92mm.
F: 5.6.
ISO: 400.
Velocidad: 1/320.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 5.6.
ISO: 400.
Velocidad: 1/250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 36mm.
F: 4.
ISO: 1000.
Velocidad: 1/1000.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 38mm.
F: 3.2.
ISO: 800.
Velocidad: 1/160.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 38mm.
F: 3.2.
ISO: 800.
Velocidad: 1/160.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 105mm.
F: 5.
ISO: 400.
Velocidad: 1/640.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 34mm.
F: 3.2.
ISO: 800.
Velocidad: 1/500.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 4.
ISO: 650.
Velocidad: 1/200.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 4.5.
ISO: 800.
Velocidad: 1/320.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 36mm.
F: 4.
ISO: 650.
Velocidad: 1/500.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 4.
ISO: 800.
Velocidad: 1/500.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 28mm.
F: 5.6.
ISO: 1000.
Velocidad: 1/250.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 45mm.
F: 5.6.
ISO: 400.
Velocidad: 1/100.
Exposición Manual.



Cámara: Nikon D7100.
Objetivo: Sigma 28-105mm.
Espacio de color: RGB
Distancia Focal: 36mm.
F: 5.6.
ISO: 400.
Velocidad: 1/640.
Exposición Manual.



4.2 Estrategia de comunicación para medios digitales y las Redes Sociales en la campaña de José Luis Montalvo Luna.

En apartados anteriores, comente el hecho de que hoy en día las plataformas digitales han tomado partido dentro de la comunicación política. Desde estrategias de campaña hasta la difusión de los mensajes de los gobernantes y miembros del poder legislativo, recalcando el hecho de que ya entrando en el poder el gobernante encuentre en la comunicación gubernamental un instrumento para afianzar su legitimidad.⁴⁹

La estrategia de aire para la campaña del candidato a diputado federal José Luis Montalvo Luna consiste en lo siguiente:

- Actualización de las redes sociales oficiales con las especificaciones y observaciones entregadas por el Instituto Nacional Electoral.
- Realización de los complementos gráficos del Candidato.
- Realización de publicación en las redes sociales oficiales del arranque de la campaña.
- Publicación de un video (siguiendo los protocolos del INE sobre los costos de campaña) con un mensaje de inicio de las jornadas de campaña en tierra.
- Realizar de 2 a 3 publicaciones con fotos de las caminatas del candidato por el distrito electoral. Se subirán haciendo dos cortes, a medio día y por la tarde noche.
- Subir a redes los elementos visuales proporcionados por comunicación social de la coalición Juntos Hacemos Historia.

⁴⁹ Orta J. (2012) LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN MÉXICO: Vinculación del poder político con el poder mediático. Análisis de la problemática actual y perspectiva histórica (Tesis Doctoral Universidad de Sevilla). Redalyc. Pág. 12.



- Seguimiento diario a los perfiles y portales de noticias locales.
- Transmisiones de mensajes en vivo a través de la plataforma de Facebook Live.
- Invitaciones a los eventos públicos de campaña.
- Hacer un monitoreo de la actividad y comentarios de los perfiles oficiales en las diferentes redes sociales.
- Monitorear los comentarios sobre el candidato en otras páginas de noticias locales.
- Realizar un video corto de finalización de la campaña.
- Dado el momento, realizar la publicación de victoria o en su defecto, dando las gracias a quien votaron por él.

Hay que tomar en cuenta que, después de realizar los estudios e investigaciones sobre el uso de las plataformas digitales en la región oriente del Estado de México, se determinó que la red social más usada es Facebook, seguida de Instagram y TikTok. Ante esto, la plataforma por la cual se realizará la mayoría de las publicaciones serán Facebook e Instagram.

Cada mensaje redactado fue escrito y diseñado para encajar en el contexto en el que se tomaron las fotografías y de los elementos gráficos. Es importante lograr una conexión con los usuarios que visitan la información publicada, hoy en día las redes juegan partido en una contienda política, por ello, el lograr convencer al electorado a través de las redes es vital para buscar el triunfo en la jornada electoral. Yago de Martha, importante estratega y especialista en *marketing* político dice:

"La buena comunicación es la que se instala en el cerebro"



A continuación se mostraran algunas de las importantes publicaciones realizadas en el perfil oficial del candidato en la plataforma de Facebook



Esta fue la primera publicación realizada para dar inicio con la campaña, fue escrita en los primeros minutos del día 4 de abril de 2021. Se hace un énfasis a la continuidad con el proyecto que establece la “4ta transformación”, lo que representa para la sociedad del distrito electoral y los valores por los que este movimiento implementa para buscar un bienestar y mejoría del país.

De igual manera, horas más tarde, se realizó un video en vivo a través de Facebook Live, donde el candidato expresó su deseo de continuar en el cargo y pidiendo el voto de confianza nuevamente a los votantes.



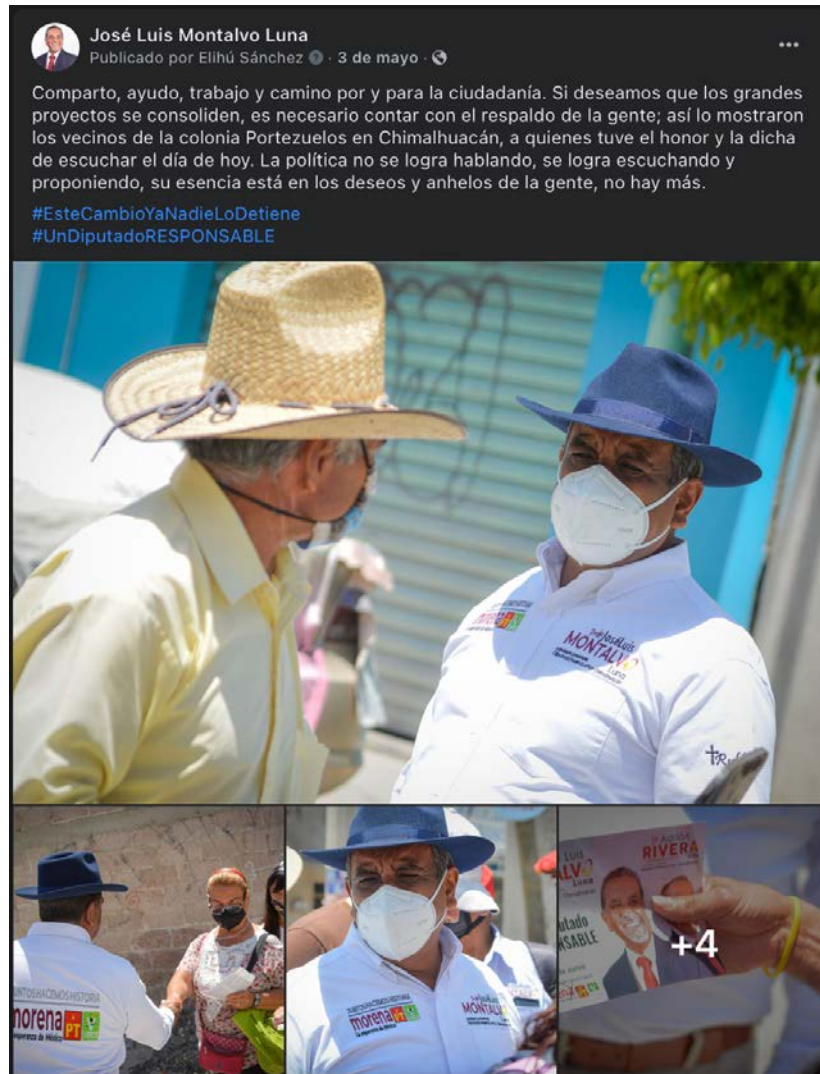
Les comparto un mensaje de arranque de campaña. Juntos lograremos consolidar la 4ta Transformación.

#UnDiputadoRESPONSABLE



Cada recorrido del candidato por el territorio fue documentado por medio de fotografías y videos que a la postre se usarían para las publicaciones en la página oficial en Facebook. Dependiendo de la zona recorrida, la carencias del lugar y las peticiones que las personas hacen al candidato, se redacta el texto y se eligen las imágenes, esto es para mantener un contexto determinado con los temas observados durante las caminatas.

Es de suma importancia cuidar todos los aspectos antes de realizar cualquier tipo de publicación, siempre hay que evitar que el mensaje que se va a compartir tenga errores de redacción, ortografía o que lleve algún mensaje que sea agresivo o fuera de lugar. También las imágenes y videos deben de pasar por un proceso de selección muy preciso, no puede haber dentro de la fotografías elementos que comprometan al candidato, por ejemplo; señas obscenas, carteles con mensajes sensibles, bebidas alcohólicas, drogas, etc. Igualmente hay que trabajar con el lenguaje corporal del candidato, recordar que la forma en que el cuerpo se expresa dice más que mil palabras.



Capturar los momentos donde el candidato establece una conexión con las demás personas a través de la mirada, es una de las mejores formas de expresar la comunicación. En la imagen anterior podemos observar como la persona del lado izquierdo voltea a ver al candidato, y este le devuelve la cortesía al mirarlo y explicar sus propuestas. Gracias a esto, se logra recrear un ambiente de entendimiento, donde uno es igual al otro.



La familia es un concepto que aporta mucho dentro de la comunicación, no solo política. Muchas marcas de renombre usan los valores familiares para sus campañas de mercado, el ejemplo más claro es el de Coca Cola. Por tal razón en política, la familia es un bastión comunicativo, explotarlo de buena forma ayuda a generar una empatía muy importante.





Una acción muy criticada por la sociedad en esta campaña en particular, fue el hecho de realizar eventos o recorridos con un número considerable de personas. La razón de este reclamo es a causa de la pandemia de Covid-19 que azota aún al mundo. Sin embargo, durante los recorridos se garantizó la seguridad de la salud de todos y cada uno de los integrantes del equipo de campaña, siguiendo las recomendaciones del personal de salud al pie de la letra para evitar contagios.

El motivo de salir a la calle y platicar con los ciudadanos frente a frente es un ejercicio que no se puede omitir en una campaña electoral. El contacto físico con las personas de este distrito es fundamental, escuchar de propia voz sus peticiones y hacer una contrarréplica ayuda a posicionar de buena forma a cualquier candidato.





Compartir momentos con todas las personas es una forma de ganarse la confianza de los mismos. Platicar pero sobre todo escuchar atentamente lo que expresan es sumar voluntades y así generar una reciprocidad. El mensaje que se comparte debe de generar emociones de quien lo lea, por ello resulta una buena idea apropiarse de los momentos. A continuación tenemos los ejemplos.





No solo con fotografías se puede lograr este tipo de publicaciones, en ocasiones los videos o una pequeña transmisión en vivo ayuda a complementar las estrategias, el objetivo es que más gente siga al candidato en su perfil de Facebook, por esta razón todas las formas de contenido son válidas y necesarias en algún momento.



La utilización de las herramientas de posicionamiento que nos ofrecen las diferentes plataformas son valiosas ya que ayudan a que las publicaciones y el nombre del candidato lleguen a más usuarios. Para esta campaña se crearon dos *#hashtag*, la razón de su uso es el de que haya una mejor interacción del público.

#UnDiputadoRESPONSABLE nace gracias a una redacción que el periódico Milenio realizó cuando el diputado José Luis Montalvo participó de manera virtual, después de haber sido intervenido quirúrgicamente. En ese momento la imagen en la transmisión del Canal del Congreso captó el momento donde el diputado se encontraba en la cama del hospital y conectado al oxígeno.



FERNANDO DAMIÁN

Ciudad de México / 19.11.2020 20:37:58

El legislador petista José Luis Montalvo participó este jueves en la sesión semipresencial de la Cámara de Diputados desde la cama de un hospital.

El diputado federal por el distrito 39 del Estado de México **fue recién sometido a una cirugía y se mantiene hospitalizado**, por lo que en plena convalecencia decidió seguir la sesión ordinaria en el Palacio de San Lázaro y **votar los dictámenes a discusión por medio de la plataforma digital habilitada para ese efecto.**

Montalvo apareció por momentos en las pantallas del Salón de Sesiones de la Cámara de Diputados y en la transmisión por las diversas plataformas del órgano legislativo.

Captura de pantalla de la redacción que realizó el portal de Milenio.

Esta nota fue un parteaguas ya que lo catapultó a ser nombrado como un diputado responsable con su cargo, puesto que a pesar de estar en un estado comprometido de salud se dio el tiempo de atender las tareas legislativas. A partir de ese momento hubo un seguimiento mediático a las actividades del diputado, no solo de los medios de comunicación locales, sino también medios nacionales.



José Luis Montalvo Luna

Publicado por Elihú Sánchez · 11 de mayo

Paso a paso, nos acercamos más a la consolidación del cambio, nos acercamos a la victoria. Cada paso que doy es un avance más a la transformación, y lo mejor de todo es que sé que la gente camina conmigo; el optimismo y la confianza nos acompaña a todos en este recorrido, y así lo sentí el día de hoy en las colonias Bosques de la Magdalena y Emiliano Zapata, ya que la gente recibe y abraza este gran proyecto con una enorme sonrisa, pero sobre todo con mucha fé.

Lo lograremos, llegaremos.

[#EsteCambioYaNadieLoDetiene](#)

[#UnDiputadoRESPONSABLE](#)





Algo que diferencia a un político común con un político humano, es sin lugar a dudas aquel que agradece y reconoce el trabajo de su equipo. Cada miembro del equipo realiza una tarea en específico que ayuda a la campaña, desde el coordinador hasta los encargados de trasladar el material merecen una mención y esto marca una diferencia que es bien valorada por todos aquellos que visitan e interactúan en las redes sociales.



José Luis Montalvo Luna

Publicado por Elihú Sánchez · 2 de junio ·

En todo proceso existe una logística, una metodología; quienes conducen este proceso hacia su objetivo desempeñan diversas funciones eficazmente ejecutadas para poder denominarse así mismos un EQUIPO.

Así es, el que a continuación observan es un equipo totalmente constituido, de esos que difícilmente, hoy en día, trabajan mano a mano, hombro a hombro, y quienes hoy en día mantienen viva la esperanza y la fé en una fraternidad. La unión de cada una de estas personas fue tal que resultaba difícil no verlos caminando y defendiendo un proyecto por las calles de La Paz y Chimalhuacán; su perseverancia fue tal que lograron recoger el sentimiento y necesidad de cada ciudadano en el Distrito 39. 25 pares de oídos y 25 voces bastaron para poner en alto la representación del proyecto de nación aquí en La Paz y en Chimalhuacán, y sin ellos realmente no habrían simpatizantes de los partidos que conforman la coalición "Juntos Hacemos Historia".

Nuestra bandera es la unidad y la fraternidad, la colaboración y la solidaridad, porque los grandes proyectos no se consolidan con seres individuales, se consolidan con la fuerza del trabajo en equipo. Infinitas gracias, mis grandes amigos, esta campaña fue posible sólo gracias a su fuerza, a su trabajo y a su unión.

[#EsteCambioYaNadieLoDetiene](#)





Así como la campaña tiene un inicio, el final llega tarde o temprano, hacer un evento de cierre de campaña es una tradición en el medio político. Este cierre tiene que llevarse a cabo en un lugar que sea significativo para el candidato, por ejemplo en la colonia donde creció, en la calle donde se encuentre algo que lo haya marcado en su carrera política o en la zona donde haya recibido más apoyo durante el desarrollo de la misma campaña. En este caso, el evento se realizó en una de las colonias donde hubo un apoyo incondicional, en donde incluso se recorrió más de una vez.

 **José Luis Montalvo Luna**
Publicado por Elihú Sánchez · 31 de mayo · 🌐

Tu confianza, entusiasmo y cariño fueron elemento vital para esta campaña, fue lo que hizo posible el correcto avance de la misma, y lo que hará posible la continuidad de la Transformación. Hoy te doy las eternas gracias por seguir abrazando este proyecto, por seguir creyendo en mí y en mi trabajo; te he demostrado mi responsabilidad y compromiso contigo y tu familia, y no les dejaré solos, sé que decidirás bien el próximo 6 de junio, porque sé que deseas el cambio verdadero, y yo seguiré luchando y trabajando para que así sea. Gracias eternas a ti, a tu familia, amigos, y sobre todo, a mis vecinas y vecinos de la colonia Lomas de San Sebastián, a mi amiga Alejandra Montiel, quien hizo posible la realización del evento de cierre de campaña en esta colonia; juntos lograremos consolidar esta Transformación.

[#EsteCambioYaNadieLoDetiene](#)
[#UnDiputadoRESPONSABLE](#)





Al final, sin importar cual fuese el resultado de la elección, se debe agradecer a todas las personas que se dieron el tiempo de escuchar y analizar todas las propuestas, así como de compartir la misma ideología y darle al candidato esa confianza de continuar con el cargo que tres años atrás le confirieron de manera democrática. Es necesario recalcar que en todo proceso electoral, el branding, el diseño de imagen y la comunicación son solo parte de la ecuación que conforman el desarrollo de la campaña, a esta fórmula hay que agregarle otros factores que llevan mano y que son determinantes para ganar una elección, definitivamente la cuestión política es la que inclina la balanza. Ante esto, el candidato debe salir a comunicar lo sucedido en el final de la jornada electoral, si se gana, dar a conocer la victoria y si se pierde, reconocer el trabajo realizado y felicitar a los contrincantes, siempre con la cabeza en alto.



José Luis Montalvo Luna

Publicado por Elihú Sánchez · 7 de junio ·

Esta noche sonrío, así como lo hice por la tarde y lo haré al amanecer. Sonrío por el enorme sentimiento de satisfacción que tiene mi corazón, por saber que mi trabajo ha beneficiado a mucha gente y que jamás me detuve, y tampoco pienso hacerlo, por el entrañable equipo de trabajo que me acompañó desde hace tres años en este proyecto, y los amigos que han estado conmigo desde más años atrás, pero sobre todo, sonrío al saber que fue mucha gente la que el día de ayer depositó su confianza en mí a través de las urnas, y que a pesar de los resultados, esa gente sigue creyendo en lo noble y benefactor que es el proyecto de nación y mi trabajo.

Mi sonrisa y mi tranquilidad son efecto de una enorme gratitud con todos ustedes, amigas y amigos. Este sentimiento de gratitud me hacen sentirme mejor que nunca, con muchas ganas de seguir trabajando por y para ustedes, y de jamás rendirme por hacer el bien para mi comunidad, porque el tener la oportunidad de ayudar a quienes más lo requieran jamás es motivo de cansancio. A ti, a tu familia, a mi familia, a mis amigos y a mi equipo, hoy les digo GRACIAS; este proyecto aún no termina y confío en que los ganadores de esta contienda hagan una labor social justa y eficaz. Las elecciones venideras nos volverán a favorecer y podremos retomar grandes proyectos para la sociedad, mientras tanto, su incondicional amigo José Luis Montalvo Luna queda a sus órdenes.

#GRACIAS





Conclusión.

A lo largo de este proyecto hemos analizado la manera en como la imagen funciona como complemento a los mensajes. Desde la aparición de la pintura como un medio de representación de las cosas, la política caminó de la mano con la imagen. Los antiguos reyes de la edad media dejaron su rostro plasmado para la historia. Así es cómo determinamos que la primera inclusión de la pintura con fines políticos se da con la realeza europea.

Durante siglos, la historia de los grandes gobernantes se fue escribiendo, pero la pintura fue la encargada de preservar desde los ojos de los artistas todos aquellos pasajes de los más importantes acontecimientos que marcaron una época. Reyes como Luis XIV o la reina Maria Antonieta de Francia, La reina Victoria del Reino Unido, dejaron el vestigio de su gobierno a través de obras que hoy en día encontramos como piezas de museos en todo el mundo.

Sin embargo, lo que marcó el inicio de una nueva era y los principios de la comunicación política fue sin duda la creación de la fotografía. Desde los primeros años en que la fotografía fue utilizada como el medio principal para complementar los mensajes escritos, se forjó un estilo de comunicación meramente gráfica. De los procesos que tardados que ofrecía la pintura, con el paso del tiempo y la evolución de los procesos de revelado se pasó a una inmediatez.

Ya instaurada en nuestro país, el presidente Lázaro Cárdenas nos dio la pauta de cómo utilizar esta herramienta con un fin meramente publicitario para, no solo a una organización gubernamental, si no para un hombre, el hombre más poderoso pero a la vez alguien cercano con la población. Así con el pasar de las décadas, la fotografía se fue afianzando como una fiel acompañante y representante del contexto político de quienes buscan hacerse de su propia historia dentro del medio.

Para hoy en día es difícil voltear a ver las campañas sin que haya una imagen fotográfica retratando algún candidato o algún momento fugaz donde los actores de estas campañas hayan realizado algún acto



que los catapultara para llegar a esa candidatura o puesto dentro de las instituciones de gobierno. Es importante comprender cómo el contexto de una imagen puede enaltecer y al mismo tiempo destruir la reputación de una persona. Tener en cuenta todos estos aspectos para quienes nos dedicamos a la comunicación política resulta sustancial en nuestro trabajo, marcando una primicia de lograr transmitir sentimientos y emociones de una manera que logre penetrar en las masas marcando una diferencia para obtener los objetivos que nos propongamos como parte de un equipo de campaña de algún candidato.

Ahora que hemos resuelto la interrogante de si la fotografía es una herramienta para lograr posicionar a un candidato surgen otras dos preguntas: ¿puede la fotografía ser una forma para establecer una conexión con el pensar de la población? o en su caso ¿puede la fotografía lograr una revolución en las ideas que tenemos actualmente de la realidad política de México?. El contestar estos dos cuestionamientos nos llevaría a generar un nuevo campo para el conocimiento en las futuras generaciones que deseen investigar en la relación que existe entre la política y la fotografía.

*La buena comunicación es comprensible, creíble y memorable. Y para esto, muchas veces la emoción ayuda, otras veces la sencillez es capaz de soportar ese peso. Pero cuando los líderes intentan emocionar comienzan a actuar...
Y ya vale... Los líderes deben llegar, deben de mover a la sociedad hacia adelante...*

Yago de Marta.



Fuentes de consulta.

Fuentes Bibliográficas:

Acaso, M. (2012). El lenguaje visual. Barcelona. Ediciones Paidós.

Aira Foix, T. (2011). La obsesión por “la foto” o la construcción banal de la agenda política. El caso de la séptima crisis de gobierno de Zapatero y su fotografía con Obama. *Análisis* 44, 1–18.

Berger, J. y Beramendi, G. J. (2000). *Modos de ver* (Artes y Cultura ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Chaves-Montero, A., Gadea Aiello, W. F., Hernández-Santaolalla, V., Mármol, I., Gómez Mejía, S., Alcolea Marín, A., Juan Morante, J., Renobell Santarén, V., Alaminos Fernández, A. y López Eguizabal, F. A. (2017). *Comunicación Política y Redes Sociales* (A. Chaves-Montero, Ed.). Sevilla. Ediciones Egregius.

Díaz, J. B. y Ruiz del Olmo, F. J. (2018). La fotografía en Twitter como forma de construcción de imagen política. El caso de las elecciones generales de 2015 en España. *Málaga. Observatorio*, 178–199.

Fox, A. y Caruana, N. (2014). *Tras la imagen: Investigación y práctica en fotografía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Heller, E. (2004). *Psicología del color* (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Prakel, D. y Martínez, Z. C. (2012). *Principios de fotografía creativa aplicada* (Gg Fotografía) (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.L.

Salkeld, R. y Martínez, Z. C. (2015). *Cómo leer una fotografía* (Manuales de fotografía creativa aplicada) (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili.



Short, M. y Martínez, Z. C. (2013). Contexto y narración en fotografía (Manuales de fotografía creativa) (1a ed.). España. Editorial Gustavo Gili, S.L.

Webb, J. y Martínez, Z. C. (2012). Diseño fotográfico (Gg Fotografía) (1a ed.). Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.L.

Pérez Montfort, R. (2008). Las imágenes del general Lázaro Cárdenas y la fotografía. México. Revista de Estudios Históricos, No. 48, 181–200.

Morales, R. L. (2004). Diseño: Estrategia y táctica (1a ed.). México. Siglo XXI Editores.

Sánchez, C. H. (2009). Introducción al conocimiento de la imagen: Sociedad, medios, educación. México. Siglo XXI Editores.

Pelta, R. (2004). Diseñar hoy. España. Paidós.

Flusser y Trillas, (2014). Hacia una filosofía de la fotografía (2a ed.). México. Trillas.

Fuentes Electrónicas:

Calculadora de probabilidades de adopción de TIC y usos de Internet en México 3.0. (2021). <http://calculadoraprob.ift.org.mx>. 2021. En: <http://calculadoraprob.ift.org.mx>

Castillo, V., Farmer, P. J., Zárate, D., Rodríguez, C., Flores, I. L., Cabello, I., Adentro, R. T., Molina, G. L. y Mancisidor, J. (2021, 19 febrero). Fotografía del segundo imperio. México. En: <https://www.tierraadentro.cultura.gob.mx/fotografia-del-segundo-imperio/>

Cómputos 2018. (2018). Wwww.ine.mx. En: <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1>

Cortés, C. (2007). Las huellas del tiempo: el uso político de la fotografía. Argentina. En: <https://www.aacademica.org/000-024/103>



Monroy, R. (2020, 19 agosto). Historia de la fotografía en México. México Desconocido. En: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/historia-de-la-fotografia-en-mexico.html>

Nates, Ó. C. (2019, 16 abril). Análisis de una foto: Bill Clinton por Platon Antoniou. Oscar en Fotos. En: <https://oscarenfotos.com/2017/05/15/analisis-de-una-foto-bill-clinton-por-platon-antoniou/>

País, E. E. (2018, 3 enero). «Movimiento naranja»: el spot electoral que na na na na nadie se puede sacar de la cabeza. Verne. En: https://verne.elpais.com/verne/2018/01/03/mexico/1515008339_641632.html

Ramírez, A. M. (2019, 14 junio). Political brain in electoral processes: the emotions of the vote in the 2018 Presidential Campaign in Mexico | Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación. Political brain in electoral processes. En: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2447>

Sánchez, F. (2020, 29 mayo). Platón, uno de los mejores documentales de fotografía de Netflix para ver en abierto. Xataka Foto. España. En: <https://www.xatakafoto.com/fotografos/platon-uno-mejores-documentales-fotografia-netflix-para-ver-abierto>

