

Autores-Abraham Guzmán Torres - Melva G. Navarro Sequeira

Adscripción - Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico - Benemérita
Universidad Autónoma de Puebla

Título de la ponencia - El papel de la fotografía política mexicana en tiempos electorales. Un estudio comparado de las estrategias comunicacionales usadas por los candidatos oficialistas José López Portillo y Pacheco y José Antonio Meade Kuribreña.

Título en inglés - The role of Mexican political photography in electoral process. A comparative study of the communication strategies used by the official candidates José López Portillo y Pacheco and José Antonio Meade Kuribreña.

Resumen

El estudio indaga en la imagen construida para los candidatos López Portillo y Meade Kuribreña, en sus respectivas campañas presidenciales, a partir de imágenes fotográficas de cada sus respectivos procesos electorales.

Dicho esto, es preciso reconocer que la fotografía es un medio fundamental ya que se convierte en un documento capaz de informar sobre hechos concretos, es interpretada o leída por quien la contempla con base en códigos de legibilidad convencionales sumados a los propios del receptor y puede ayudar a emerger pistas que permitan una mejor comprensión de las realidades estudiadas que nos permitirán repensar las formulas estéticas de expresión y las diversas formas de comunicarla.

Nuestro análisis pasa por la comparación de diferentes contextos espacio-temporales, tipologías visuales, atendiendo a la expresión corporal, gestual, de movimiento, fondo, forma, color y al uso y disposición de espacios, atmósferas y otros elementos.

Partimos del hecho de que el modelo de dirección de campañas electorales ha evolucionado a partir del surgimiento de la competencia electoral y el marketing político, sin embargo, el estudio muestra que existen elementos simbólicos que siguen vigentes a cuarenta años de la elección de López Portillo en los siguientes aspectos, por citar algunos: los candidatos son usados para legitimar el régimen que los designa, se busca conocer y

reconocer las demandas populares, se fomenta el culto cívico nacional y una meta es reclutar posibles colaboradores y adeptos.

El análisis comparado reveló similitudes en dos elementos que se combinan constantemente: “lo que el candidato es” y “lo que el candidato intenta proyectar”, en ambos casos la persuasión se ejerce a través de la construcción de referentes temáticos (sueños, expectativas y percepciones) aprovechando la memoria colectiva de grupos específicos de electores para crear propuestas atractivas y al mismo tiempo, ambos evidencian similitudes en los intentos de contrarrestar la desgastada imagen oficialista para obtener el voto.

1. LA FOTOGRAFIA COMO FUENTE HISTORICA

Nuestra evolución a lo largo del tiempo, nos ha permitido conocer que nuestros cinco sentidos son parte de la creación de nuestro conocimiento y contamos con investigaciones científicas que son plasmadas en grandes libros de manera textual, en esta vida además de contar con un gran alfabeto que forma palabras, a su vez conforman oraciones y al final comunican y permiten relacionarnos. La humanidad también ha ubicado otras formas de conocer y reconocer el conocimiento en la evolución de lo que hoy es la fotografía, que en sentido filosófico, permite detener el tiempo y ser analizado con más cautela teniendo un recurso que se acerca más a una realidad generadora de conocimiento e información.

La fotografía cuenta con un creador quien le permite la existencia y a su vez se tiene a un intérprete quien la percibe y crea un valor para la misma a través de su bagaje personal y social, es un recurso que a lo largo del tiempo tiene una evolución de mejora para su visualización, que permite la apreciación de momentos específicos, que depende del momento o evento que sean capturados, esto lo podemos concebir como el lenguaje visual. La preservación de la memoria y manifestación de cultura, con un fin de almacenar información, dará paso a que la fotografía se involucre en diferentes ámbitos generadores de conocimiento y conductores de información.

Así, las fotografías son mensajes contruidos, compuestos por las decisiones hechas durante el acto fotográfico, además de las alteraciones posteriores al negativo original en el

cuarto oscuro. Sin embargo, pese al sistema de mediaciones que entran en juego al hacer una fotografía, es diferente de los otros medios visuales por su capacidad única para embalsamar la apariencia de las cosas que hay en el mundo. Una fotografía, entrelazando finalidades de comunicación y de reproducción de la realidad, no sólo constituye una particular herramienta para la representación del pasado, sino que, como sabemos, otorga también una nueva significación al concepto de información, dicho esto, un objeto fotografiado no es más que la huella dejada por la desaparición de todo el resto. De ahí que se afirme que la mirada fotográfica “inmersa en las cosas y en los otros, debe aprender a distinguirse de lo que mira para señalarse a sí misma como un acto diferente” (Schnaith, 2014:31).

Las imágenes fotográficas proporcionan al receptor testimonios y elementos de certeza y son generalmente consideradas como demostraciones incontestables de que un acontecimiento ha ocurrido realmente (no abordaremos el tema relacionado a la edición de imágenes y por tanto su tergiversación intencional), llegando así, a ser parte integrante de sistemas de información organizados con esquemas de clasificación y criterios archivísticos nos dan informaciones parciales sobre las dos principales categorías en las que normalmente estriba el análisis histórico tradicional, que son: el espacio y el tiempo, el testimonio acerca del pasado que ofrecen las imágenes es relativamente valioso, y resulta muy útil sobre todo cuando los textos son escasos o frágiles. Una fotografía, además de ser el contenido representacional del momento y el lugar al que refiere, es también un objeto, posee una materialidad que constituye también una dimensión analítica (Edwards y Hart, 2004).

Una de las grandes ventajas del empleo del testimonio de las imágenes es, sin duda, la accesibilidad. De hecho, mientras que la documentación escrita con frecuencia sólo es accesible a las personas acreditadas para visitar los archivos, los cuadros, las fotografías etc., normalmente son más accesibles, y su mensaje puede ser leído con relativa rapidez y sin necesidad de códigos aprendidos escolarmente, pero sí con códigos de la dinámica social del individuo que interpreta la instantánea. Si bien, es cierto que la mayoría de las fotografías periodísticas de hace 40 años no contaban con una intención clara de persuadir

al lector, hoy se sabe que la fotografía periodística es incluso un arte digno de premios y subastas, hecho a partir de una intención comunicativa más que meramente informativa.

Otra elemento a resaltar es que al hablar de imágenes la variedad constituye un tema recurrente, tanto si hablamos de la variedad de las imágenes como cuando tratamos la variedad de usos que pueden dar los historiadores a su testimonio, según lo que a cada uno le interese. La especial capacidad de la imagen de despertar relatos es un terreno sumamente fértil para pensar una diversidad de problemáticas propias de las ciencias sociales a partir del análisis de la particular relación que se establece entre imagen y palabra. Es relevante tener en cuenta aquí que esta relación no se agota una en la otra, sino que es una relación cambiante: por momentos, el relato se apoya más en la imagen; por otros, se aleja de lo allí representado para dar lugar a otras derivaciones de la experiencia subjetiva. (...) en cada producción testimonial, en cada acto de memoria los dos –el lenguaje y la imagen– son absolutamente solidarios y no dejan de intercambiar sus carencias recíprocas: una imagen acude allí donde parece fallar la palabra; a menudo una palabra acude allí donde parece fallar la imaginación (Didi-Huberman, 2006: 49).

John Mraz (2007) mencionó que una fotografía se hace muy fácilmente, pueden sacarse cientos de imágenes en pocos minutos y sin mucha previsión porque después puede rescatarse algo al seleccionar los negativos y reencuadrar las imágenes en el cuarto oscuro. Un resultado de la reproducción mecánica, la singular facultad de la fotografía para incluir detalles los cuales el fotógrafo podría no haber tenido intención de plasmar ofrece a la historia la posibilidad de descubrir cosas que fueron invisibles para el propio fotógrafo o fotógrafa. Esta capacidad para documentar “un contenido no intencional” es un factor significativo al considerar el valor de la fotografía para la disciplina de la historia social. Esto sin considerar las inmensas posibilidades que hoy brindan las nuevas tecnologías de edición de imágenes que en un par de clicks pueden cortar, ampliar, borrar, iluminar o convertir en blanco y negro casi cualquier documento iconográfico.

Pese a las diferencias existentes entre las técnicas de análisis y entre los objetivos de los distintos historiadores, podemos sacar unas cuantas conclusiones generales con respecto a la manera de tratar la fotografía como fuente histórica Según Manfredi (2008). Estas conclusiones se resumen en cuatro puntos:

1. Las imágenes dan acceso no ya directamente al mundo social sino más bien a las visiones de ese mundo propias de una época (Burke, 2005)
2. El testimonio de las imágenes debe ser situado en un contexto, o mejor dicho, en una serie de contextos (cultural, político, material, etc.) entre ellos el de las convenciones artísticas, así como el de los intereses del artista y su patrono o cliente original, y la función que pretendía darse a la imagen.
3. El testimonio de una serie de imágenes es más fiable que el de la imagen individual.
4. En el caso de las imágenes, y también en el de los textos, el historiador se ve obligado a leer entre líneas, percatándose de los detalles significativos, por pequeños que sean y también de las ausencias y utilizándolos como pistas para obtener la información que los creadores de las imágenes no sabían que aportaban, o prejuicios que no eran conscientes de tener.

Al mismo tiempo debemos comprender que hay un tiempo pasado por recordar, un espacio físico que tal vez ya no exista, una situación narrada o interpretada según el punto de vista del observador, un montaje y un discurso dominante que impera sobre los demás discursos, permite hablar de cómo las imágenes que sobreviven en el archivo dejan ver algo que permanece cristalizado (Solórzano et al, 2017:77). Por todo ello, las imágenes constituyen un testimonio del ordenamiento social del pasado y sobre todo de las formas de pensar y de ver las cosas en tiempos pretéritos.

2. LA ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INMERSAS EN LA FOTOGRAFIA

Lo expuesto anteriormente permite asegurar que el poder de las imágenes no sólo reside en su expresión, sino en el contenido discursivo que trae consigo. No obstante, el contenido de las imágenes es susceptible de sufrir alteraciones, en parte porque las fotografías portan un discurso adjunto que cuando se separa de la imagen la desprovee de todo contexto de producción. De ahí que autores como Schnaith aseguren que “todos sabemos que la

fotografía miente y que por lo tanto es hora de reabrir el interrogante sobre su posible veracidad” (Schnaith, 2014:69).

Para las fotografías que ostentan contenido concerniente a campañas electorales una forma de comunicación política que pueden expresar es a través de los sucedáneos de contacto directo, las cuales son explicadas a continuación:

- 1) Sucédáneos de contacto directo con un objetivo limitado: en este caso el político se reúne con “un grupo más o menos numeroso de receptores a la vez generalmente elegidos por afinidad, o por proximidad cultural, para pronunciar una comunicación política adaptada con precisión” (Maarek, 1997: 111). Existiendo dentro de este contacto directo limitado, cinco herramientas de comunicación política que comparten la conexión casi directa con el electorado y que sirven de medio para la transmisión del mensaje. Estas herramientas son: 1) mítines, 2) banquetes, 3) comités de apoyo, 4) simposios y 5) peticiones.
- 2) Sucédáneos de contacto directo con un objetivo amplio: en este tipo de contacto se encuentran herramientas como los paseos que sirven de sustituto del contacto directo -estrechar las manos de sus simpatizantes, mezclarse entre la multitud- “el único mensaje es su presencia” (Maarek, 1997: 115). Otra herramienta del contacto directo con objetivo amplio es la publicidad en los medios de contacto especiales: se efectúan encuentros planeados por los políticos con individuos que representan grupos específicos de la población

Con la identificación del candidato el elector registra en su memoria los rasgos que lo hacen diferente a los demás, es importante definir el perfil del candidato que pertimirán su posicionamiento, ya que al contar con la “identificación de los rasgos físicos percibidos más los valores reconocidos se obtiene el reconocimiento de la identidad del candidato” (Sánchez Galicia; 2004), obteniendo como resultado los votos.

Dicho esto, la estrategia política es una herramienta que sirve como guía para alcanzar los diferentes objetivos políticos planteados por un partido. Permite establecer de qué manera se va a lograr que una persona vote a favor de ese candidato, se evalúan

diferentes temas, como el terreno político donde se está desempeñando el partido, en qué momento socio- político se va a dar la campaña, ya que el contexto es cambiante, qué tipo de opositores hay, sus objetivos y los del propio partido, qué mensaje se utilizará y en qué medios de comunicación será emitido, el calendario de la campaña, las amenazas que se pueden presentar los competidores que se busca desplazar, entre otras cosas (Constanza, 2017).

La estrategia de comunicación se manifiesta en el diseño de la propuesta y la elaboración del discurso; las decisiones tomadas durante el altercado electoral deben seguir un enfoque sistemático e integral de ambas dimensiones. La comunicación puede definirse como un complejo intercambio de estímulos y señales que dos o más sujetos realizan mediante diferentes sistemas de codificación y decodificación de mensajes. El campo específico de la comunicación política, donde el papel del emisor es ocupado por el candidato y el de receptor por el electorado, los medios masivos de comunicación cumplen precisamente, la función del – medio esta función es compartida con otras formas de transmisión más directas

En general, las estrategias discursivas apuntan a captar la adhesión de cada tipo de destinatario utilizando el modo de acercamiento más conveniente según el caso. Los equipos de campaña deben decidir sus estrategias discursivas teniendo en consideración una serie de restricciones que limitan su discrecionalidad. Entre ellas se destacan, el contenido de la propuesta política; las expectativas del electorado; las tradiciones comunicacionales del partido; las estrategias discursivas de los adversarios; las características personales y el estilo del candidato; el presupuesto económico de la campaña (Martínez Pandini, 1999)

La estrategia publicitaria en una campaña política eficiente debe valerse de elementos esenciales en el área de comunicación. Para ello, tiene que lograr combinar tanto el factor comunicacional como el persuasivo (Martínez Pandini, 1999), algunos de estos elementos son; el diagnóstico estratégico, que consiste en tener ya definidos cuáles son las problemáticas existentes en una sociedad y tener posibles soluciones; otro elemento son las etapas de la campaña, esto es algo clave ya que la campaña se maneja con dos tiempos específicos, el del calendario político general, que lo establece la ley y organizaciones de

cada país, y el calendario político que está constituido por factores objetivos y subjetivos, esto quiere decir momentos, situaciones y coyunturas que están definiendo a los distintos actores políticos. (García et al, 2007).

La transmisión del mensaje debe ser repetitivo para que quede en la mente de los votantes, por lo cual la incorporación de un eslogan acertado y que sea captado será una pieza clave para la campaña. En la comunicación de las campaña es necesario incorporar una frase que transmita la intención del candidato de forma breve y concisa pero a la vez, eficaz y directa para el electorado.

Para abarcar el tema de la memoria colectiva es claro que la reconstrucción permanente de recuerdos solo es posible a través de la conservación de imágenes, contactos, efemérides, usos y costumbres, y en general, de todo aquello que garantice, a través de la transmisión, que un grupo conserve su identidad en el tiempo. Importante es mencionar que estos marcos son portadores de una representación general de la sociedad cuyas instituciones familiares, religiosas y sociales les dan sentido a las rememoraciones individuales justamente porque los individuos están ubicados en contextos grupales donde se reconstruyen y se validan unos recuerdos que definen el tipo de discurso con el que este grupo quiere ser recordado. Bajo esta lógica, es posible hablar de memoria selectiva que en perspectiva hegemónica puede haber sido manipulada y anclada en el recuerdo a partir de la insistencia o la borradura de otras versiones del pasado.

Con la identificación del candidato el elector registra en su memoria los rasgos que lo hacen diferente a los demás, es importante trabajar el perfil del candidato, ya que al contar con la “identificación de los rasgos físicos percibidos más los valores reconocidos se obtiene el reconocimiento de la identidad del candidato” (Sánchez Galicia; 2004), obteniendo como resultado los votos.

Dicho esto, las fotografías pasan a ocupar otro lugar en el repertorio de representaciones de un país y se convierten en documentos rescatados de la desaparición, toda vez que su selección y combinación abierta y crea una narración no lineal que intenta vencer el olvido, al tiempo que interroga la naturaleza de los recuerdos. Así, como prueba irrefutable de la existencia de quienes aparecen en ellas, estos documentos retienen el

pasado de todo aquello que refleja una conciencia de grupo del país actuante del trato familiar con las cosas y con los otros en nuestra existencia compartida (García, 2012: 26).

3. ANALISIS CONTEXTUAL DE LA SITUACION DE LOS CANDIDATOS OFICIALISTAS EN LAS ELECCIONES FEDERALES DE 1976 Y 2018 EN MEXICO

La presencia de la imagen como factor estratégico en unas elecciones no es en absoluto una imposición del marketing político, sino parte inevitable de la comunicación. Un político no puede evitar tener una imagen y no transmitirla”. (Martin Salgado, 2002: 67).

Es necesario dentro de este apartado tocar el tema de la imagen del candidato y con ello poder realizar un análisis comparativo para percibir las diferencias entre una campaña que proyecta la imagen del partido político y una campaña con proyección a los candidato. Capriotti, señala que la imagen puede establecerse como una imagen material, es decir, desde una perspectiva de la identidad visual: “la expresión visual de la identidad o personalidad de una organización”, teniendo una fuerte relación con los elementos constitutivos: “el símbolo, el logotipo y tipografía corporativa, colores corporativos”. (Capriotti, 2004: 58). En el enfoque de la imagen material “en cuanto existe en el mundo físico de los objetos y es el resultado de la acción del emisor que piensa, elabora, desarrolla y comunica la imagen a los públicos”. (Capriotti, 2004: 59).

2.1 Elección Federal de 1976 – Candidato del PRI-PARM-PPS José López Portillo y Pacheco

La elección solitaria de José López Portillo fue un punto de inflexión en la historia electoral de México, Juan Molinar Horcasitas (1991: 79) expresó que “el candidato solitario tuvo que hacer campaña contra adversarios difusos y por ello terribles: el descrédito, la abstención, el ridículo de una contienda sin rivales. Nadie más se le opuso”. En ese mismo tenor, la explicación de la participación solitaria en la contienda también fue expresada por Rosa María Mirón (1998: 29) de la siguiente manera: “López Portillo —quien como muestra de la retracción política institucional que prevalecía, se presentó como único

candidato a la Presidencia— manifestó su interés por salvar la crisis de legitimidad que enfrentaba el Estado, recuperar la conducción del país y consolidar su propio liderazgo”, sin embargo José López Portillo tuvo contrincantes en la elección presidencial de 1976.

Las contiendas políticas electorales, para diversos consultores, se resumen de forma simplificada entre un bueno y un malo, al más puro estilo de las narraciones infantiles, por citar un caso. Así, el bueno suele ser el candidato en cuestión o lo que representa y el malo, puede ser un candidato, sistema, partido, situación. Así, hubo dos candidaturas no reconocidas por la Comisión Federal Electoral: la candidatura de Valentín Campa Salazar del Partido Comunista Mexicano (PCM), que se autodefinía como “simbólica”, y otra aun menos percibida, “la de una abogada de nombre Marina González del Boy, candidata del llamado Partido Femenino Mexicano” (*Excélsior*, 23 de Mayo de 1976; Paoli, 1993: 129)

Para el candidato José López Portillo lo más importante era restaurar el pacto social que había garantizado la estabilidad dentro del país en los últimos treinta años, y para ello era fundamental tranquilizar a los grupos sociales y crear una nueva alianza con los empresarios, durante toda su campaña el *candidato solitario* puso “énfasis en la democracia participativa, al mismo tiempo de proponer un programa de *Alianza Popular para la Producción*, por encima de sectarismos e intereses particulares, la corresponsabilidad del desarrollo: ideas que apuntaban hacia una reconciliación general y, en particular, al entendimiento entre dos de los factores esenciales de la estabilidad social: el gobierno y el sector empresarial” (Germán Pérez, 2012: 667).

Una de las acciones más destacadas de López Portillo durante su campaña fue su exitoso deslinde de la administración presidencial que estaba por culminar, esto se manifestó en gran medida gracias a que “buscó la reconciliación con muchos de los grupos a los que el presidente Luis Echeverría había enfrentado: en particular, estableció una buena comunicación con los empresarios, lo que condujo a negociaciones que, a su vez, dieron lugar a los llamados *convenios de concertación*” (Loaeza, 1989:128). Un ejemplo de ello fue la formulación de la *Alianza Popular para la Producción*, ya que implicaba, en palabras del propio José López Portillo, en “ofrecer a todos alternativas viables que permitan conciliar los objetivos nacionales de desarrollo y justicia social, con las demandas específicas de los diversos factores de la economía” (Germán Pérez, 2012: 669), ante esto,

es importante recalcar que la intención de dicha propuesta de campaña fue la de pacificar al sector privado, integrar los intereses del Estado, recuperar la confianza de los sectores populares y garantizar un crecimiento económico que permitiera el desarrollo nacional para el próximo sexenio.

Pese a la evidente simulación que representó la elección federal de 1976, el país, inmerso en una crisis “necesitaba de un hombre de ideas nuevas y, podría decirse, casi opuestas a las del presidente en turno; el sistema estaba desgastado y, por tanto, era necesario robustecerlo (...) darle un ímpetu nuevo al régimen para que recobrara la legitimidad política tan deteriorada” (Reyna, 1985:116).

2.2 Elección Federal de 2018 – Candidato del PRI-PVEM-PANAL José Antonio Meade Kuribreña

Las elección federal de 2018 fue distinta en un punto clave para el Partido Revolucionario Institucional; cambiaron sus estatutos permitiendo que alguien que no sea militante del partido pueda optar por ser candidato presidencial (Lafuente, noviembre 2017), al iniciar el proceso de preparación de José Antonio Meade, catorce ex dirigentes del PRI se reunieron con él para dialogar sobre la agenda política del partido.

Los ex líderes del partido dieron a conocer sus propuestas, experiencias y planteamientos desde su experiencia, al momento en que José Antonio Meade hizo hincapié y reconoció que dicho partido, desde su fundación, se ha caracterizado por la unidad y el cambio (García, diciembre 2017), siendo ese con posterioridad su primer mensaje como precandidato, al mismo tiempo de señalar la importancia de las reformas impulsadas por el PRI y por el actual presidente Enrique Peña Nieto, afirmando que gracias a estas México ostentaba un mejor presente y futuro. (Excelsior TV, Diciembre 2017)

La característica de que Meade no era parte del partido que lo postuló fue vista como su mayor cualidad para quienes con seguridad promovieron su candidatura. “Meade no es priista”, afirmaban los sectores más duros, a quienes no solo no les convencía el brillante economista y doctor en Yale, sino que consideraban impensable que se tomara en cuenta a una persona que no era militante del partido. El objetivo, según repitieron numerosos analistas, era ofrecer un “rostro ciudadano” alejado de la profunda

impopularidad del gobierno de Peña Nieto, que había tocado los niveles más bajos de popularidad, desde que se miden estos índices en México.

Pese a evidenciar una tendencia hacia la continuidad de ciertas medidas que la administración en turno introdujo, consideradas positivas según él, el candidato fue cuestionado, una y otra vez, sobre por qué no atacó los permanentes escándalos de corrupción que cercaron al actual gobierno cuando ocupó, no una sino dos veces, la Secretaría de Hacienda al mismo tiempo de ser cuestionado por víctimas de delitos, que abundan en un país que suma más de doce años de guerra declarada contra el narcotráfico (Calderón, 2018).

La campaña estuvo marcada por polémicas y desencuentros. Al candidato Meade lo escoltaba un equipo de doce agentes de seguridad que se aseguraban de evitar que el candidato fuera rodeado por micrófonos al terminar los eventos. Un cordón de seguridad no permite que los reporteros se le acerquen ni que ocurran encuentros no planeados *“El rechazo entre los operadores priístas se resume en que no lo consideran “uno de los suyos”. Al chico tímido que comía tacos en Polanco lo encuentran lejano a los pueblos perdidos de la sierra de Guerrero, el calor infernal del desierto del norte o la selva del sureste”* (Calderón, 2018).

METODOLOGIA

La presente investigación utiliza el muestreo no probabilístico, utilizando como procedimiento el muestreo por conveniencia por el acceso y disponibilidad de la información. Se tomó en consideración la gran discrepancia de duración de las campañas a estudiar (la campaña de López Portillo duró aproximadamente nueve meses, mientras que la de Meade solo duró noventa días) por lo que se optó por fincar la comparación en una planificación geográfica del país expresada en la VIII Asamblea Nacional Ordinaria autorizada en Septiembre de 1975 por el CEN del Partido Revolucionario Institucional dicha planificación estableció ocho bloques donde se manifestaba una convergencia de contextos traducido en necesidades generales de las poblaciones que el partido englobaba para poder estructurar los planes de Estado. .

Para el Caso de Lope Lopez Portillo se inició con una búsqueda de material fotográfico de su campaña que aun sobrevive, dicho material fue recolectado y preparado para poder distribuirlo en las distintas temporalidades y espacios donde fueron tomadas, para determinar tal distribución se tuvo que realizar una reconstrucción de la campaña de López Portillo con base en información expresada por el antiguo Instituto de Estudios Políticos Económicos y Sociales (I.E.P.E.S), esto proporcionó la duración de las distintas fases de campaña junto con las entidades federativas que conformaban los trayectos de las giras planificadas requeridas para así poder extraer al azar algunas piezas del material fotográfico de dicha campaña.

Para el caso de José Antonio Meade se tomó en consideración la búsqueda de fotografías en sus distintos medios de difusión estableciendo un énfasis en si existía material en las mismas entidades federativas donde se manifestó la campaña de José López Portillo.

Para introducir las dimensiones de análisis de corte histórico, político y comunicológico, nuestro abordaje metodológico se concentra, precisamente, más en el contenido y sentido del mensaje fotográfico que en el uso social. Sin embargo, queda claro que la comprensión global de una fotografía, sólo se la logra cuando se explican tanto elementos que tienen que ver con los usos sociales o las condiciones culturales de producción de una foto, cuanto aspectos estrictamente del contenido de la imagen. Para hacer un análisis de la foto, y llegar a sus contenidos más complejos, parece importante tomar distintas dimensiones analíticas, primero hablaremos brevemente de las denotaciones, las connotaciones, y finalmente las estructuras de sentido,

El análisis denotativo es un inventario de elementos reales que aparecen en la fotografía. La denotación es un vaciado a una matriz descriptiva de información lo que cada foto trae consigo (lugares, objetos, personajes, etc.). Para fincar el análisis connotativo debe entenderse en primera estancia que en una fotografía existen un conjunto de códigos susceptibles a ser leídos y entendidos por un colectivo particular que es quien recibe las imágenes hay que tomar en cuenta que los “códigos de connotación” son eficaces en una determinada cultura. Para que la connotación tenga sentido debe ser leída por un sector social; el gesto, la forma o la técnica, evocará una connotación diferente a acuerdo al lugar

desde donde se lo mire: “El código de connotación no es, verosímilmente, ni natural ni artificial, sino histórico, o, si así lo preferimos: cultural; sus signos son gestos, actitudes, expresiones, colores o efectos dotados de ciertos sentidos en virtud de los usos de una determinada sociedad” (Barthes, 1995: 23-24).

En la búsqueda de las principales unidades de significación, hay una serie de aspectos en los que hay que poner atención.

- **El trucaje.** Es el proceso de reconstruir las fotos con nuevos elementos que permitan evocar otras cosas que van más allá de la propia fotografía y la “realidad”, canalizando el interés del fotógrafo.
- **Objetos.** Los objetos son portadores de “asociaciones de ideas”, “remiten a significados claros, conocidos”.
- **Esteticismo.** Es el proceso a través del cual el fotógrafo se encarga de retocar el producto final con objetivos comerciales, artísticos o políticos.

Por último para establecer el análisis de las estructuras del sentido partimos de la idea de que se pueden formar estructuras básicas de sentido que, en su combinación, van conformando grandes estructuras, que finalmente desembocarán en modelos culturales, y por tanto en mentalidades. Estas formas de ver el mundo se despliegan desde en la vida cotidiana, hasta en los grandes momentos de decisiones o acciones del sujeto. Así, las estructuras concentran las grandes tensiones en principales códigos de sentido que articulan ideas mayores, pero con tensiones similares. Es decir que hay grandes isotopías, lugares de sentido similar.

RESULTADOS

CUADRO 1
INFORMACION SOBRE LAS CAMPAÑAS

DATOS	José López Portillo (JLP- 1976)	José Antonio Meade Kuribreña (JAMK-2018)
PARTIDO	Partido Revolucionario Institucional (PRI) Partido Autentico de la Revolución	Partido Revolucionario Institucional (PRI) Partido Verde Ecologista de México

	Mexicana (PARM) Partido Popular Socialista (PPS)	(PVEM) Partido Nueva Alianza (PANAL)
ESLOGAN	LA SOLUCION SOMOS TODOS	AVANZAR CONTIGO
TRAYECTORIA POLITICA	<p>Ingreso al Partido Revolucionario Institucional en 1959</p> <p>Cargo menor en la antigua Secretaria del Patrimonio Nacional - 1959</p> <p>Subsecretario del área de Asuntos Jurídicos de la antigua Secretaria de la Presidencia - 1964</p> <p>Director de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) 1972-1973</p> <p>Secretario de Hacienda de México durante el sexenio de Luis Echeverría Álvarez 1973-1975</p>	<p>Director General del Banco Nacional de Crédito Rural 2002-2003</p> <p>Secretario de Energía de México 2011</p> <p>Secretario de Hacienda de México 2011- 2012</p> <p>Secretario de Relaciones Exteriores de México 2012 – 2015</p> <p>Secretario de Desarrollo Social 2015 – 2016</p> <p>Secretario de Hacienda de México 2017</p>
PROPUESTAS	<p>Instaurar el “Proyecto del país al que aspiramos”</p> <p>a) Promover la Democracia Social en México</p> <p>b) Garantizar Vivienda y Asentamientos Humanos</p> <p>c) Priorizar el mejoramiento de la Educación y fomento a la Cultura</p> <p>d) Garantizar el Bienestar Social y una Política de Desarrollo para los sectores de la nación</p> <p>Concertar la “Alianza para la Producción”</p> <p>a) Garantizar el Derecho al Trabajo y al Ingreso Remunerador</p> <p>b) Fortalecer la Comercialización de Productos Agropecuarios</p> <p>c) Establecer la suficiencia Científica y Tecnológica</p>	<p>a) Creación de programas para garantizar la prevención del delito</p> <p>Eliminar el fuero para el cargo de presidente.</p> <p>b) Crear el programa "Avanzar Contigo", como el eje de su gobierno a través de becas, créditos o apoyos particulares de cada mexicano.</p> <p>c) Presenta el programa México Digital 2024; ofrece acceso universal a internet, relacionar digitalmente al gobierno e impulsar la industria digital como motor de crecimiento, emprendimiento, empleo y bienestar.</p> <p>d) Creación de más escuelas de tiempo completo. Elevarlas de 25 mil a 100 mil escuelas de tiempo completo</p> <p>e) Fortalecer el seguro popular</p> <p>f) Justicia para el trabajo doméstico, darles derecho a IMSS; ofrece hacer deducibles las</p>



		aportaciones voluntarias de patrones a trabajadoras domésticas
IMAGEN GRAFICA		

Cuadro 1: Comparativa de candidatos López Portillo y Meade Kuribreña. Elaboración propia con base en información sobre la campaña de José López Portillo y Pacheco recopilada por el antiguo Instituto de Estudios Políticos Económicos y Sociales del Partido Revolucionario Institucional, México, 1977. Para el caso de José Antonio Meade véase La Nación 27 de Junio de 2018 link <http://www.nacion321.com/elecciones/cuales-son-las-propuestas-de-jose-antonio-meade-para-la-presidencia>.

CUADRO 2

COMPARACIÓN DEL MATERIAL FOTOGRÁFICO DE LAS CAMPAÑAS

<i>Candidato</i> <i>Fotografía</i>	<i>Datos</i> <i>JLP</i> <i>Campaña</i> <i>Octubre de 1975 a Julio de 1976</i>	<i>Datos</i> <i>JAMK</i> <i>Precampaña</i> <i>Diciembre 2017 a Febrero de 2018</i> <i>Campaña</i> <i>Marzo 2018 a Junio 2018</i>
ZONAS INDUSTRIALES		
<i>Fotografía 1</i>		
	DISTRITO FEDERAL	CIUDAD DE MEXICO
	José López Portillo saludando al líder cetemista Fidel Velázquez	José Antonio Meade saludando al líder cetemista Carlos Aceves del Olmo
	Ambas fotografías muestran la importancia de mantener buenas relaciones con sectores fundamentales (en este caso la CTM) para el Partido al que representaban de igual manera ambos candidatos mostraban antecedentes desfavorables para atraer al sector priísta y a la ciudadanía en general debido a que hasta ese momento nunca tuvieron un cargo de dirigencia partidista o de elección popular previa, a ello se suma, en ambos casos, la supuesta intromisión del Ejecutivo Federal en funciones de imponer a tales candidatos para representar al oficialismo, a raíz de lo último, dicha fotografía expone el mensaje de “unidad” para sus respectivas campañas.	
ZONAS FRONTERIZAS		
<i>Fotografía 2</i>		

	<i>Visita al Estado de Coahuila</i>	<i>Visita al Estado de Coahuila</i>
	Candidato José López Portillo Militantes del CNOP con camisa blanca La palabra <i>Torreón</i> a espaldas del candidato	Candidato José Antonio Meade Militantes del CNOP con camisa blanca La palabra <i>Torreón</i> a espaldas del candidato
	Ambas fotografías muestran un énfasis en el sitio donde se encuentran, los militantes expresan su apoyo al candidato al tratar de usar la misma vestimenta que ocupa para su visita y se percibe una muestra de acercamiento del candidato hacia el público, un punto a resaltar es la dinámica de la visita, mientras el candidato JLP lo hizo en un camión con individuos selectos para acompañarlo (incluido el camarógrafo del IEPES a la derecha) y saludar a la multitud, el candidato JAMK muestra un dialogo con los militantes, hay que tomar en consideración que ambos candidatos fungieron como secretarios de Hacienda, López Portillo en ese tiempo fue duramente criticado por ocupar ese puesto por carecer de la formación requerida mientras que Meade ostentó el cargo en más de una ocasión por sus conocimientos en el ramo, lo que arroja intentos de sus asesores de campaña en alejar cuestionamientos para el primero y tratar de exponer capacidades para el segundo.	
ZONAS INDIGENAS		
<i>Fotografía 3</i>		
	TEOTIHUACÁN	CIUDAD DE MEXICO
	Mitin en zona histórica Pirámide del Sol Pirámide de la Luna	Candidato José Antonio Meade Simpatizantes de una comunidad indígena Collar de flores
	Un aspecto importante a nivel histórico en las campañas oficialistas del PRI ha sido el de pregonar el mensaje de “integración” de sectores marginados, para el caso de la campaña de JLP este fue uno de los grandes ejes de su campaña, trato de acercarse fuertemente a las comunidades indígenas adoptando símbolos y vestimentas de estos, por otra parte JAMK expresa un acercamiento mas deliberativo en escuchar	

sus necesidades y forjar acuerdos específicos.

ZONAS DESÉRTICAS

Fotografía 4



Visita al Estado de Aguascalientes

Niño montado en Caballo
Propaganda de JLP de
“Campesinos de América”



Visita al Estado de Chihuahua

Candidato José Antonio Meade
Niña del sector campesino del
estado de Chihuahua

La presencia de niños del sector rural en las fotografías durante los tiempos de campañas han sido para transmitir mensajes profundos sobre la solvencia de necesidades básicas para sectores muy específicos de la población de tales zonas, otro aspecto a resaltar es que tanto en la propaganda de JLP como en la vestimenta del candidato de JAMK no se muestra en ningún momento el símbolo del partido al que representan por lo que es una referencia de los sectores al querer acercarse al individuo únicamente.

ZONAS TROPICALES



Fotografía 5



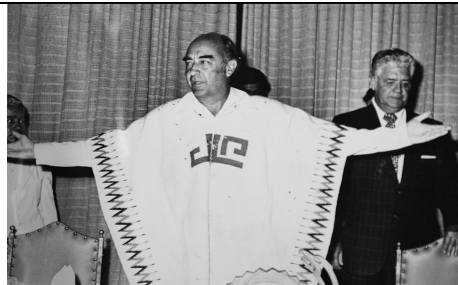



Visita al Estado de Guerrero



Visita al Estado de Guerrero

	Candidato JLP montado en caballo	Collar de Flores
En estas fotografías muestran la simpatía de los sectores rurales para los candidatos, sin embargo debe tomarse en consideración que en el caso de JLP se evidencia un enfoque técnico orientado en poner al candidato en un lugar más destacado por sobre todos los demás emitiendo un mensaje de respeto a la figura del candidato, mientras que en la de JAMK pese al acercamiento al público se evidencia un grado de seguridad externa .		
CUENCAS HIDROLOGICAS		
Fotografía 6		
	Visita al Estado de Hidalgo	Visita al Estado de Hidalgo
	Candidato José López Portillo Niños simpatizantes	Candidato José Antonio Meade Simpatizantes
	Ambas fotografías muestran improvisaciones de parte de ambos candidatos, en el caso de JLP al tratarse de zonas donde la agricultura era una pieza fundamental para el desarrollo, subió a un tractor para desatar la alegría de aquellos que lo rodeaban, mientras que el candidato JAMK permitió que un niño local se tomara una selfie estos actos riesgosos en cierta medida muestran un aprovechamiento de informalidades de ambos candidatos para sacar imágenes “únicas” en sus visitas.	
LITORAL DEL GOLFO		

Fotografía 7		
	<i>Visita al Estado de Tamaulipas</i>	<i>Visita al Estado de Veracruz</i>
	Candidato José López Portillo Collar de Flores Militantes del SNTE Propagandas de JLP con el mensaje de “Todos a votar por José López Portillo”	Candidato José Antonio Meade Collar de Flores
	Ambas fotografías vuelven a manifestar la ausencia del símbolo del Partido al que representaban, el candidato JLP muestra una estrategia de visita lineal, mientras que JAMK muestra una estrategia radial de acercamiento con los simpatizantes.	
LITORAL DEL PACÍFICO		
Fotografía 8		
	<i>Visita al Estado de Michoacán</i>	<i>Inicio de su precampaña, Chiapas Diciembre de 2017</i>
	Candidato José López Portillo Jorongo con el símbolo “JLP”	Candidato José Antonio Meade Vestimenta Chamula
	La utilización de vestimentas regionales por parte de los candidatos refleja el respeto de estos hacia las comunidades y al mismo tiempo, el respaldo de la comunidad al candidato en cuestión. En el caso de JLP el símbolo de su vestimenta expresaba la transmutación de la serpiente al águila, una de las muchas referencias prehispánicas encontradas durante su campaña, mientras que Meade aprovechó el lanzamiento de su precampaña en una zona pobre para expresar humildad e inclusión de los sectores desprotegidos.	

Dimensión histórica

Los candidatos expresan la función de sus campañas en sus respectivas épocas, el candidato José López Portillo expresaba una visión ritual de su campaña ya que se está evidenciando una estrategia lineal de visitar los lugares en vehículos grandes para presentarse ante la mayor cantidad posible de personas, mientras que en la de Meade trata de que su estrategia sea radial expresando sus propuestas y posibles soluciones a los votantes.

La utilización de vestimentas regionales en ambos candidatos representa un acercamiento y respeto a características que fundamentan y refuerzan las identidades de algunos grupos de interés. En el material fotográfico se expone el uso de collares de flores obsequiados a los candidatos, esto manifiesta simpatía por parte de la comunidad hacia estos.

La enorme discrepancia en la duración de las campañas reflejaba hasta cierto grado un proceso de visitar la mayor cantidad de lugares de parte de López Portillo mientras que en la de Meade debían realizarse estudios para sacar la mayor cantidad de provecho en los sitios que este pisaba (áreas de pertinencia) para poder ganar el voto popular.

Dimensión política

Un evidente énfasis con respecto al acercamiento del candidato hacia grupos de interés partidista cuyo respaldo fue fundamental para fincar una base de votantes y como expresar garantía de cordialidad entre tales grupos con los aspirantes a la presidencia exponiendo así una estrategia política fundamentada concentrada en la “unidad de grupos” al mismo tiempo el acercamiento de parte de los candidatos hacia los niños arroja un intento de convencer a los votantes de que los efectos de sus propuestas se reflejarían a largo plazo.

Es preciso destacar que existen similitudes de origen político entre ambos candidatos, a pesar de que su partido los reconoció de formas muy distintas, uno como candidato único del sistema y otro como candidato “ciudadano”, ambos fueron secretarios

de Estado previo a ser candidatos, incluso lograron dicha candidatura sin haber tenido previamente un puesto de elección popular y por tanto, la única elección directa a la que aspiraron fue por ser Presidente de la República. También se nota ciertas similitudes en las propuestas que iban encaminadas a legitimar, hasta cierto punto, a los sistemas que los seleccionaron, ya que representaban al oficialismo y en otro punto, se buscaba lograr un sentido de corresponsabilidad para establecer vínculos más cercanos entre el candidato, los sectores de interés para el Partido y los votantes.

Dimensión comunicológica

A consecuencia de la desacreditación por la que atravesaba el Partido Revolucionario Institucional, en ambas épocas, queda evidencia de un alejamiento del símbolo del partido tanto en las vestimentas como en anuncios partidistas e individuos que se acercaban a dichos candidatos,

Los efectos de la inmediatez y el encuadre provocados por la mediatización y las nuevas tecnologías, en las fotografías del candidato José López Portillo se trataban de fotógrafos y representantes de los medios que debían acatar las órdenes del partido y del gobierno, el material fotográfico como tal debió pasar por varios filtros para su selección y posterior difusión para la época (fotografía 3 y 7) mientras que en la campaña de Meade se evidencia en algunas fotografías la tendencia en un cierto grado de entretenimiento para poder llamar la atención de los medios (fotografía 2 y 6).

CONCLUSIONES

Podemos concluir con este estudio que las estrategias de campaña para tratar de posicionar a un candidato oficialista que manejó el Partido Revolucionario Institucional, a pesar del paso del tiempo aún prevalecen en diversos puntos del lenguaje visual, al mismo tiempo algunas características pueden considerarse un tipo de experiencia debido a que el Partido ha tenido a lo largo de la historia que legitimar regímenes presidenciales y candidatos inmersos en elecciones controversiales, a todo esto el cuidado que manifestaban con sus encuadres fotográficos desde décadas anteriores expresa un proceso de desarrollo de la

personalización política en tiempos electorales, que puede ser visto como un antecedente para el marketing político en México, esto último alcanza fuerza debido al énfasis a la imagen de los candidatos por encima del Partido.

La fotografía política se presenta como una herramienta útil para poder analizar momentos específicos de un proceso y, al mismo tiempo expresa testimonios sobre el cómo se pretende comunicar un mensaje, ya sea con un símbolo, con un discurso breve o con figuras plasmadas en dicho soporte.

La repetición de vestimentas, acercamientos específicos del candidato y discursos que reflejen ciertas alegorías reconocibles para ciertas sociedades refleja una memoria colectiva arraigada que permitiría una supuesta eficacia de tales prácticas en las campañas para el caso del PRI, al mismo tiempo se evidencia un patrón de dominio persuasivo histórico-cultural por el cual el marketing político han podido aprovechar para desarrollar sus mensajes a los votantes, alejándolos de la ideología y acercándolos hacia nociones cotidianas y próximas a los ciudadanos.

En los seres humanos lo visual ha sido parte importante de nuestra historia, desde tiempos muy antiguos las representaciones visuales de su realidad han sido una constante en su manera de comunicarle al mundo su cosmovisión. La comunicación visual ha ido evolucionando con el paso del tiempo; desde pinturas rupestres hasta fotografías digitales almacenadas en una “nube” en la web.

Al día de hoy hemos dejado de ser conscientes de lo inmersos que estamos en este mundo de lo visual. Desde que salimos de casa hasta volver a ella somos víctimas de un bombardeo masivo de imágenes que quieren contarnos algo.

Las actividades políticas y de lo público no se escapan de esto y también han ido evolucionado con nosotros y con la tecnología. En este sentido la fotografía ha jugado un papel muy importante para el posicionamiento de un candidato, de un partido, de una idea, etc.

La mayor ventaja que encontramos en esto es: la durabilidad de la imagen contra el perecimiento de las palabras y a su vez una desventaja: la ambigüedad de las interpretaciones que ésta pueda tener.

La invasión por medio de las imágenes en las campañas políticas ha sido una herramienta importante para la transmisión de los mensajes y para la añadidura de estos personajes en la memoria colectiva de su electorado. Pero las imágenes también nos hablan de un contexto y tiempo muy específico donde estas herramientas deberían adecuarse. Al pasar de los años, la tecnología y las sociedades parecen avanzar pero, ¿será así con el lenguaje político dentro de ellas?. Los resultados de la elección federal de México en 2018 muestran la urgencia por una nueva conexión entre la clase política y la ciudadanía y este es ya el reto del presente en cuanto a comunicación y marketing político en nuestro país.

FUENTES

Material fotográfico

- ***José López Portillo y Pacheco***

Colección fotográfica PRI genealogía de un Partido, Sección V - La Solución Somos Todos, 1975-1976.

- ***José Antonio Meade Kuribreña***

Facebook oficial de su campaña - https://web.facebook.com/JoseAMeadeK/?ref=br_rs

Twitter oficial de su campaña - <https://twitter.com/JoseAMeadeK>

Bibliografía

Barthes, Roland 1995. *Lo obvio y lo obtuso, Imágenes, gestos, voces*, Ed. Piadós, Barcelona.

Burke, Peter 2005. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Ed. Crítica.

Caggiano, Sergio 2012. *El sentido común visual: disputas en torno a género, raza y clase en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires, Miño y Dávila.

Capriotti, P. 2004. "La imagen corporativa". En Losada, J.C. (ed.): *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel

- Didi-Huberman, Georges 2004. *Imágenes pese a todo. Memoria visual del Holocausto*, Barcelona: Paidós.
- Edwards, Elizabeth Y Hart, Janice 2004. *Photographs Objects Histories. On the materiality of images*. New York: Routledge.
- García, A. 2017, “Se reúne Meade con ex dirigentes nacionales del PRI”, en *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/se-reune-meade-con-ex-dirigentes-nacionales-del-pri>
- Germán Pérez 2012 “La elección presidencial de 1976: José López Portillo, candidato sin oposición” en Georgette J. 2012 *Candidatos, campañas y elecciones presidenciales en México. De la república restaurada al México de la alternancia: 1867-2006*. México: UNAM, pp. 655-678.
- Lafuente, J. 2017, “Peña Nieto destapa a Meade como candidato presidencial del PRI”, en *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2017/11/27/mexico/1511795397_970032.html
- La Nación 2018 link <http://www.nacion321.com/elecciones/cuales-son-las-propuestas-de-jose-antonio-meade-para-la-presidencia>.
- Loaeza, Soledad 1989. *El llamado de las urnas*. México: Cal y Arena.
- Maarek, Phillippe 1997. *Marketing Político y Comunicación*. Claves para una buena información política. 1ra. Edición, Paidós Ibérica. España.
- Manfredi, Matteo 2008 *La fotografía como fuente para el análisis de los procesos migratorios*: Colección Urazandi, España
- Mraz, John 2007 ¿Fotohistoria o historia gráfica?. *El pasado mexicano en fotografía Cuicuilco*, vol. 14, núm. 41, septiembre-diciembre, pp. 11-41
- Mirón, Rosa María y Germán Pérez (1998). *López Portillo: auge y crisis de un sexenio*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-Centro de Estudios Políticos/Plaza y Valdez.
- Molinar Horcasitas, Juan 1991. *El tiempo de la legitimidad. Elecciones, autoritarismo y democracia en México*. México: Cal y Arena.

- Paoli Bolio, Francisco 1993 “Legislación Electoral y Proceso Político, 1917-1982” en Casanova, P. 1985. *Las elecciones en México, evolución y perspectivas*. México: Ed. Siglo XXI.
- Reyna, J. (1985) “Las elecciones en el México institucionalizado, 1946-1976” en Casanova, P. 1985. *Las elecciones en México, evolución y perspectivas*. México: Ed. Siglo XXI.
- Sánchez Galicia, Javier, Aguilar García, Elías. 2004. *Razones de Voto*. Manual de Comunicación Electoral. Instituto Internacional de Estudios sobre Comunicación Pública, México.
- Solorzano Ariza, Augusto, Toro Tamayo, Luis Carlos; Vallejo Echavarría, Juan Camilo 2017 *Memoria fotográfica: la imagen como recuerdo y documento histórico*. Medellín: Revista Interamericana de Bibliotecología, vol. 40, núm. 1 pp. 73-84
- Schnaith, N. 2014. *Lo visible y lo invisible en la imagen fotográfica*. Madrid: La Oficina Ediciones.