

Dos países paralelos: Colombia y México. Su visión diaria hacia un cambio en el diseño de la prensa

Two Parallel Countries: Colombia and Mexico. Their Daily Vision towards a Press Design Change

Sandra Catalina Frías Gómez (Colombia)

Universidad Nacional Autónoma de México
Profesional en Medios Audiovisuales con énfasis
en Producción y Dirección de Televisión. Maestría
en Diseño y Comunicación Visual.
k-ta_0690@hotmail.com

Julio Frías Peña (México)

Universidad Nacional Autónoma de México
Doctor en Diseño
jfrías@itesm.mx

Resumen

Este artículo de reflexión es una muestra de lo que la prensa en México y Colombia ha sido desde sus inicios hasta la actualidad, porque no se puede llegar a una conclusión ni definitivamente a una solución, sin conocer lo que ha ocurrido. Así, lo que se pretende es comprender la relación que ha existido entre contenido e imagen y cómo la llamada evolución de la prensa ha logrado desplazar el texto en una noticia, dando prioridad

Abstract

This article is a reflection of the press in Mexico and Colombia from the beginning to now because it is essential to know what has happened in order to reach to a conclusion and a solution. We want to understand the relationship there is between content and image and how the so-called press evolution has succeeded in displacing the text of the news, giving priority to the image in order to create a real impact on the reader.

RECIBIDO: 9 de febrero de 2015
EVALUADO: 2 de marzo de 2015
ACEPTADO: 8 de junio de 2015

PARA CITAR ESTE ARTÍCULO / TO CITE THIS ARTICLE
Frías Gómez, S. C. y Frías Peña, J. (2015). Dos países paralelos: Colombia y México. Su visión diaria hacia un cambio en el diseño de la prensa. *Poliantea*, 11(20).pp.177-193.

a la imagen hasta lograr un verdadero impacto con esta en el lector. A través de un minucioso estudio de periódicos, tanto mexicanos como colombianos, variadas consultas bibliográficas sobre la evolución de la prensa de ambos países y un análisis cuantitativo y cualitativo, en determinados sectores de la sociedad de los dos territorios, se puede apreciar la necesidad o posibilidad de un cambio significativo en la prensa tanto en diseño como en contenido textual.

Palabras clave: análisis de la imagen, historia de la prensa, diseño de prensa, Colombia, México.

Through a meticulous study of Colombian and Mexican newspapers, several bibliographical inquiries about the evolution of the press in both countries, and a quantitative and qualitative analysis of certain society sectors, it was possible to appreciate the need or possibility of a meaningful change in the press not only regarding its design, but also its textual content.

Keywords: image analysis, press history, press design, Colombia, Mexico.

Introducción

La prensa actual centra sus métodos informativos en las técnicas llevadas a cabo en el pasado, pretendiendo, de este modo, poder construir un mejor futuro sin dejar de lado los cimientos que le dieron vida propia; y es claro que es necesario comprender su evolución, para llegar a la búsqueda de una solución al interrogante planteado en este artículo y lograr un resultado coherente para ello.

Al realizar un recorrido a lo largo de su evolución, se pueden observar diversos caminos, que han sido relevantes en los avances que la prensa ha sufrido en su historia, tanto en el ámbito nacional como internacional, con lo cual se ha logrado identificar el punto clave donde esta tiene un cambio significativo: se empieza a dar mayor importancia a las noticias negativas y no a las positivas.

Con el trascurso de los años, este sobreviviente medio de comunicación

sigue siendo de suma importancia, ya que es leído por millones de personas, que cada mañana lo reciben en la puerta de sus casas o lo compran en alguna tienda o puesto de revistas callejero; que es regalado en las esquinas de la ciudad y que en cada lugar adonde se va se encuentra, y que ahora, con la vertiginosa evolución de la tecnología, puede hallarse en cualquier dispositivo móvil digital.

Y entonces, siglos después, cuando en todos los espacios se habla de un mundo global e interconectado, ¿qué transformación ha tenido la prensa? ¿Han sido positivos o negativos estos cambios? La única respuesta que se conoce es que la evolución de la prensa indudablemente fue marcada por la imagen: un indiscutible referente que refleja de manera inmediata y con gran poder la fuerza para contar lo que las palabras demorarían un poco más.

Y es que al pasar ya tres siglos, pareciera que la tecnología se hubiese estancado en ese espacio periodístico, una pausa en el tiempo parece haber tomado lugar dando continuidad al mismo tipo de titulares que hoy día se lucran, resaltando noticias de actividades políticas o crímenes, al igual que ocurría en los inicios de la prensa. En la actualidad, y debido al desarrollo de la fotografía y del diseño, las noticias se transmiten a través de estas dos herramientas, que gracias a ellas es que se admite, además de leerlas y percibir las, decir que las noticias no solo se leen o se ven. Con certeza se puede decir que las noticias se sienten. Así como en el siglo XVIII los periodistas transmitían a través de los periódicos la vida misma, hoy, en pleno siglo XXI, los mejores periodistas siguen comunicando por este mismo medio que se convierte en un inmortal; no obstante, pidiendo a gritos que las nuevas generaciones creen nuevos diseños de prensa, que refresquen un poco su imagen y que transformen el pensamiento del lector a través de esa imagen (Durandin, 1983).

Por otra parte, y a pesar de todas las virtudes que conllevan la prensa escrita y el inexorable aporte que la imagen ha tenido sobre ella, múltiples han sido los tropiezos que esta

ha llevado consigo a lo largo de muchos años, debido a fuertes impactos negativos; ejemplo de esto es el fatal flagelo del narcotráfico, que ha tocado a todos los niveles sociales y ha ocupado gran parte de la atención tanto de los periodistas como de los lectores de la prensa escrita, dado que, día tras día, lo que se percibe es la absoluta corrupción y los efectos del poderío que este tiene sobre la sociedad; por consiguiente, si indagamos en la prensa actual, no la encontraremos sin este tipo de información que diariamente salpica los medios de comunicación en nuestros territorios.

Para avalar esta postura se desarrolló una encuesta que buscaba un punto de opinión frente a lo que se percibe hoy en día de la prensa y las influencias que existen, bien sean negativas, bien sean positivas. Estas encuestas se realizaron a personas residentes en México y Colombia por ser el centro desde donde se desplegó este trabajo, debido a que estos dos países comparten similitudes y vivencias para los propósitos del artículo.

El objetivo de este estudio fue crear la nueva imagen de este medio de comunicación tan importante llamado prensa y poder desarrollar un análisis cualitativo, haciendo hincapié en ese cambio positivo que puede

experimentar, puesto que se considera que “la prensa es el medio de comunicación por excelencia” (Marín, 2006, p. 21).

Acercamiento a la historia de la prensa

La historia de la prensa en este artículo se centra en los inicios periodísticos de México y Colombia, que vieron la luz con dos importantes documentos llamados la *Gaceta de México* y la *Gazeta de Santa Fé de Bogotá*; nombre proveniente del italiano *gazzetta*, papel público, que se publicaba en Venecia (centro de las negociaciones políticas de Europa). *La Gaceta de México* se publica en México el 1 de enero de 1722, con publicación mensual hasta junio del mismo año, con lo cual es el periódico más antiguo de México y América Latina, que difundía las ideas y costumbres europeas. Posteriormente aparece en Santafé de Bogotá el 31 de agosto de 1781 que fue la voz del pueblo que buscaba la libertad frente a la corona española.

En sus comienzos, la prensa era plana, relativamente sencilla respecto de lo que vemos hoy día; se publicaban las informaciones con grandes dosis de literatura, teniendo siempre

como función o trabajo mantener a la sociedad bien informada. Su mayor cambio comienza a notarse con la evolución que experimenta el periódico, con la tecnología misma, llegando el apogeo de la fotografía y con ella el desarrollo y perfeccionamiento de la imagen.

En estos dos países, México y Colombia, se percibe un intercambio de costumbres a lo largo de la historia; lo ocurrido en uno se refleja en el otro, y viceversa. Así es como un ejemplo claro de ello, el flagelo del narcoterrorismo, por el que Colombia fue fuertemente golpeada en las décadas de 1980 y 1990, es calcado desde 2006 en México. Así como este caso y muchos otros más son emulados, a sus periódicos, desde sus noticias, pasando por sus imágenes y su diseño, también les ha sucedido lo mismo. Paso a paso, se ha ido construyendo la historia de la prensa en estos dos países. Una historia que pocos conocen o han dejado en el olvido.

Muchos son los sucesos que han marcado la evolución de la prensa tanto en Colombia como en México a lo largo de los últimos 40 años; el contexto social y político vivido en cada uno de estos territorios han modificado de manera contundente este medio masivo de comunicación,

y fueron precisamente las décadas de 1980 y 1990 en Colombia, y el siglo XXI en México, las que marcaron los cambios en la promulgación de los diarios de prensa escrita, que mostraron acontecimientos trascendentes para cada uno de estos países.

No se debe desconocer que si la tecnología ha desempeñado un papel muy importante en la evolución de la prensa proveyendo un sin fin de adelantos positivos en su diseño, también los problemas sociales y políticos de estos dos territorios ha desempeñado un papel relevante en lo atractivo que pueda llegar a ser este medio escrito para el lector.

Materiales y métodos

Se realizó el diseño de la encuesta en formato digital, proponiendo cinco preguntas abiertas (tabla 1) para disminuir el sesgo de las respuestas. Posteriormente, fue distribuida por medio electrónico a fin de que la toma de muestras fuese aleatoria. La encuesta fue dirigida a personas que viven en México y Colombia, en las fechas del 20 de abril de 2014 y 15 de mayo del mismo año. Subsiguientemente, se realizó un comparativo entre las respuestas de las personas de ambas nacionalidades. Las preguntas planteadas se pensaron con el objetivo de evaluar la apreciación de la población de ambos países frente al diseño de la prensa actual.

Tabla 1. Preguntas abiertas de la encuesta aplicada

N.º	Pregunta
1	¿Qué piensas sobre la prensa actual?
2	¿Te gustaría que el diseño de la prensa cambiara?
3	¿Prefieres la prensa impresa o de manera digital?
4	¿Qué piensas sobre la desaparición de la prensa impresa?
5	¿Te gustaría que la prensa incluyera más temas de tu interés o crees que con los que son abordados es suficiente?

Se clasificó la población por sexo, edad y nivel educativo. A continuación, se realizó una estadística

descriptiva de cada una de las respuestas obtenidas.

Resultados

Pensamientos y puntos de vista de lectores para la búsqueda de una prensa llamativa y contundente

Se realizaron 122 encuestas (tabla 2) de las cuales 80 encuestados eran de nacionalidad colombiana y 42 de nacionalidad mexicana. Se obtuvo que 95.1 % de la población encuestada está cansada de leer lo mismo, haciendo referencia a temas políticos y de narcotráfico (figura 1). Sin

embargo, 32 % considera que la prensa sigue teniendo una alta relevancia en la actualidad. Aunque 14 % la considere amarillista y 22 % que se está centrando en la publicidad, prevalece la importancia de este medio de comunicación (figura 2). No obstante, es evidente que un alto porcentaje de la población encuestada (54.4 %) considera que debe rediseñarse la prensa actual, en comparación con (76.27 %) que se encuentra conforme con el diseño actual (figura 3).

Tabla 2. Caracterización de la población encuestada

Ficha técnica de la encuesta			
Marco referencial	Encuesta elaborada con preguntas de respuesta abierta (cinco preguntas) y un alcance de aplicación para los países de América Latina (Colombia y México). La encuesta fue realizada del 20 de abril de 2014 al 15 de mayo de 2014. El autor de la encuesta es Sandra Catalina Frías Gómez, estudiante de Maestría en Diseño Gráfico y Comunicación Visual de la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Datos de la encuesta			N.º de encuestados
Características de los encuestados	Sexo	Masculino	49
		Femenino	73
	Edad	15-20 años	33
		21-50 años	57
		51-70 años	32
	Nacionalidad	Colombiana	80
		Mexicana	42
	Nivel académico	Media vocacional	33
		Técnico	0
		Universitario	73
Posgrado		16	
Vía correo electrónico			122
Propiedades de la muestra	Tamaño de la muestra		122

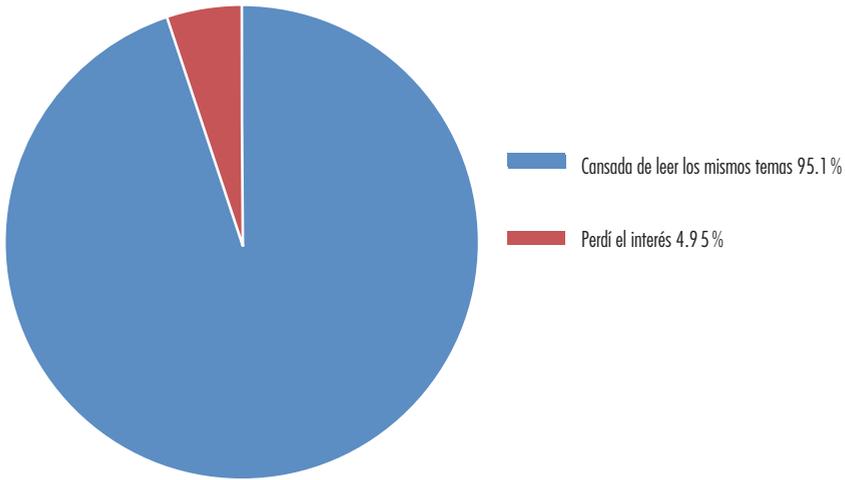


Figura 1. Opinión sobre el contenido de la prensa actual.



Figura 2. Porcentaje de las personas encuestadas.

Por otra parte, el mantenimiento de este medio de información físico y que no sea reemplazado el formato digital prevalece en la cultura colombiana y mexicana, debido a que existen aún personas que no poseen dispositivos electrónicos, como lo relata 27 % de los encuestados. Además que si llegase a desaparecer el formato

físico, posiblemente se reduzca la cantidad de lectores de este medio de información. Aunque el aspecto positivo de esto sería el beneficio al ambiente, por el uso del papel, como lo aclara 15 % de la muestra (figura 4).

Los resultados de las encuestas son un soporte para este tipo de trabajos pioneros, en los que en los

dos países aún tiene una relevancia en la cultura de dichas poblaciones. Aunque sí se requiere un cambio para que sea más atractivo y aumente el

número de individuos que se conviertan en lectores de este medio de información.

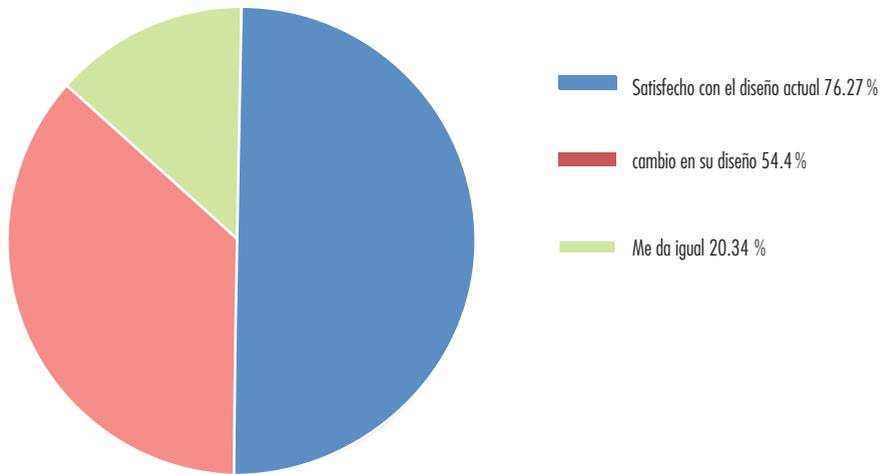


Figura 3. Satisfacción con el diseño.



Figura 4. Porcentaje de personas encuestadas.

Discusión

La figura 3 muestra que 54.4 % de los encuestados considera que la prensa necesita un cambio, que debe tener en cuenta varios factores: uno es en cuanto a su contenido, otros hacen referencia a una imagen más agradable, tener más color, un formato más pequeño, menos publicidad y que se encuentre dirigido a todo tipo de población. No obstante, la prensa sigue teniendo ese lugar privilegiado en el corazón de un pueblo, un pueblo que no abandona sus raíces y se niega a perderlas. Es una pena pensar que un medio de comunicación de tal eficacia, que ha pasado y permanecido en el tiempo y que indiscutiblemente tiene una gran tradición, pueda desaparecer.

Se sabe, no con certeza cuándo, que la prensa impresa desaparecerá, pero esto no ocurriría de la noche a la mañana, ya que es un largo proceso para que la sociedad se acostumbre a un nuevo medio o método de información. Desde que la tecnología se perfeccionó y crece a pasos agigantados, el mundo y sus habitantes asumen que llegará el momento en que todas y cada una de las cosas existentes se llevarán exclusivamente al plano digital. Sin embargo, no se puede olvidar que existen sociedades

menos afortunadas, en las que la tecnología no ha llegado al máximo en su desarrollo y, por tanto, no tienen el alcance de cómo poseer las herramientas necesarias y cumplir con todos los requerimientos que exige el mundo digital. En sociedades como las nuestras, colombiana y mexicana, no todas las personas tienen al alcance un medio electrónico con el cual reemplazar los medios de comunicación tradicional, entonces el único medio disponible para lograr información continuaría siendo la prensa; medio de comunicación que logra enlazar sus territorios con el exterior y establecer un lazo entre nuestras sociedades y otras mucho más avanzadas. Evidenciando lo dicho, la encuesta arrojó 33 % de personas que expresaron no tener acceso a un medio o dispositivo electrónico, lo cual hace claro el deseo de prevalencia de la prensa impresa en el mundo. El 33 % de la muestra no posee acceso a la información por medios electrónicos, por ende, se destaca que prevalezca la existencia de un medio físico de transmisión de las noticias.

Comprendiendo el punto de vista de los ciudadanos que han estado de la mano del cambio de la prensa y han visto su evolución, hasta los ciudadanos que han crecido en la

era digital y tienen un punto de vista totalmente diferente de su diseño y cómo son manejadas sus noticias, y a pesar de todas las cosas en la que se puede ver involucrada la prensa impresa, se necesita realizar un cambio de diseño y renovación de temas. “Cuando en un país la información está monopolizada por el poder, los ciudadanos tienen escasas posibilidades de enterarse de otra cosa que la que se les dice, y pueden permanecer engañados mucho tiempo” (Duran-din, 1990, p. 83).

La prensa impresa es un medio que ha estado por siglos informando y que con el pasar y a pesar del tiempo se ha mantenido vigente; ha sufrido una clara evolución en su contenido, aunque siga predominando el aspecto político sobre los demás temas que también son de verdadera importancia para la sociedad. ¿Hasta cuándo? Esto es algo que no se conoce con exactitud, pero que evidentemente tiene agotado a su público lector, lo cual es evidenciado en 95 % de las personas encuestadas, quienes proponen que sean incluidos temas, como educación, tecnología, economía y empresarial, medio ambiente, deportes, arte, cultura, opinión, vida saludable, música y danza, belleza, gastronomía, programación

ciudadana, cine y teatro. “Cuando hay saturación de estímulos y mensajes, el individuo selecciona sólo aquello que merece su atención y el resto lo ignora” (Homs, 1992, p. 107).

En cuanto a la prensa escrita, que es un elemento que se encuentra al alcance de todos, podemos decir que es por medio de esta que se ha hecho a lo largo de los siglos seguimiento de la vida diaria del mundo entero; lo que sucedió hoy en determinado espacio del universo se convierte en noticia e información para el resto del planeta. Además, la imagen con la que cuenta la prensa escrita posee un alto porcentaje de impacto en los lectores, debido a ello es primordial que se deba tener especial cuidado a la hora de escoger la imagen que nutra el espacio escrito. Un ejemplo evidente son las imágenes que destacan los periódicos colombianos y mexicanos, imágenes que muestran el lado negativo de la nación, imágenes que generan temor, no solo en sus ciudadanos, sino también en los lectores extranjeros. Por ello, se considera urgente reevaluar la forma en que se está manejando esta imagen como complemento a la noticia escrita. Es preciso hacer una pausa en la vertiginosa carrera informativa en la que estamos sumergidos en la actualidad, ya que

los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo (Barragán, 2010).

Si deseamos un mejor mundo, con calidad humana, principios y valores claros, debemos ser promotores de ello. A través de los medios de comunicación hacemos educación, y si queremos un pueblo educado, debemos ser gestores de su crecimiento. Mirar a nuestros países desde la prensa escrita tanto en texto como imagen, con la visión de un extranjero, genera increíbles dudas sobre nuestra calidad de vida; por esto, se debe crear una conciencia informativa y no continuar con la degradación de nuestra imagen frente al mundo entero.

Propuesta de una nueva prensa

Al abordar el tema del diseño periodístico, son miles de cosas que giran por la mente, pero en realidad son pocas cosas que el mundo comprende acerca de esto. La tecnología está avanzando a pasos agigantados, la prensa debe hacer parte de este

desarrollo, teniendo en cuenta que este cambio tiene que hacerse, tanto de manera impresa como digital, buscando con ella una imagen más fresca que incluya desde la ciencia hasta el arte, desde la cultura hasta el turismo y que le sirva a cada ciudadano sin importar su estrato o nivel de escolaridad; a los niños como a los adolescentes y adultos; a los colombianos, mexicanos y a todos los habitantes del planeta; a todos aquellos que quieran conocer algún país, ya que en cualquier rango, en cualquier especie, en cualquier tema, la prensa está dejando plasmada la “vida misma”, en cada una de sus líneas, logrando de esta manera, además de ayudar a toda una población, a que la imagen de un país se vea enriquecida positivamente.

Países como Colombia y México requieren que su prensa experimente una renovación, un cambio. Algunos opinan que la prensa impresa va a convertirse en algo muy personal, tal como lo llega a ser un libro. Ahora bien, hacia dónde se dirige verdaderamente esta evolución, es a la prensa electrónica. Es el medio escrito, el periódico, el que está demandando un cambio; que su diseño editorial sea refrescado, que su lectura no se centre o su importancia no se delimite

en una sola temática, sino que se le otorgue la misma importancia a todos los tópicos porque todos ellos de una u otra forma, para uno u otro lector, son temas de interés y cada uno de sus lectores merece ser tenido en cuenta. ¿Por qué las revistas tienen esa libertad en el diseño de cada uno de sus ejemplares y la prensa aún continúa los pasos que se estipularon? Es cierto que cada uno de sus pasos o instrucciones fueron y son importantes para su creación, pero eso no quiere decir que no se pueda innovar para lograr una lectura novedosa, ágil, y así poder obtener una prensa más atractiva para el lector con la cual se pueda atraer toda su atención.

El diseño de prensa escrita, además de involucrar nuevos temas de interés, también necesita ser rediseñado en su presentación y organización, ya que este debe llegar a ser tan atractivo como lo puede ser uno digital; es decir, la prensa escrita tiene que convertirse en una herramienta útil y llamativa de consulta para el lector, puesto que esta fue el verdadero origen de lo que hoy se conoce como prensa virtual o digital; y debido a que aún son muy pocos los periódicos que originalmente nacieron en internet. Una propuesta de una prensa fresca, amena y renovada podría ser la presentada en la figuras 5a y 5b.

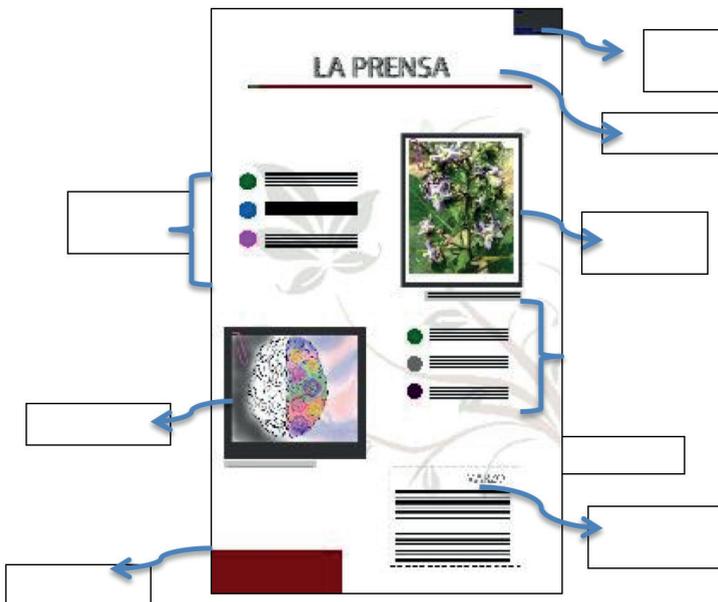


Figura 5a. Formato tabloide, 600 × 750 mm



Figura 5b. Formato tabloide, 600 x 750 mm

Para finalizar esta posición frente a lo que significa una innovación en la prensa, solo queda decir que por una mejor prensa ahora y una prensa impactante y llamativa para el futuro, el cambio debe ser analizado y llevado a cabo sin más preámbulos y sin más cuestionamientos que el simple ánimo de atrapar e informar verídicamente al lector de una manera refrescante y agradable.

Conclusiones

1. Es claro que día a día el desarrollo de cada país va en progreso, es algo que ya no tiene pausa; por ende, el ser humano y su pensamiento marcan una pauta para el crecimiento de la civilización. En el logro de este proceso

vemos inmersos los medios masivos de comunicación indiscutiblemente, y es preciso no dejar que desaparezca un medio de comunicación tan antiguo, que ha hecho y hace parte de la humanidad, y ante todo se espera siga siendo parte vital de ella.

2. El poder tan grande que maneja la prensa se debe direccionar de manera positiva, logrando mostrar noticias objetivas y con un análisis profundo. Pero, además de realizar un buen análisis de ellas, se debe pensar muy bien en su creación; entonces, al realizar el análisis de la prensa, se han de tener en cuenta las funciones a partir de una triple competencia que puede ser aplicable a la realidad de la prensa, *“firmitas: Durabilidad y firmeza, utilitas:*

Utilidad y comodidad, *venustas*: Belleza y placer” (http://www.oa.upm.es/1789/1/RAFAEL_PINA_LUPIANEZ.pdf). Son funciones que siempre se deberían tener en cuenta en todo su proceso, desde su creación, organización, imágenes, fotografías contenido, diseño y formato; sería así como se podría lograr una mejora irrefutable en la prensa. De esta manera, se podría hablar de una prensa llamativa y contundente.

3. Teniendo en cuenta este análisis, se podría lograr cambiar la visión negativa que se tiene tanto de Colombia como México a través de la lucha por una mejor imagen, la lucha por mejorar el diseño en la prensa impresa. Una prensa que no solo sea para informar, sino también para divertir, para conocer, para descubrir.

Los resultados del estudio sugieren que la prensa en formato físico aún tiene relevancia en la vida diaria de los colombianos y los mexicanos. Sin embargo, se debe fortalecer y generar un nuevo diseño, el cual sea más atractivo para las diferentes edades.

De igual manera, es necesario replantear los diferentes enfoques que

tiene la prensa, ya que se destaca la influencia política, dejando a un lado los aspectos culturales.

Finalmente, los dos países (Colombia y México), aunque tengan historias de conflicto similares, siguen siendo influenciadas por los medios de comunicación, independientemente del tipo. Pero, incluso con el avance de los pasos agigantados de la tecnología, el medio físico de la prensa persevera como un medio fiel para informarse de los sucesos cotidianos locales y globales.

Referencias bibliográficas

- Amado, A. (2010). Prensa y comunicación. En *Relaciones informativas responsables*. Buenos Aires: La Crujía Editorial.
- Caldwell, C. y Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Cardona, J. (2012). *Días de memoria*. Bogotá: Aguilar.
- Castellanos, N. (2003). Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia. En *VII Cátedra Anual de Historia Ernesto Restrepo*

- Tirado*. Bogotá: Aguilar/Altea/Taurus/Alfaguara.
- Castillo Barragán, C. (2010). Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. *Odiseo: Revista Electrónica de Pedagogía*, 3(6). Recuperado de <http://www.odiseo.com.mx/comment/982>
- Bedoya, J. (2013), *Veinte años de guerra contra el narcotráfico*: Bogotá: Intermedio.
- Blaxter, L., Hughes, C. y Tight, M. (2000). *Cómo se hace una investigación*. Barcelona: Gedisa.
- Del Valle Gastaminza, F. (2002, 29 de octubre). Dimensión documental de la fotografía. En *Congreso Internacional sobre Imágenes e Investigación Social*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. Recuperado de http://www.researchgate.net/profile/Felix_Del-Valle-Gastaminza/publication/28804424_Dimensin_documental_de_la_fotografa/links/00b495156b2aecbbc1000000.pdf
- Durandin, G. (1990). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Duzán, M. J. (2009, 22 de agosto). La historia se repite. En *Revista Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-historia-repite/106494-3>
- Fernández, C. y Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: McGrawHill.
- Guisnsberg, E. (1987). *Publicidad: manipulación para la reproducción*. México: Plaza y Valdés Editores.
- Homs, R. (1992). *Creadores de imagen mexicana*. Planeta.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Jiménez-Bautista, F. (2012). Conocer para comprender la violencia: origen, causas y realidad. *Convergencia*, 19(58), 13-52.
- Levine, M. (1997). *La violencia en los medios de comunicación*. Bogotá: Norma.
- López Betancur, O. del P. (2005). *Amarilla y roja: estéticas de la prensa sensacionalista*. Medellín: Universidad Eafit.

- Meyers, W. y Ortega, J. A. (1991). *Los creadores de imagen: poder y persuasión en Madison Avenue*. Planeta.
- Reinhard, G. (2002). *Diseño de periódicos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rincón, O., García, M. S. y Trujillo, J. Z. (2002). *La nación de los medios*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Sánchez Salcedo, F. J. (2014). *Miradas impresas: la sociedad colombiana vista desde la prensa*. Cali, Colombia: Universidad del Valle.
- Serrano, P. (2014). *La prensa ha muerto: ¡viva la prensa! De cómo la crisis trae medios más libres*. Grupo Planeta Spain.
- Suárez Carballo, F. (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- Sullivan, J. P. (2009). Interacción entre policías y militares en la guerra antidrogas en México. En *Air & Space Power Journal*. Recuperado de <http://www.airpower.maxwell.af.mil/apjinternational/apj-s/2009/3tri09/sullivan.htm>
- Sojo, C. (2000). *La infografía periodística*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación.
- Tagg, J. (2005). *El peso de la representación: ensayos sobre fotografías e historias*. Gustavo Gili.
- Weill, G. (1941). *El diario: historia y función de la prensa periódica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Villoro, J. (2012). Daños elegidos. En *El País*. Recuperado de http://cultura.elpais.com/cultura/2012/03/29/actualidad/1333032303_996986.html
- VV. AA. (2000). *Colombia a través del tiempo*. Bogotá: Intermedio.