



# **Evolución y retos de la televisión**

Quito - Ecuador  
2003

## **EVOLUCIÓN Y RETOS DE LA TELEVISIÓN**

© Varios Autores

Primera Edición

1000 ejemplares - Febrero 2003

Editor:

*Edgar P. Jaramillo Salas*

ISBN 9978-55-036-4

Código de Barras 9789978550366

Registro derecho autorai N° 018091

**Portada:**

*GRAPHUS*

**Diagramación texto:**

*Fernando Rivadeneira León*

**Impresión:**

*Editorial "Quipus", CIESPAL*

Quito – Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL

## Contenido

	<b>Presentación</b>	5
1.	<b>Desafíos de la televisión frente a los otros medios de comunicación</b> Juan Manuel Rodríguez	13
2.	<b>La televisión en América Latina y El Caribe</b> John Gowan	35
3.	<b>Innovaciones tecnológicas en la televisión</b> Albert Walker	49
4.	<b>Edición y producción digital</b> Esteban Proaño	61
5.	<b>La calidad en la producción televisiva</b> John Gowan	83
6.	<b>Cultura de la imagen</b> Eric Samson	91
7.	<b>Sistemas informativos por televisión</b> Ernesto Clavijo	103
8.	<b>Importancia del balance editorial de las noticias de televisión</b> Jorge Gestoso	111

<b>9.</b>	<b>Producción de noticieros para televisión</b> Carlos Vera	125
<b>10.</b>	<b>Investigación de audiencias</b> Ángel Polibio Córdova	143
<b>11.</b>	<b>Periodismo investigativo en Francia</b> Guillaume Fountaine	163
<b>12.</b>	<b>La publicidad y la televisión</b> Gustavo Vallejo	179
<b>13.</b>	<b>Los talk shows</b> Mari Tere Braschi	203
<b>14.</b>	<b>Ética y sensacionalismo en la televisión</b> Eric Samson	219
<b>15.</b>	<b>Ética en el periodismo investigativo de televisión</b> Luis Botello	243
<b>16.</b>	<b>Televisión y educación</b> Rosalía Arteaga	251
<b>17.</b>	<b>Legislación y autorregulación en la televisión</b> Raul Izurieta Mora Bowen	267
<b>18.</b>	<b>Gobernabilidad, procesos políticos y televisión</b> Carlos Larreátegui	283
<b>19.</b>	<b>Efectos de la televisión en la gobernabilidad</b> Blasco Peñaherrera	299
<b>20.</b>	<b>Televisión, democracia y desarrollo social</b> Adalid Contreras	307



# **Importancia del balance editorial de las noticias de televisión**

***Jorge Gestoso\****

El balance editorial es el deber de los periodistas de mostrar siempre las dos caras de una moneda. Constituye un elemento esencial en esta profesión para ser lo más justos posible.

Cuando el periodista encara una nota, un artículo, una entrevista, es necesario elegir siempre voceros que sean del mismo calibre, en cada una de las partes.

Cada historia tiene partes antagónicas o tiene más de dos partes antagónicas. Es responsabilidad del periodista cuando elige una persona que represente el punto de vista de una de esas partes, buscar exactamente el equivalente del otro lado, para que sea equilibrada la presentación de las dos posiciones.

---

\* Uruguayo, periodista

En el caso de la televisión, muchas veces eso no sucede en el mismo instante, es decir, si un personaje hace una declaración, no necesariamente, se consigue, cinco minutos después, su contraparte con la misma responsabilidad, en cuanto a calibre. A veces se lo hace, por ejemplo, a lo largo de una semana. Generalmente, las historias avanzan y si no se lo consigue no es por responsabilidad del periodista sino por problemas de logística; y se lo intenta hacer en los días siguientes, de tal manera que un televidente que a lo largo de una semana sigue el curso de las noticias puede tener ese balance editorial.

Los temas polémicos son los que dan más problemas para cubrir de una manera equilibrada y balanceada. Las guerras son casos típicos.

En el año 95 cubrí la guerra fronteriza entre Ecuador y Perú. Esta historia comienza con una llamada telefónica a Atlanta, como a las diez de la noche, por parte de la Secretaria de Prensa del Ecuador. Nos invitaba a cubrir esa historia que, obviamente, interesaba por su envergadura. Inmediatamente llamamos por teléfono al Perú y les avisamos de la invitación del gobierno ecuatoriano. No tuvimos respuesta.

A la mañana siguiente estuve en Quito para ver el conflicto de primera mano, pero teníamos enormes problemas con el lado peruano. Insistimos con las autoridades del Perú, pero no dejaban a ningún periodista entrar en la zona de guerra.

En Quito tuve la oportunidad de hablar con el presidente Durán Ballén. Quisimos hacer lo mismo con el presidente Fujimori, sin embargo no devolvía las llamadas y ese era un problema.

Le contamos al televidente todo lo que podíamos conseguir en el lado ecuatoriano; era la totalidad de la historia y en el caso peruano avisamos a la teleaudiencia que hicimos todo lo posible,



es decir advertimos al televidente que esa era la realidad que se enfrentaba.

Algo similar nos ocurrió en la cobertura de la Guerra del Golfo, en 1991. Ahí fue todavía más complicado porque en el teatro de operaciones, en el frente de batalla, las dos partes, tanto Irak como las fuerzas aliadas, impedían la presencia de corresponsales, de periodistas, entonces nos veíamos obligados a informar sobre una guerra en la cual no teníamos ninguna constatación directa.

Las fuerzas aliadas tenían dos conferencias de prensa diarias: una en Arabia Saudita y la otra en el Pentágono. En el caso del gobierno iraquí, pudimos mantener, dentro de Bagdad, a un corresponsal, Peter Arnet, él estaba controlado en un 99% de su tiempo. Tenía siempre un acompañante las 24 horas y cuando lo dejaban salir, lo llevaban a determinados lugares que el gobierno iraquí le interesaba que viéramos.

Lo curioso de la cobertura fue, por ejemplo, que en las conferencias de prensa del Pentágono mostraban unos vídeos espectaculares, tomas aéreas de aviones disparando bombas. Recuerdo, claramente, uno que se veía a un ciclista, el avión dejaba que el ciclista terminara de pasar el puente y un segundo después destruía el puente.

Esto era una prueba clave de la precisión, de las incursiones quirúrgicas, de una cirugía de alto nivel, en donde estábamos bombardeando posiciones iraquíes y decía, a esta altura el 85% de nuestros ataques, de nuestras bombas, está llegando al blanco que nosotros queremos; así lo reportábamos, eso sí aclarábamos a los televidentes y hacíamos un super impreso sobre la pantalla, que ese vídeo había sido proporcionado por las fuerzas aliadas y que era un material al cual nosotros no habíamos podido tener acceso para seleccionar.

Por otro lado, Peter Arnet estaba en Bagdag y lo llevaban a ver determinados lugares que coincidían con lo que acababan de decir las fuerzas aliadas que habían acertado en sus bombardeos en su 85%. Bagdag mostraba el 15% que habían destruido y las bombas que habían ido a parar a blancos civiles, como aquella famosa fábrica de leche en polvo. Es decir, cuando armábamos las dos partes del rompecabezas coincidía, pero cada uno mostraba a la prensa lo que le interesaba.

En el caso particular de una guerra siempre se dice que la primera víctima es la verdad. Nunca se sabe, exactamente, lo que pasó ni lo que está pasando, sino lo que nos quieren hacer saber, nos quieren manipular y en ese sentido tenemos que ser sumamente respetuosos del televidente y cautelosos en explicar a la gente, bajo qué circunstancias nos ha llegado ese material.

CNN es una cadena mundial, pero también se la ve dentro de los Estados Unidos, ahí fue donde nació. El hecho de que nosotros tuviéramos a Peter Arnet, en Bagdag, y que mostráramos que el 15% de las bombas lanzadas habían alcanzado blancos civiles, causando daños y muertes, generó reacciones del público. Muchísima gente de los Estados Unidos nos decía que estábamos haciéndole el juego al enemigo y que mostrar esas imágenes era poco menos que ser antipatriota, porque los medios de comunicación estadounidenses mostraban la guerra de tal manera que fuera nosotros contra ellos, y mostrar lo que ellos tenían para contar era darle un protagonismo al enemigo que no le interesaba a buena parte del público norteamericano.

Como cadena internacional entendimos que nuestra tarea era sacarle una foto a la realidad, no es retocarla. Si la foto dice que el 85% de los bombardeos, en la guerra del Golfo, es acertado y el 15% no lo es, lo vamos a reportar le guste a quien le guste y moleste a quien moleste. Justamente esa es la responsabilidad que tenemos en el tema del balance editorial.

Existe un problema, que si bien no es una guerra, es un conflicto diplomático y político que existe entre los Estados Unidos y Cuba, países que no tienen relaciones y ahí existen dificultades de lograr ese balance editorial.

Por ejemplo, cuando en la Casa Blanca se hace un anuncio, crítica, comentario y evaluación de alguna decisión que tomó el gobierno cubano o alguna acusación contra Cuba, inmediatamente tratamos de llamar dentro de los Estados Unidos a la Sección de Intereses de Cuba. El 99% de las veces no tenemos suerte, por alguna razón, y por otra parte no existe respuesta oficial. Intentamos muchas veces llamar directamente al gobierno de La Habana y tampoco recibimos respuesta, entonces es difícil presentar un lado de la historia y no poder, en el mismo momento y en el mismo lugar, ofrecer la otra cara de la moneda, la otra versión.

Se puede deducir que detrás del balance editorial existe la ética como pilar fundamental en nuestra profesión del periodismo. Tenemos una enorme responsabilidad y el periodismo es arma impresionantemente poderosa que puede ayudar a la opinión pública a formarse, pero si la usamos mal, si la deformamos, manipulamos a la opinión pública por actuar, de una u otra manera, según nuestros intereses.

En ese sentido, hay que pensar que tenemos en nuestras manos la reputación de las personas. Hubo en los Estados Unidos, el caso de un político que había sido acusado de ciertas acciones incorrectas y durante semanas enteras la prensa lo castigó. Terminó el proceso en la justicia y el hombre fue encontrado inocente. No se le pudo probar ninguno de los cargos de los que se le acusó; el hombre, al salir de los juzgados dijo: “¿y ahora como voy a recuperar la reputación que perdí?”.

Este es un tema que debemos tener siempre presente. Si hacemos nuestro trabajo bien, si hacemos nuestra tarea como debe

ser hecha, debemos tener presente al informar, o eventualmente desinformar a la opinión pública, que podemos destrozar la reputación de gente que ha trabajado la vida entera para crearla, en desarrollarla y, de un plumazo, en un instante a través de un reportaje de televisión, en un artículo de prensa se la podemos destruir.

Insisto, lo más importante es ser justos, entender que en esta profesión no estamos para ser jueces, sino para recoger y lograr la información, para ofrecer la oportunidad a los protagonistas a que expongan sus puntos de vista y contrabalancearlos con criterios opuestos de quienes piensan diferente.

No tenemos de antemano el derecho, que eventualmente nos podemos auto otorgar para transformarnos en jueces y sugerir que la persona que estamos entrevistando o que estamos citando está bien o está mal, está en lo correcto o en lo incorrecto. El público tiene derecho a sacar sus propias conclusiones.

Apuntar a desarrollar una ética intachable es lo que nos permite circular a través de todas las ideologías, de todos los personajes, de todos los partidos políticos, de todos los países. Si puedo probar que, a través de mi trabajo, respeto las reglas del juego, toda persona tiene la puerta abierta para recibirnos y hablarnos, incluso va a estar más interesado que nunca en hablar con nosotros porque sabe que lo vamos a tratar con respeto y sin prejuicios.

Lógicamente, al hacer esta tarea a fondo y de esta forma, muchas veces no nos ven como amigos y logramos provocar escozor, ser urticantes en nuestras tareas. Es vital esa parte del trabajo, el sacar la foto a la realidad y no retocarla y a quién no le guste la foto es su problema. Nuestra meta es esa y además no debemos dejarnos presionar, no ser víctimas u objetos de esas manipulaciones para pintar, retocar esa foto de acuerdo con los intereses de las partes involucradas.

Ser éticos es buscar, permanentemente, ese balance editorial, esa responsabilidad que tenemos ante la opinión pública, ante la gente que nos ve, que nos escucha, que nos lee. El público espera eso de nosotros, que podamos presentarle la realidad de la manera más completa, con la mayor cantidad de facetas y de la manera más desinteresada.

En ese sentido, nuestra ética es la que puede llegar a ser el aporte más importante al desarrollo y al fortalecimiento de la democracia en nuestros países, porque es un elemento clave, es uno de los pilares de los valores morales que se debe dar una sociedad para poder crecer, construir y establecer cimientos para la construcción de otras metas.

Dentro de los retos que tenemos como cadena de televisión, en la cual efectuamos múltiples funciones, lo que en inglés lo llaman *breaken news* es decir que presentamos las noticias cuando están sucediendo, es una responsabilidad muy grande la que sentimos.

Antes de presentar imágenes en directo, primero tenemos que entender lo que está sucediendo, saber quiénes son los protagonistas, conocer qué es lo que está pasando y no está pasando, entender lo que sucede y, eventualmente, si podemos, lanzamos al aire primeros; pero lo que tratamos de obtener y digo tratamos, porque como todos los seres humanos nos equivocamos y, sobre todo, cuando uno tiene imágenes en vivo y los hechos suceden a gran velocidad, ni nosotros mismos tenemos tiempo para digerirlos, tenemos esa obligación, ese deber ético de primero entender cuál es la realidad y, en ese momento, presentársela a los televidentes, a los radioescuchas o a la prensa.

En ese sentido, a nivel internacional, nuestra responsabilidad más grande es no dejarnos tentar por la satisfacción inmediata de ser los primeros que ponemos al aire la toma del teatro en Moscú, en donde se está tratando de rescatar a los rehenes, sin saber qué

es lo que se está haciendo y, por supuesto, es una tarea sumamente difícil.

El hecho fundamental es el ejercicio permanente por ser éticos, de buscar permanentemente el equilibrio en cuanto a la presentación de la información, apuntar de alguna forma a eso como objetivo de nuestra carrera, de nuestro norte, de nuestra brújula, hacia donde orientar nuestra acción cuando nos toca enfrentarnos a una situación que no conocemos.

## **Foro**

**Pregunta.** *Soy Eliana Martínez, de la Universidad Técnica de Ambato, estudio la carrera de Comunicación Social. ¿Cómo manejó CNN la información en los atentados del 11 de septiembre?*

**Respuesta.** ¿Su consulta se refiere a los primeros minutos? ¿a la primera hora? ¿al primer mes? ¿o al primer año? El impacto del primer avión sobre la primera torre gemela causó gran confusión, nadie entendía lo que estaba sucediendo, se especulaba que pudo haber sido un accidente; cuando ocurre el segundo impacto, unos minutos después, cambia la versión de accidente y se empieza a digerir una realidad que, en ese momento no la entendíamos incluso, porque no existen antecedentes y no habíamos vivido en el mundo un evento de estas características.

Tuvimos que empezar a desplegar todas nuestras fuerzas en cada uno de los puntos donde hubo el atentado, básicamente Nueva York y Washington. Fue como si alguien nos empujara, como que nos caímos, como que nos tropezamos y empezamos a levantarnos, a tratar de entender qué es lo que había pasado, pero desde cero, sin ningún tipo de base de nada, empezar a reconstruir un hecho terminado a partir de sus resultados ¿qué pasó? ¿cómo pasó? ¿qué cantidad de gente murió? ¿quién podría estar detrás de eso?.

En ese sentido nos creó un enorme desafío, no solamente en esta cadena de televisión, porque nunca en el país se había vivido algo parecido, ni un atentado ni un ataque, dentro de su propio territorio, sino porque agarró a todo el país con la guardia baja.

*Soy Guillermo Vaninski, de Paraguay. ¿Cuándo se refiere a mostrar las dos caras de la realidad, se refiere en todos los casos, incluso en aquellos en los que una de las fuentes pueda estar promoviendo mensajes genocidas, xenófobos, o algún tipo de mensajes que vaya contra los derechos humanos elementales?*

El trabajo es sacar algo de la realidad. Cuando empiezo a analizar si el mensaje es de excitación a esto o a lo otro, estoy tomando una posición que no es la de un periodista, que es sacar una foto de la realidad. Empiezo, entonces, a transformarme en un sensor, me atribuyo una tarea que no está en la descripción de mi tarea de periodista como nosotros la concebimos, que es en nombre de no se quién, a nombre de lo que creo, emisión de noticias, de mi ciudad, de mi país, es decir, paso por mi filtro lo que considero que es malo, en ese aspecto decido yo, con atribución totalmente parcializada, ¿qué es lo que debe saber el público? ¿qué es lo que no debe saber? ¿por qué si no lo sabe yo entiendo que es mejor? y eso no es lo que nosotros entendemos que es la realidad.

Nuestro trabajo no es seleccionar lo que decimos o lo que dejamos de hacer, es mostrarle a la gente lo que existe, como es la realidad, independientemente de que, nos guste o no nos guste.

*¿Se debe hacer opinión en la presentación de una noticia?*

La filosofía de la empresa es, al presentar las noticias, no incluir opiniones, no agregar un aspecto editorial como empresa ni permitir que nuestro periodista o presentador haga comentarios de sus impresiones sobre los temas.

En ese sentido siempre tratamos de presentar ese balance. Si existen dos candidatos: Álvaro Noboa y Lucio Gutiérrez tenemos que darles a los dos iguales tiempos. Presentar la mayor cantidad de elementos de cada uno buscando ese equilibrio ideal. Cuando no lo logramos, por supuesto, que nos critican y nos dicen que estamos a favor de este o de aquel.

El objetivo es presentar al televidente, de la manera más equilibrada posible, las dos ideologías que están en juego, los dos candidatos o el número de candidatos que existan.

*Sobre sacar una foto de la realidad. Una foto es un instante ¿no crees que no ir al fondo de las cosas es parte de la desinformación? Por ejemplo un chico con hambre, hay hambre en Tucumán, pero eso es una historia y un porqué, y el porqué también es parte de la información, si solo se dice que hay hambre, eso no es información. ¿No es eso parte de la información?*

Tu pregunta ya tiene opinión y me estás dando parte de la respuesta. En nuestro caso particular tenemos en los 30 minutos que duran nuestros noticieros, 22 de noticiero o sea tenemos 22 minutos para decirle al televidente lo más relevante que ha pasado en el mundo, en ese día y a esa hora. Lógicamente han pasado muchas cosas e intentamos hacer el ejercicio de saber cuáles son y cuáles pueden afectar la vida de ese televidente.

En ese tiempo solamente podemos llevarle pinceladas muy gruesas, “darle un pantallazo”, lo más completo posible, hay hambre o hubo hambre, o murió este chico de hambre en tal parte. Lo que tú planteas es absolutamente válido, cierto y esencial.

Por las características particulares de la televisión, que es un medio dinámico, un medio audiovisual que lucha contra el tiempo, lo único que podemos -como gente que nos interesa el mundo,



como periodista que nos interesa saber otras cosas- es sugerir que la gente recurra a otros lugares en donde hay más espacio para encontrar la perspectiva.

Esa anécdota a la que tú te refieres, de ese chico que murió de hambre en Tucumán tú puedes entender ¿cuál es la historia del país? ¿cuál es la historia de los últimos acontecimientos? ¿qué es lo que hay detrás? ¿cuál es el futuro? ¿cuál es la tendencia? y ponerlo en contexto.

Lamentablemente, en los noticieros de televisión no lo podemos hacer por el tema del tiempo, por eso es que los medios son complementarios, mientras que la televisión y la radio permiten contar las cosas en titulares, en pinceladas muy gruesas, la prensa escrita permite la profundidad, el análisis y la perspectiva, todos esos elementos que las personas desean conocer.

*¿Cuál es su criterio sobre los informativos en los que el presentador emite su opinión sobre un tema específico?*

Cuando una persona se sienta delante de un televisor y pretende ver 30 minutos de noticias, lo que quiere ver son noticias. Si en este segmento se encuentra con la opinión del presentador, lo estamos sorprendiendo en su buena fe, no le advertimos de antemano que ese espacio que viene, que se llama noticiero informativo, contiene opinión.

El televidente tiene el derecho a decidir cuándo quiere recibir opinión y cuándo no. Si prende el televisor, y durante el primero y segundo reportajes, o a los quince primeros segundos, lo que muchas veces pasa en América Latina, se encuentra con que el presentador le cuenta si es bueno o es malo, ese no es el rol que supuestamente debería esperarse de un comunicador, que lo que presenta son noticias.

Eso no quita que respetamos que la gente tenga opinión pero esa opinión se debería dar en un programa de opinión, en donde el televidente sabe de antemano lo que va a ver. A partir del momento en que nos sintoniza, es opinión y que cuando un presentador empieza a dar sus puntos de vista no sabemos quién es, si tiene una agenda política, una agenda personal, religiosa o de qué tipo, está de alguna forma manipulando al público, bien o mal pero lo está haciendo y es un derecho que el televidente tiene, de tal manera que lo toma o lo deja, pero que conozca de antemano que va a venir una opinión.

*Soy Maricarmen Bravo, de Perú. ¿De qué manera influyen los poderes económicos en las líneas editoriales de los medios de comunicación, en este caso de CNN?*

En los Estados Unidos no tenemos ningún tipo de poder, no podemos decir que alguien nos impone, nos presiona en una línea, en un comentario o que quiera controlar lo que decimos o dejamos de decir. Es una cosa muy difícil de entender porque uno es latinoamericano, vive en Latinoamérica o trabaja allí.

Por ejemplo, el director o el presidente de una cadena de televisión, sea cual sea, le propone ese trabajo a una persona que tiene una carrera de muchos años y que ha hecho -de su credibilidad y de su ética una incuestionable e intachable práctica del periodismo- el valor, el sueldo que le ofrecen y el prestigio funcionan sobre eso. Esa persona jamás aceptaría trabajar en un medio donde alguien le diga, por la presión de este factor económico o político, que no se puede decir más. Esas personas jamás aceptarían dirigir las grandes estaciones noticiosas, si de alguna forma existe esa sugerencia. En CNN y también en las otras cadenas no existe influencia económica en la decisión de esa línea editorial.

*¿CNN se autocensura? ¿cuándo lo hace, en qué casos?*

Me pongo a pensar en la CNN que hago todos los días. La idea es completamente ajena, llegamos y eso es una rutina, servicios cablegráficos, servicio de vídeo y empezamos a ver lo que nos llega, el material, pero si tu me dices, a ver paramos, ¿autocensuramos? se escapa a la realidad ¡esos casos no existen!

*¿Por ser democráticos y pluralistas se ven asfixiados por la falta de inversión? Ser democráticos conlleva riesgos y costos y, segundo ¿cuál sería tu opinión en torno a comunicadores, sobre todo a nivel centroamericano?*

Me gustó mucho un refrán que me decía una amiga francesa: “cada uno de nosotros dormimos en la cama que nos tendemos”. Yo creo que tiene mucho que ver con este tema.

Es decir, como grupo humano si el deber de un medio de comunicación es ser el espejo de los intereses de la opinión pública, de la mayoría de la gente y, si de alguna forma los intereses económicos aprietan las clavijas para que determinada información salga o no salga y nosotros lo permitimos; los culpables de todo somos nosotros. Culpables al no denunciar, no participar, no tratar de cambiar la realidad. Si no lo hacemos nosotros, no va a venir nadie a tratar de hacerlo.

En ese sentido creo que como ciudadanos, como pueblos, tenemos una responsabilidad que es la de construir medios que sean un reflejo fiel de lo que son los intereses de nuestras sociedades. De alguna forma, si vemos o entendemos que eso no es así, tenemos que hacer algo.

Cada país, cada lugar y cada situación tienen que decirlo por sí mismos para dar ese paso hacia adelante. Justamente la libertad de prensa es la base fundamental de la democracia y si no lo

podemos lograrlo, tenemos un problema serio y mucho más si no hacemos nada para cambiarlo;

Vamos a llegar al 2020 y vamos a seguir durmiendo en la cama que nos tendemos.

*Usted plantea como retos entender ¿qué está sucediendo? ¿quiénes son los protagonistas? para dar a conocer la historia. Quiero conocer su posición y evaluación respecto al trabajo periodístico en América Latina. Muchos medios y aquellos que trabajamos en comunidades rurales nos enfrentamos, con frecuencia, a las presiones económicas. Entonces ¿cómo considera que le estamos sacando la foto a esa realidad si la estamos maquillando y cuáles podrían ser las consecuencias en toda la región latinoamericana?*

Tú tendrías que responder esa pregunta. Tú estás allí y sabes cuánto maquillaje le pones a las fotos. ¡Yo no!

Creo que los periodistas latinoamericanos, en muchos casos, actúan bajo una presión muy fuerte. Ustedes mejor que nadie saben de donde viene la presión. Ese es un acto con tu propia conciencia, es un acto que tienes que resolver contigo mismo ¿hasta dónde puedes manejar la situación? ¿hasta dónde puedes contribuir como periodista a que esa foto sea lo más perfecta posible? ¿hasta dónde te sientes mal contigo mismo?

Si estás sacando una foto de un ángulo, como decía nuestro amigo argentino, puedes distorsionar y hacer lucir a algunos protagonistas mucho mejor de lo que son en la foto y a otros mucho peor de lo que son.