

Fotoperiodismo y “fake news”. Orígenes y tipos de manipulación de la imagen: el caso de la Agencia EFE

Daniel Caballo Méndez¹; Miguel Ángel de Santiago Mateos²

Recibido: 7 de marzo de 2022 / Aceptado: 18 de marzo

Resumen. La imagen como soporte visual de la mentira, en paralelo a su reconocida capacidad para constituirse como evidencia de lo real, ha tenido desde sus inicios una gran repercusión social. Este artículo pretende analizar el fenómeno de las “fake news” en el ejercicio del fotoperiodismo y, en concreto, en la fotografía en el ámbito de los medios de comunicación; muy especialmente en el contexto de las agencias de noticias. El objetivo del trabajo tiene dos vertientes: por un lado, establecer como aproximación las herramientas y recursos –teniendo en consideración su evolución– que se han empleado para construir imágenes falsas desde el mismo momento de la invención de la fotografía y, en segundo término, señalar una posible tipología de manipulación de la imagen según las características establecidas, como denominador común, de las situaciones más destacadas por los estudios de referencia en la investigación realizada en este ámbito. Criterios que serán aplicados al estudio de un caso concreto, el de la manipulación de la imagen en la española Agencia EFE. Trabajo que evidencia la escasa manipulación fotográfica (“fake news” fotográficas) en la institución estudiada, permite concluir la existencia de calidad en la información fotoperiodística de agencia y constata la repercusión social de los casos de manipulación analizados.

Palabras clave: Agencia EFE; fake news; fotografía; fotoperiodismo; manipulación de la imagen.

[en] Photojournalism and Fake News. Origins and types of image manipulation: the case of the Agencia EFE

Abstract. The image as a visual support of the lie, in parallel to its recognized capacity to constitute itself as evidence of the reality, has had a great social repercussion since its inception. This article aims to analyze the phenomenon of “fake news” in photojournalism and, specifically, in photography in the field of the mass media; very especially in the context of news agencies. The objective of the work has two aspects: on the one hand, to establish as an approximation, the tools and resources – taking into account their evolution – that have been used to construct false images from the moment of the invention of photography and, secondly, point out a possible typology of image manipulation according to the characteristics established, a common denominator, of the most prominent situations in the reference studies in the research carried out in this field. Criteria that will be applied to the study of a specific case, that of image manipulation in the Spanish Agency EFE. Work that shows the scarce photographic manipulation (photographic “fake news”) in the studied institution, allows to conclude the existence of quality in the agency’s photojournalistic information and confirms the social repercussion of the subjects of manipulation analyzed.

Keywords: Agencia EFE; fake news; photography; photojournalism; image manipulation.

Sumario. 1. Introducción. 1.1. “Fake news”, posverdad y fotoperiodismo. 1.2. La fotografía como sistema de representación de la realidad. 1.3. Antecedentes de la manipulación de la imagen en el fotoperiodismo. 2. Metodología y objetivos. 3. Análisis y resultados. 3.1. Fotoperiodismo de agencia: evidencia de la realidad vs. manipulación de la imagen. 3.2. Hacia una tipología de manipulación fotográfica. 3.3. Edición y manipulación en el proceso comunicativo. El caso de la Agencia EFE. 3.3.1. Entrevista de Franco y Hitler en Hendaya. 3.3.2. Caída de Carmen Romero ante Felipe González. 3.3.3. Manifestación en la plaza de Colón. 3.3.4 El falso Palacio de la Moneda de Chile. 3.3.5 Ángel Acebes y Mar Blanco. 3.3.6. Dinosaurios y una mala edición. 3.3.7. Identificación errónea de una persona. 3.3.8 Un perro policía pixelado. 3.4. Resultados. 4. Discusión y conclusiones. Notas. Referencias.

Cómo citar: Caballo Méndez, D.; De Santiago Mateos, M. Á. (2021). Fotoperiodismo y “fake news”. Orígenes y tipos de manipulación de la imagen: el caso de la Agencia EFE. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 32, e80836. [http://dx.doi.org/10.5209/cdmu.80836](https://dx.doi.org/10.5209/cdmu.80836)

¹ Profesor Adjunto de Fundamentos de Fotografía y Estética del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad CEU San Pablo de Madrid (España) (dancab.fhum@ceu.es) (<https://orcid.org/0000-0002-2479-0188>) y redactor jefe de Fotografía de la Agencia EFE.

² Profesor Titular de Fundamentos de Fotografía y Estética del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad CEU San Pablo de Madrid (España) (masanti@ceu.es) (<https://orcid.org/0000-0002-5594-3933>)

1. Introducción

1.1. “Fake news”, posverdad y fotoperiodismo

En un primer momento, en mayor o menor medida y como ejercicio de aproximación, debemos señalar a la verdad como víctima del proceso comunicativo actual. En este aspecto, se puede indicar, como un ejemplo y dato objetivo, el inusitado protagonismo adquirido por el término posverdad en los últimos tiempos. Neologismo que estableció como palabra del año en 2016 el Diccionario de Oxford y que implica la utilización de un prefijo que va más allá del sentido literal de «detrás de» o «después de». De hecho, de un modo u otro, la utilización del citado prefijo «post» implica cierta catarsis del concepto al que precede, no exenta de alguna dosis de incertidumbre futura. No en vano, algunos autores que estudian el fotoperiodismo (Doménech-Fabregat, 2013: 112) se suman a esta tendencia y apuntan la existencia de un «postfotoperiodismo» actual en constante cambio y muy condicionado por el desarrollo digital. En la línea de lo apuntado no hay que olvidar que, en la siguiente ocasión, el propio Diccionario de Oxford estableció el término “fake news” como palabra del año en 2017 y ha sido estudiado como fenómeno social por autores como Blanco-Alfonso et. al. (2019).

En el mismo sentido del obligado paralelismo como el realizado con la primera idea abordada, debemos asociar el citado concepto de noticias falsas –popularizado en español como extranjerismo– con la fotografía. En este orden de cosas, valorando la intencionalidad que implica la falsificación de una noticia que está obligada a un vínculo honesto con la realidad, encontramos la asociación en la denominación de manipulación fotográfica (Caballo-Méndez, 2005) y en un sentido más amplio, y asociado incluso al proceso mismo de captación de la imagen, en la presentación de una imagen fotográfica como una realidad fragmentada (Rodríguez-Merchán, 2004) o, incluso, en la posible manipulación de la imagen unida al propio proceso de toma fotográfica (De Pablos-Coello, 2006). Incidiendo Rodríguez Merchán en las fortalezas y limitaciones del medio fotográfico asociado al proceso informativo, y De Pablos apuntando al uso de angulares o técnicas narrativas visuales más alejadas de la visión humana de la realidad con el alejamiento de planteamientos éticos.

En el presente trabajo, también hay que considerar la obligada contextualización realizada en torno al ejercicio del fotoperiodismo –ineludiblemente asociado a la comunicación de la verdad– dentro del proceso informativo propio de los medios de comunicación y, en un sentido más concreto y como institución de primer acceso a los hechos, inherente a las agencias de noticias. Otro motivo de análisis, no constituido como presente objeto de estudio, sería el peligro apuntado por autores como Elpidio del Campo o Leónidas Ernesto Spinelli en relación a la evidencia de la posibilidad de que cualquier ciudadano pueda registrar la realidad (Del Campo-Cañizares & Spinelli-Capel, 2017: 28). Centrándonos así por tanto en un (foto)periodismo profesional –especial-

mente el de agencia– y, en principio y por este mismo motivo, con más posibilidades de ofrecer mayor calidad.

1.2. La fotografía como sistema de representación de la realidad

Con la misma aparición de lo que Gerardo F. Kurt denomina como «descubrimiento-invencción» de la fotografía (Kurtz, 2001: 81), este autor destaca el fenómeno natural existente por un lado y, en segundo lugar, la intervención del hombre como desencadenante. Y es en ese mismo proceso natural –el que da lugar a la formación de la imagen en la cámara oscura– de donde parte el vínculo ineludible entre fotografía y realidad. Con sus ventajas y limitaciones, pero que sin duda convierte al medio fotográfico en fuente primaria de los acontecimientos que comunica puesto que, como si de un espejo con memoria se tratara, la imagen que construye se ve obligada a estar siempre presente frente al instante que registra. Levanta, por tanto y desde su propia esencia, una especie de acta notarial visual de la historia de la humanidad; tanto de los grandes acontecimientos como de los hechos más cotidianos.

A partir de lo señalado, se puede destacar que la capacidad informativa ha estado siempre presente en la fotografía desde el mismo momento de su invención. De hecho, podemos afirmar que términos asociados como «fotografía informativa» –presente, por ejemplo, incluso como asignatura en varios planes de estudio de facultades de comunicación como el actual de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid¹– se acercan a una tautología. En este proceso de comunicar con acento en la vertiente informativa, a pesar de las limitaciones como la citada fragmentación de lo representado, no podemos obviar las grandes oportunidades que ofrece la fotografía en el extremo opuesto. Gracias a la posibilidad de poseer un instante hoy y siempre o, entre otras ventajas, también por el hecho de poder superar a la percepción humana en algunos aspectos. Michael Langford, en este sentido, destacaba ya en su clásico y conocido manual técnico el hecho de que la cámara nos permita «ver acontecimientos demasiado rápidos como para impresionar a la retina. O demasiado lentos para como para captar su continuidad» (Langford, 1992: 10). E incidía en ejemplos concretos como la posibilidad que nos ofrece la fotografía para apreciar con detalle el ala de un insecto o acelerar el crecimiento de una flor.

En cualquier caso, para ese binomio de fotografía y realidad ha resultado determinante la llegada del mundo digital. El colodión húmedo fue en la era analógica la técnica fotográfica que hizo posible la instantaneidad y la aparición y desarrollo del reportaje fotográfico a mediados del siglo XIX (Newhall, 1983: 13), Kodak hizo posible la fotografía popular a finales del mismo siglo («Usted aprieta el botón y Kodak hace lo demás») y la cámara Leica (Freund, 1993: 109) durante gran parte del siglo XX se constituyó como el alma del fotoperiodismo. Pero en lo que respecta al mundo digital, la facilidad de la toma fotográfica –junto a su sencilla e intuitiva transmisión y visualización– ha hecho que podamos hablar de cierta ubicuidad de la imagen fotográfica.

fica en nuestra sociedad de hoy. Concepto que hay que, necesariamente, unir al acceso social global a la toma fotográfica, digital por supuesto –tanto en cámaras réflex, mirrorless o móviles–, y también al acceso global a su posterior edición o posproducción, de nuevo digital. Proceso realizado tanto de un modo rápido desde los propios sistemas operativos o programas rápidos y sencillos (Photoshop Express o el propio sistema operativo de un móvil), como de un modo más reposado en el software clásico de tratamiento digital de la fotografía, Adobe Photoshop, o alternativas similares.

Un paso más, desde un concepto más amplio, lo encontramos en los que algunos autores han denominado como «transmedialidad» e incluso han desarrollado más allá de este contenido (López-Hidalgo, 2016) o, del mismo modo, también en el microrrelato (Arias-Urrutia & De Santiago Mateos, 2021). Pero hay que decir que dichas vertientes superarían hasta la propia concepción de la toma de imagen fija dentro del proceso comunicativo informativo que estamos estudiando, también el de agencia, y nos llevarían a otros escenarios.

1.3. Antecedentes de la manipulación de la imagen en el fotoperiodismo

Cuando en 1826, Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) logra fijar sobre una placa de cobre la vista que se aprecia desde la ventana de su casa de Gras, un pequeño barrio de Saint-Loup-de-Varennes (Francia), estaba obteniendo la primera fotografía del mundo (Sougez: 1991, 37). Una heliografía –así se denominó entonces– que requirió de ocho horas de exposición y que, desde esa primera imagen y por un proceso complejo, ya anticipaba la posible influencia de la toma y el proceso de revelado o posproducción en la manipulación. A fin de cuentas, el proceso de toma y edición puede alejar o acercar a una fotografía de la realidad que representa.

No obstante, y más allá de cualquier indicio o posible antecedente, no hay que esperar mucho desde su invención para señalar una manipulación fotográfica alejada de cualquier duda. El cuadro ejecutado entre 1843 y 1866, a partir de retratos fotográficos por David Octavius Hill, es el primer fotomontaje conocido de la historia, según señala la historiadora Freund (1993, 47). El fotomontaje, tal y como menciona Tausk (1978, 88) estableciendo una tipología, se podía obtener a través de tres métodos: 1. Técnica de collage con ayuda de tijeras y pegamento: el empleado por Hill para la realización de su cuadro; 2. Impresionar repetidas veces un mismo negativo; 3. Montaje de dos o más negativos durante el proceso de ampliación, que eran copiados sucesivamente en el mismo papel.

En 1857, el pintor sueco Oscar G. Rejlander, según cita Brisset (1997, 50) integró también varias imágenes fotográficas con su barroca alegoría «Las dos sendas de la vida». Empleó treinta negativos acoplados disimulando el artificio para imitar una pintura académica. Años más tarde, en 1864, encontramos en España un fotomontaje anónimo, titulado *Carte de visite*, conservado en el archivo gráfico José Hugué de Valencia, y con el cual ilustran la portada las autoras del Diccionario de historia de la

fotografía, Marie-Loup Sougez y Helena Pérez Gallardo (Sougez & Pérez-Gallardo, 2000).

En cuanto a la intención de estas creaciones fotográficas, Brisset (1997, 52) señala otra finalidad del fotomontaje, el ideológico. Considera como precursor en su empleo al inglés Frank Hurley en 1917-18, con sus impactantes imágenes de la guerra de trincheras. Una de sus fotos, «Sobre la cima», se convirtió en imagen arquetípica de la I Guerra Mundial, siendo de hecho una composición múltiple a partir de doce negativos diferentes. A partir de esta guerra surgen innovadoras teorías y prácticas artísticas. Por un lado, el fotoperiodismo como imágenes al servicio de la información, y por otro el constructivismo, con preocupación por la composición formal de la imagen. En España, varios autores emplearon el fotomontaje desde una posición crítica hacia el franquismo, como Jorge Rueda, Enrique Brisset o Joan Fontcuberta, algo más formalista. A partir de 1970, los publicitarios se apropiaron de esta técnica de expresión para hacer más llamativos los anuncios. También se empleará habitualmente para la realización de cubiertas de libros con un fin artístico.

En lo que se refiere a las técnicas empleadas, se van desarrollando según las necesidades sociales de la época. A mediados del siglo XIX nace la técnica del retoque, capaz de eliminar de su imagen todos los detalles molestos que la simple pose no lograba disimular, como eran las pecas, las arrugas, etc. El retoque del negativo fue un invento del fotógrafo muniqués Hampfständl. En la Exposición de 1855, en Francia, se exhibieron por primera vez este tipo de técnica. Esto supuso el principio del uso desmedido de la manipulación, pues su empleo abusivo eliminaba todas las cualidades características de una reproducción fiel, despojando a la fotografía de su valor esencial referido a su vertiente documental, como recoge en su obra Freund (1993, 63). Para esta historiadora, la fotografía cobra importancia política cuando llega a todas las clases sociales: «La fotografía se ha convertido para la sociedad en un instrumento de primer orden». E incide en que si se quiere ridiculizar a un personaje político, basta con publicar fotos suyas que le desfavorezcan. El hombre más inteligente puede parecer idiota fotografiado con la boca abierta o guiñando un ojo. Un personaje puede resultar simpático, antipático o ridículo según sea el ángulo desde el que se le fotografíe. El uso de la imagen fotográfica llega a ser un problema ético desde el momento en que puede servir deliberadamente para falsificar los hechos (1993, 147). Y eso es lo que sucedió en la Rusia de Stalin, en nuestro país con el general Franco y otros líderes como Mao Tse-Toung, Dimitrov o Castro.

Finalmente, y según la finalidad de la imagen –informativa, artística, publicitaria, etc.– la manipulación de la imagen tendrá un recorrido distinto. En cualquier caso, y a partir de lo señalado y el objeto de la investigación, será en el ámbito de los medios de comunicación y en su vertiente documental donde tendrá un impacto social mayor.

2. Metodología y objetivos

El presente trabajo parte de la revisión de la literatura científica de referencia que pone en relación el fotepe-

riodismo y la manipulación fotográfica como ejemplo de “fake news”. Una aproximación analítica realizada, muy especialmente, en lo relativo al periodismo desarrollado desde las agencias de noticias. Los principales objetivos del presente trabajo han sido establecer unas características comunes, y una tipología, de los casos de manipulación de la imagen en el fotoperiodismo de agencia, así como demostrar la objetividad de las agencias y en general de los medios en el uso de las imágenes.

La metodología aplicada ha sido la del estudio del caso, lo que nos permite entender en profundidad lo abordado en la investigación (Creswell, 2007) y, del mismo modo, apreciar la evolución histórica de las noticias fotoperiodísticas falsas en el periodismo de agencia a partir del objeto de estudio seleccionado como caso: la Agencia EFE.

Asumimos, a partir de lo expuesto, que el método del estudio del caso tal y como indica Chetty (1996), y entre otras opciones ofrecidas desde el rigor, puede dar respuesta a cómo y por qué ocurren determinados fenómenos; permite estudiar un tema concreto; hace posible estudiar un fenómeno desde distintas perspectivas; ofrece la oportunidad de obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno y es perfecto para aplicar el estudio en temas con teorías existentes inadecuadas. En el mismo sentido, y como señala Martínez Carazo (2006), señalamos su valor como herramienta de investigación, con la fortaleza de considerar la conducta de las personas involucradas y la posibilidad de obtener datos de una gran variedad de fuentes. Perspectivas que, en nuestra opinión, se adaptan al objeto de nuestra investigación.

Se ha acotado el objeto de estudio en el contexto español periodístico, en concreto en la Agencia EFE –la primera agencia de noticias en español y la cuarta del mundo– y en su actividad fotoperiodística, que ha producido como resultado directo de su actividad diaria el importante Archivo Gráfico de la Agencia EFE: «El archivo gráfico de EFE –explica su web– almacena un total de 15 millones de imágenes, de las cuales 12 son documentos en placas de cristal, negativos y diapositivas. Otros 3 millones de fotos están ya en soporte digital e integran la fototeca, accesible desde internet y puerta de entrada a una de las más grandes colecciones de fotoperiodismo del mundo. Un material que se enriquece con más de mil quinientas fotos diarias».²

El estudio se ha centrado en el análisis concreto y pormenorizado de todos los casos de manipulación fotográfica registrados en la agencia EFE, desde su creación (1939) hasta la actualidad. Circunstancia que ofrece la posibilidad de un estudio exhaustivo en el ámbito abordado. Además, permite aplicar distintos puntos de vista ofrecidos por la metodología utilizada sobre estos casos producidos como resultado de las “fake news” fotoperiodísticas. Finalmente, el hecho de que uno de los autores sea redactor jefe de Fotografía de la Agencia EFE ofrece la oportunidad, y en la línea de lo que indica Fernández Droguett (2009), de aportar la observación endógena –en algunas de las dimensiones que apunta la autora– como construcción analítica del presente trabajo que, por razones evidentes, permite una perspectiva de estudio singular.

3. Análisis y resultados

3.1. Fotoperiodismo de agencia: evidencia de la realidad vs. manipulación de la imagen

Ya hemos señalado el valor informativo de la imagen como fuente primaria por el hecho de que la imagen se forme de manera natural en la cámara fotográfica. Y, a partir de esta circunstancia, la característica permanente de que la cámara –y su portador– tenga que situarse frente al hecho que decide inmortalizar. Constituirse como fuente primaria, en términos generales dentro del periodismo, ha supuesto siempre un aval en torno a la fiabilidad de la información que se presenta y, por tanto, ese valor añadido será inherente al medio fotográfico por su manera de representar la realidad. En palabras de Susan Sontag: «Las fotografías suministran evidencia. Algo que conocemos de oídas, pero de lo cual dudamos parece irrefutable cuando nos lo muestran en una fotografía» (Sontag, 1982: 15).

En el sentido de lo indicado, el periodismo de agencia siempre ha tenido un mayor halo de profesionalidad precisamente por constituirse en fuente primaria. Sus integrantes tienen acceso directo a hecho noticioso, mientras que los abonados a su servicio accedían en muchos de los casos solo a lo que les ofrecían los teletipos y después a sus equivalentes técnicos posteriores. Por tanto, y añadiendo este concepto, en el fotoperiodismo de agencia sumamos un doble valor de evidencia de la realidad a través de sus imágenes fotográficas: el ofrecido por ser desarrollado dentro de la agencia de noticias y el que otorga el medio fotográfico. En esta línea, cabe señalar los cuatro premios Pulitzer del fotoperiodismo español con el conseguido por Emilio Morenatti en el año 2021, ya que hay que sumar los obtenidos por Susana Vera (2020), Manu Brabo (2013) y Javier Bauluz (1995) que, en el caso de Morenatti, su premiado trabajo para la agencia de noticias estadounidense Associated Press (AP) es un ejemplo de ese modo de ofrecer la fotografía como testigo directo y evidencia de la realidad; en este caso con una serie de fotografías –conmovedoras e icónicas– realizadas a los mayores que sufrieron la pandemia de la COVID en España.

Pero precisamente, esta «superior credibilidad» que señala Antonio Alcoba (1988, 18-19), uno de los primeros estudiosos del fotoperiodismo, y que Freund (1993) desde el mismo título de una de sus obras –y desarrollado en sus páginas– pone el acento en lo documental («La fotografía como documento social»), es lo que aporta un mayor poder a la mentira y manipulación a la fotografía. Sin que, ni mucho menos, este hecho suponga una contradicción. Más bien lo contrario. El valor comunicativo de la imagen fotográfica, su poder como evidencia de lo real, es lo que otorga fuerza a la manipulación fotográfica. Y en ese sentido apuntan los títulos y el contenido de las obras de varios autores como, por ejemplo, «El beso de Judas. Fotografía y Verdad» (Fontcuberta, 1997) o «Fotografía sin verdad. El poder de la mentira» (Caballo-Ardila & Caballo-Méndez, 2011). Además, en el caso de la segunda obra supone una referencia ineludible en el análisis de la manipulación fotográfica por

ser pionera y una de las pocas que han tratado en profundidad, en al ámbito del fotoperiodismo, lo que hoy todos conocemos con carácter general como “fake news”.

3.2 Hacia una tipología de manipulación fotográfica

Si hay que abordar la manipulación de la imagen, es necesario tener en consideración la percepción visual de la fotografía en la línea, por ejemplo, de las leyes de la percepción establecidas por Katz (1967) y, de un modo u otro, considerar postulados de la teoría de la “Gestalt” abordados –además de por el citado autor– por Arnheim (1979) o Vilches (1983). Habrá que valorar, por tanto, que en la lectura de la imagen influye el entorno que rodea a los elementos visuales de una fotografía y la percepción de esquemas visuales se realiza a partir del modo más simple posible.

En este sentido contextual de la imagen, también tendrá influencia el texto; con especial protagonismo del pie de foto (Vilches, 1987: 77). Y, tanto en lo que respecta a la imagen como en la palabra, al menos desde el punto de vista del emisor, será fundamental la intención persuasiva que es tratada en profundidad por el mismo autor (Vilches, 1987: 111-167) desde la teoría de la imagen periodística.

Con el fin de partir de una tipología de análisis en el estudio abordado, además de la observación directa, hemos empleado los siguientes modelos de análisis de imágenes: los aplicados en la tesis doctoral «La manipulación fotográfica en la era digital» (Caballo-Méndez, 2005), fundamentados a partir del estudio tipológico que hace Valero-Sancho (2001: 131) de la infografía de prensa:

Tabla I. Tipología de manipulación fotográfica (Caballo, 2005)

1. Manipulación según el efecto en los receptores	2. Manipulación según las motivaciones del emisor	3. Manipulación según la técnica empleada
a. De mayor importancia: cambia por completo el significado y no es advertido o es difícilmente advertido por el lector (pueden ser casos b y c que cobran relevancia)	a. Ideológica: alineada, normalmente, con la línea editorial del medio. Posible afinidad con algún partido político.	a. Inserción o modificación: inclusión de nuevos elementos gráficos o modificación de los existentes.
b. De importancia media: realizadas artísticamente y advertidas por el lector. Publicadas en secciones informativas.	b. Económica: con frecuencia consisten en insertar o eliminar motivos publicitarios.	b. Eliminación: supresión de elementos o partes de una imagen en beneficio del medio o emisor.
c. De menor importancia: modificaciones leves del mensaje. Retoques de fondo, fotomontajes, modificación del encuadre con consecuencias en el mensaje, del pie de foto o firma, humorísticas...	c. Estética: manipulación para alinear a la fotografía con la dirección de arte del medio. Eliminación de fondos, modificación del color...	c. Sustitución: introducción en una fotografía de un nuevo elemento gráfico.
	d. Instrumental: supresión o eliminación de parte de la imagen eliminado su encuadre o composición original. Inversión del eje horizontal, cambio de encuadre horizontal a vertical con cambio significativo del mensaje...	d. Duplicación: clonación de ciertas partes de una fotografía, con el fin de repetir en una fotografía cualquier tipo de elemento ya existente en ella.
	e. Humorística: manipulación con finalidad satírica o cómica.	

Finalmente, y aunque no es objeto de estudio, no hay que olvidar el valor de la lectura de la imagen en su puesta en página según lo detallado por Küpfer (1991) que, a partir de sus estudios, señala que el lector accede a una información por la fotografía o el titular, que el lector se orienta con frecuencia con las fotografías de las informaciones y, del mismo modo, que en la lectura de una imagen –y como señala Erausquin (1995) a partir de las clásicas 5W– el fotoperiodismo sirve mejor para dar datos relativos al qué, al quién y al dónde y a los efectos de lo sucedido; y menos respecto al cómo, al cuándo y al porqué. Circunstancia que influirá, por tanto, de un modo determinante en la manipulación fotográfica.

3.3. Edición y manipulación en el proceso comunicativo. El caso de la Agencia EFE

Los Consejos de Redacción y los libros de estilo, además de la propia ley vigente en cada país, son los encar-

gados de velar por una publicación sin manipulaciones (Agencia EFE, La Vanguardia, El País, El Mundo, El Periódico, La Razón, ABC). Las dimensiones del periodismo de agencia, su historia o sus límites éticos y jurídicos son tratados en profundidad por Diego Caballo Ardila en su obra «Fotoperiodismo y Edición» (Caballo-Ardila, 2006). Exponemos a continuación, como superación de estos sistemas de autorregulación y por orden cronológico, todos los casos de manipulación fotográfica existentes en la agencia estatal española desde su creación hasta la actualidad.

3.3.1. Entrevista de Franco y Hitler en Hendaya

La fotografía en la que el dictador español Francisco Franco aparece junto a Adolf Hitler en la entrevista mantenida por ambos en Hendaya (Francia), el 23 de octubre de 1940, difundida por la Agencia EFE (Agencia EFE, 2002) muestra a ambos dictadores pasando revista

a las tropas que aparecen en la imagen y levantando el brazo como saludo; pero las figuras de Franco y Hitler fueron tomadas de otro acto anterior y pegadas sobre el original de Hendaya, probablemente para realzar su imagen. También son de pega los dos militares que aparecen detrás de Hitler. Es EFE quien publica la imagen de la mencionada entrevista sin señalar que se trata de una imagen manipulada.

Pocos años más tarde, el 17 de octubre de 2006, varios periódicos españoles señalaban la manipulación fotográfica de una foto histórica del archivo gráfico de EFE. Entre ellos, *El País* (2006) titulaba en su portada: «Un encuentro histórico y una foto trucada». Bajo un combo con dos fotografías (una original y otra trucada) señalaba en su portada que «Un encuentro histórico como el que Francisco Franco y Adolf Hitler mantuvieron en Hendaya, el 23 de octubre de 1940, no podía quedar oscurecido por la impericia del fotógrafo. Bastó un burdo trucaje para que el dictador español no apareciera junto al führer con los ojos cerrados y su brazo derecho

rígido». Y en la página 26 de ese mismo día daba más información a cuatro columnas bajo el titular «Las fotos trucadas de Franco y Hitler». Este periódico mostraba también las dos nuevas fotografías trucadas. El diario *El Mundo* (2006), de ese mismo día 17, titulaba en la página 16, sobre el mismo asunto, y también a cuatro columnas: «La fotografía de Franco y Hitler, trucada», y señalaba: «Fueron dos de las imágenes más difundidas durante la dictadura franquista: el encuentro de Franco con Hitler en la estación de tren de Hendaya (Francia). Ahora se ha sabido que esas imágenes tenían truco». Aclaraba también que «Además de los rebordes, consecuencia del pegado de las figuras, en dicha foto se puede apreciar que Franco llevaba en su uniforme la Medalla Militar española, en lugar de la Cruz del Águila alemana, que era la que de verdad lucía».

Estos dos medios de tirada nacional son un ejemplo de otros muchos que, en la misma fecha, incidían en la misma manipulación. Es el caso de *La Vanguardia*, el *ABC* o *20 minutos*.



Figura 1. La entrevista de Franco y Hitler en Hendaya

3.3.2. Caída de Carmen Romero ante Felipe González

Carmen Romero, esposa de Felipe González, durante una visita oficial a México en junio de 1983, resbaló en la escalinata del ministerio mexicano de Asuntos Exteriores, donde acababan de asistir a una recepción ofrecida en su honor por el presidente de México por aquellas fechas, Miguel de la Madrid. En la foto original, captada por un reportero gráfico de la agencia estadounidense United Press International (UPI), cuyo servicio distribuía EFE en España en aquella época, aparecen Carmen Romero ya en el suelo, ante Felipe González y el resto de personalidades que figuran en la imagen. La foto distribuida por EFE a sus abonados fue muy distinta: sólo aparecían, en primer plano, la cabeza de Carmen Romero y Felipe González, con cierto gesto de preocupación, junto a ella.

El día 7 de junio de 1983, *El País* hacía el siguiente comentario, que titulaba «EFE retuvo y manipuló una fotografía de la mujer de Felipe González», «La fotografía que muestra una caída accidental sufrida en México por la esposa del presidente del Gobierno, Carmen Romero, al pisarse un vestido de noche, fue retenida durante el día de ayer por la agencia estatal EFE (...) EFE decidió en principio no distribuir la foto a sus abonados en España y amenazó a la agencia norteamericana UPI con duras medidas de represalias si vendía la foto al diario *El País* —EFE tenía el contrato del monopolio de distribución de exclusivas en España del servicio gráfico de UPI y de Associated Press (AP) (...) Un portavoz de UPI en México confirmó a este periódico las amenazas de un responsable de EFE si la fotografía era distribuida en España. Las presiones para impedir su publicación fueron reiteradas en Madrid a UPI».



Figura 2. Una caída de Carmen Romero manipulada por Efe

3.3.3. Manifestación en la plaza de Colón

El 14 de julio de 1997 EFE transmitió a su red de abonados una fotografía tomada por Óscar Moreno en la que se podía contemplar el aspecto de la manifestación convocada en Madrid bajo el lema «Por la paz, la unidad y la libertad». La imagen mostraba la plaza de Colón repleta de gente, y en medio, una farola que partía en dos la fotografía. La primera imagen que transmitió EFE incluía la farola intacta. La misma imagen fue transmitida por segunda vez ese día, en esta ocasión sin la farola que «rompía» su armonía. Al día siguiente, el diario El País publicó la imagen manipulada sin haberlo advertido o ignorando la trampa.

En este caso ningún responsable del departamento gráfico de EFE ordenó que se eliminara la farola ni tampoco se percató de ello. Fue tiempo después cuando un operador de telefotografía (técnicos que manejan los equipos de transmisión y recepción) confesó que le había dado por «experimentar» por su cuenta para ver si era detectado. La confianza en el buen comportamiento de cualquier profesional contribuyó a que, afortunadamente para él, ya jubilado, no se descubriera, ya que de lo contrario se hubiera enfrentado a un grave problema laboral por su mala actuación profesional.



Figura 3. Foto manipulada y publicada en El País sin ser advertido por el periódico

3.3.4. El falso Palacio de la Moneda de Chile

El 5 de noviembre del 2003 se transmitió por error una fotografía del Palacio de la Moneda de Chile, identificada

como el Palacio de El Pardo de Madrid. Este error en el pie de foto y la falta de comprobación o edición hizo que El Mundo, La Vanguardia o La Razón, anunciaran la boda del príncipe Felipe y Letizia Ortiz con una imagen errónea.



Figura 4. El falso Palacio de la Moneda de Chile

3.3.5. Ángel Acebes y Mar Blanco

El día 8 de abril de 2006 la agencia EFE distribuyó a sus abonados una fotografía de Ángel Acebes en Ávila junto a María del Mar Blanco, hermana del concejal del Partido Popular asesinado por la banda terrorista ETA. «Al día siguiente, Raúl Sánchez Quiles, periodista y aficionado a la fotografía, telefonó desde Canarias para mostrar su convencimiento de que la imagen había sido trucada», según publicaba Sebastián Serrano, Defensor del Lector del diario El País (domingo, 16 de abril de 2006). El lector Raúl Sánchez Quiles –dice Serrano– vio en esa foto «la larga mano del Photoshop» (...) para lograr que los dos protagonistas del acto de Ávila coincidieran. «Alguien cortó y pegó a Acebes en el lugar donde, por oportunidad informativa, debía estar». Según el lector, varios detalles delatán el truco: el rastro de puntos blancos que siluetea el rostro y la chaqueta del entonces secretario general del PP, la forma irregular del cristal de las gafas, el cabello de bordes uniformes del exministro que contrasta con los bordes difusos del de Blanco y, sobre todo, la desproporción entre las cabezas de los dos hombres. «La oreja del que aparece de espaldas es más grande que la de Acebes, algo imposible en condiciones normales, salvo que fuera un gigante. El autor del truco se olvidó de la perspectiva, que hace que las cosas se vean más pequeñas cuanto

más lejos estén», precisaba el lector. La autora de la fotografía y colaboradora de EFE, manifestó que fue ella quien alteró la imagen y reconoció su error y su pesar. Afirmó que en ningún momento tuvo voluntad de realizar un montaje, puesto que no juntó fotografías distintas, sino que, para que la fotografía quedara mejor, suprimió a una persona que llamaba mucho la atención en la imagen y que era ajena a la información. La dirección de EFE manifestó que en cuanto se conoció que la fotografía estaba alterada se transmitió la original y se advirtió del hecho a los abonados. El director de Información de EFE, entonces Nemesio Rodríguez, según publicaba El País, pidió excusas por la distribución de una imagen trucada: «Lamentamos profundamente lo que ha ocurrido. Nunca nos había pasado algo parecido. Si nos caracterizamos por algo es por la precisión en las informaciones, porque en ello nos va la credibilidad». El defensor del lector recordaba en su sección que el artículo 1.38 del Libro de estilo de El País (2013) es muy estricto: «Está prohibida toda manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica (edición periodística, eliminación de defectos de revelado o de transmisión o esté destinada a preservar la identidad de menores o personas expresa o potencialmente amenazadas). Ni siquiera se podrá invertir una imagen con el propósito de que la cara de la persona fotografiada dirija su vista a la información a la que acompaña».



Figura 5. Ángel Acebes y Mar Blanco

El Consejo de Redacción de la agencia EFE emitió un comunicado en el que aclaraba que la alteración de la fotografía fue realizada por su autora, una colaboradora de EFE que en ocasiones sustituye al corresponsal gráfico de Ávila. La fotografía fue remitida al departamento de Gráfica, en donde no se observó nada de particular, y fue distribuida a los abonados.

3.3.6. Dinosaurios y una mala edición

El 31 de diciembre del 2013 se reciben en EFE, por correo electrónico, unas fotografías cedidas por el investigador Ignacio Díaz. En ellas se le podía observar mirando y analizando huellas de dinosaurios. Al no observarse

ningún tipo de manipulación las fotos se transmitieron al servicio nacional. Y, al hacerlo al servicio a través de EPA (European PressPhoto Agency), consorcio de agencias europeas al que EFE pertenece, fue un editor en Fráncfort el que sí observó que las huellas tenían unas marcas en los bordes que inducían a la manipulación. Tras contactar con el investigador este reconoció el empleo del lazo poligonal del programa Adobe Photoshop para seleccionar las huellas en las rocas y oscurecerlas para que se observasen mejor. Al dejar el radio de desvanecer o calado en valor 0, los bordes de esa selección eran muy definidos y alertaban de ese mal retoque. Las fotos se retiraron del servicio de inmediato, siendo sustituidas por las originales sin retocar.



Figura 6. Huella de dinosaurio manipulada

3.3.7 Identificación errónea de una persona

El 17 de marzo del 2010 se distribuyó la foto de una persona a la que se identificaba erróneamente como el presunto terrorista Joseba Fernández Aspurz, detenido en Francia tras un tiroteo con la policía de ese país. La imagen, seleccionada del archivo gráfico por un periodista pocos momentos después de conocerse el tiroteo, y difundida a todos sus abonados, correspondía realmente a Joseba Fernández González, fotografiado en un acto público promovido por Elkari el 27 de febrero del 2002.

Una hora después de la difusión de la foto, y una vez constatado el error, EFE anuló a todos los efectos la foto-

grafía a través de un aviso, pasado a todos sus clientes del servicio gráfico, en el que explicaba la equivocación en la identificación y lamentaba «el error cometido y el perjuicio que haya podido causar por esta identificación errónea», aviso que se repitió en dos ocasiones más, además de contactar con algunos medios que mantenían la imagen en sus formatos digitales, para advertirles de la equivocación. Las prisas y la falta de comprobación milimétrica antes de distribuir una imagen, unido a la rapidez de universalización de las noticias e imágenes y su permanencia en la red, puede conducir a situaciones como esta, donde un ciudadano se ha visto como sospechoso por el «flagrante delito» de la coincidencia de nombre y primer apellido con un presunto asesino etarra.

The image shows a screenshot of a notice from EFE Gráfica. At the top left is the logo 'EFE: grafica'. To the right is a small thumbnail image of a person's face. Below the logo, the text reads: 'ATENCIÓN ABONADOS: Rogamos anulen a todos los efectos la fotografía MD156 por un error en la identificación. Disculpen las molestias.' To the right of this text is a larger, slightly blurred image of the same person's face, with a red 'X' mark over it.

Figura 7. Identificación errónea

3.3.8 Un perro policía pixelado

El 28 de junio del 2017 se transmitió por error una fotografía en la que aparece una mujer policía con la cara pixelada (debido al pacto tácito entre la prensa y los cuerpos y fuerzas y seguridad del Estado de salvaguardar su identidad), y también, curiosamente, la del perro policía que le acompaña tras inspeccionar

una entrada al metro de Chueca. De la misma forma que en el caso comentado anteriormente de la farola suprimida de una imagen, un operador de telefotografía fue el encargado de la nefasta edición, realizada en clave de humor. Un error en la comunicación con la redacción provocó que la fotografía se transmitiese a los abonados, provocando toda clase de mensajes de estupefacción y mofa.



Figura 8. El perro policía pixelado

Los ocho casos expuestos y analizados en la presente investigación constituyen el cien por cien de las manipulaciones gráficas existentes en la Agencia EFE. Una de ellas practicada en un régimen dictatorial y el resto en un régimen democrático. De ellas, dos son distorsiones provocadas por el pie de foto, una manipulación técnica analógica, y el resto ediciones con programas de tratamiento digital.

3.4. Resultados

Finalmente, el análisis de los resultados nos permite catalogar la tipología de las manipulaciones fotográficas detectadas en la Agencia EFE con los siguientes datos:

Tabla II. Resultados de la manipulación fotográfica en los casos de la Agencia EFE según la tipología estudiada (tabla 1)

1. Hitler y Franco	1a	2a	3a
2. Caída Carmen Romero	1a (origen 1c)	2a	3b
3. Manifestación Colón	1c	2c	3b
4. Palacio de la Moneda de Chile	1c	Error	Error
5. Ángel Acebes y Mar Blanco	1c	2c	3c
6. Huella de dinosaurio	1b	2c	3a
7. Identificación errónea	1a (origen 1c)	Error	Error
8. Perro policía pixelado	1a (origen 1c)	2c	3a

El análisis de la información obtenida nos permite señalar las siguientes informaciones respecto a la manipulación fotográfica:

- a) Según el efecto en los receptores: el 75 % de los casos de manipulación responden a la variable 1c, es decir, a una modificación leve que responde a un fotomontaje, retoque... No obstante, tres de estos casos pasarán a constituirse como variable 1a y, finalmente, el 50 % de los
- b) Según las motivaciones del emisor: el 25 % de los casos responden a la variable 2a evidenciando una carga ideológica. El mayor porcentaje, el 50 %, se debe a una cuestión estética vinculada a los criterios del medio. Cabe destacar que el 25 % restante se debe a un error y, por tanto,

casos responderán a la variable 1a. Es decir, la mitad de los casos responderá a una manipulación de mayor importancia que cambiará por completo el significado de la imagen.

- no se puede atribuir a ninguna motivación del emisor.
- c) Según la técnica empleada: el 25 % de los casos se debe a un error en los pies de foto y, por tanto, no se pueden atribuir a ninguna técnica o intencionalidad. El resto de los casos se ajustan a dos variables, la 3a con un 37,5 % y la 3b con otro 37,5 %. Es decir, se deben a la inserción o manipulación de los elementos o a la supresión de elementos o partes de una imagen.

4. Discusión y conclusiones

El reducido número de casos –un total de ocho– de manipulación fotográfica, detectados en el ejercicio profesional del fotoperiodismo de la Agencia EFE desde su creación (1939), pone de manifiesto la calidad vinculada a la profesionalidad en este desempeño concreto del ámbito de la comunicación: el desarrollado en una agencia de noticias. Queda demostrado que la objetividad y los protocolos referidos a la transparencia y calidad se cumplen en su ejercicio, y el autocontrol se presenta como la herramienta más eficaz.

Con mayor motivo si lo contrastamos con los millones de imágenes producidas por esta institución a lo largo de su historia y que, tras dar testimonio de la actualidad de cada día, pasan a formar parte de su archivo fotográfico al dejar de ser noticia.

La revisión de la literatura científica, y su aplicación al objeto de estudio, nos ha permitido aproximarnos a una tipología de la manipulación fotográfica y tener una perspectiva de su desarrollo en el periodismo de agencia. Como se ha señalado, según el efecto provocado en los receptores, considerando las motivaciones del emisor y analizando la técnica empleada. A partir del estudio realizado, podemos señalar el predominio de la manipulación técnica –tanto analógica como digital– frente a la manipulación textual, principalmente referida al pie de foto, y la evidente existencia de motivaciones del emisor con fines persuasivos y con gran importancia y repercusión.

La acreditada capacidad para transmitir de manera fidedigna la realidad, como testigo directo y documental de gran valor, constituye también a este medio fotográfico como el idóneo para mentir. Precisamente por su gran capacidad testimonial. Otorgando en este contexto valor

a la actividad profesional, regulada por libros de estilo y códigos éticos, y por tanto obligada a ser garante de la verdad. En especial a las agencias de noticias, encargadas de ofrecer contenidos de calidad a muchos medios con distintas sensibilidades y variadas líneas editoriales. Precisamente, la consecuencia de no hacerlo así es el desprestigio social de la profesión. Así señalado por los propios periodistas en sus informes anuales de la profesión periodística al poner el foco en dicha pérdida de credibilidad y en la desinformación (APM: 2020, 78).

El impacto social de la manipulación, en imágenes fotográficas vinculadas a la comunicación de la realidad y a la verdad, producen el descrédito del proceso comunicativo implicado. Así queda de manifiesto por la respuesta social, evidenciada por la repercusión de los casos de manipulación en los medios de comunicación. Acrecentada por el hecho de que las fotografías sean enviadas por la agencia a sus numerosos abonados y, por tanto, tengan más garantías de influir en la opinión pública.

Notas

1 La asignatura Fotografía Informativa figura, actualmente, como optativa de tercer curso en los planes de estudio del grado en Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM): Universidad Complutense de Madrid (2021). *Periodismo. Grado y doble grado. Curso 2021/2022*. <https://bit.ly/3pE2asc>

2 La Agencia EFE en su propia web destaca el hecho de ser la «La primera agencia de noticias en español y la cuarta del mundo», sus años de experiencia (desde 1939) y su «credibilidad y su inmediatez». También el hecho de constituirse como: «Una empresa informativa multimedia con una red de periodistas mundial, donde más de tres mil profesionales de 60 nacionalidades trabajan 24 horas al día desde más de 180 ciudades de 120 países y con cuatro mesas de edición en Madrid, Bogotá, El Cairo (árabe) y Río de Janeiro (portugués), para ofrecer sus productos a clientes en los cinco continentes». Y, además de los millones de imágenes fotográficas, la Agencia EFE también destaca otro tipo de archivos audiovisuales: «La videoteca de EFE contiene 15.000 cintas de vídeo que almacenan imágenes y programas desde 1989». <https://bit.ly/3pAOfTf>

Referencias

- ABC (2006, 10, 17). “Dos nuevas fotos trucadas de Franco”. <https://bit.ly/3pBzxvM>
- Agencia EFE (2002). *1900-2000. Un siglo de España*. JdeJ Editores.
- Alcoba-López, A. (1988). *Periodismo Gráfico (Fotoperiodismo)*. Fragua.
- Arheim, R. (1976). *El pensamiento visual*. Editorial Universitaria.
- Arias-Urrutia, Á. & de Santiago Mateos, M. Á. (2021). Fotografía y microrrelato en la minificción mexicana: una fecunda relación hipermedial. Calvo-Revilla, A. & Arias-Urrutia, Á. (Eds.), *Escrituras enREDadas* (pp. 87-122). Ediciones de Iberoamericana.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2020). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2020*. APM.
- Baeza, P. (2001). *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Gustavo Gili.
- Blanco-Alfonso, I.; García Galera, C. & Tejedor Calvo, S. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y comunicación social* 24 (2), 449-469. <https://dx.doi.org/10.5209/hics.66290>
- Brisset, D. E. (1997). La dinámica del fotomontaje. *Telos*, nº 47.

- Caballo-Ardila, D. (Ed.) (2006). *Fotoperiodismo y edición*. Universitat.
- Caballo-Ardila, D. & Caballo Méndez, D. (2011). *Fotografía sin verdad. El poder de la Mentira*. Universitat.
- Caballo-Méndez, D. (2005). *La manipulación fotográfica en la era digital*. [Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3mJX9wq>
- Chetty S. (1996). The case study method for research in small- and médium - sized firms. *International small business journal*, vol. 5.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Thousand Oaks-CA. Sage.
- De Pablos-Coello, J. M. (2006). Siete leyes del fotoperiodismo. Caballo-Ardila, D. (Ed.) *Fotoperiodismo y edición* (pp. 255-334). Universitat.
- Del Campo-Cañizares, E. & Spinelli-Capel, L. (2017). Fotoperiodismo contemporáneo, entre el documento y el arte. The Aftermath Project. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº13. Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 25-49. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.3>.
- Doménech-Fabregat, H. (2013). La manipulación de la imagen informativa. Retos y oportunidades para el fotoperiodismo en el contexto digital. *Sphera Publica*, (2), 13, 106-123.
- El Mundo (2006, 10, 17). <https://bit.ly/3Hs9Zr7>
- El País (2013). *Libro de estilo*. Ediciones El País
- El País (2006, 10, 17). “Un encuentro histórico y una foto trucada”. <https://bit.ly/3eCXcpe>
- El Periódico de Catalunya (2006, 10, 17). <https://bit.ly/3qzjCx9>
- Erausquin, M. A. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Editorial Síntesis.
- Fernández-Droguett, F. (2009) Discusiones de metodología. La observación en la investigación social: la observación participante como construcción analítica. *Revista Temas Sociológicos*, nº 13, pp. 49-66.
- Fontcuberta, J. (1984). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Blume.
- Freund, G. (1993). *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili.
- Katz, D. (1967). *Psicología de la forma*. Espasa Calpe.
- Küpfer, N. (1991) Esa caprichosa mirada. *Revista de la Universidad Católica de Chile*, nº 7, 1991, pp. 109-120.
- Kurtz, G. F. (2001). Orígenes de un medio gráfico y un arte. Antecedentes, inicios y desarrollo de la fotografía en España. Sánchez Vigil, J. M. (Ed.) *Summa Artis. Historia General del Arte. La fotografía en España. De los orígenes al siglo XXI*. Espasa Calpe, vol. XLVII.
- La Vanguardia (2006, 10, 17). “Varias fotos de la cumbre entre Franco y Hitler fueron trucadas”. <https://bit.ly/3pDHT60>
- Langford, M. (1992). *La fotografía paso a paso*. Hermann Blume.
- López-Hidalgo, A. (2016). El periodismo que contará el futuro. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* N.º 131, abril – julio 2016 (Sección Ensayo, pp. 239-256) ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X.
- Martínez-Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, núm. 20, julio, 165-193. Universidad del Norte Barranquilla, Colombia.
- Rodríguez Merchán, E. (2004). *La realidad fragmentada: una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo*. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3zimGSn>
- Sontag, S. (1981). *Sobre la fotografía*. Edhasa.
- Sougez, M. & Pérez-Gallardo, H. (2000). *Diccionario de historia de la fotografía*. Ediciones Cátedra.
- Valero-Sancho, J. L. (2001). *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Aldea Global.
- Vilches, L. (1983) *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós.
- (1987) *Teoría de la imagen periodística*. Paidós.