



Ética y responsabilidad del creador visual. Retos e innovación en el siglo XXI. Nuevas narrativas visuales

Ethics and responsibility of the visual creator. Challenges and innovation in the XXI century. New visual narratives



Mtro. Ulises Castellanos Herrera

Fundación Elena Poniatowska
ulysses.1968@gmail.com

Recibido: 13 de marzo de 2020.

Aceptado: 28 de abril de 2020.

Received: March 13th, 2020.

Accepted: April 28th, 2020.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.

DOI: <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i1.2323>

Cómo citar: Castellanos Herrera, U. (2020). Ética y responsabilidad del creador visual. : Retos e innovación en el siglo XXI. Nuevas narrativas visuales. *RPC*, (1), 108–114.

Revista Panamericana de Comunicación, Año 2, N. 1, enero-junio 2020, pp. 108-114.

RESUMEN

En el presente texto se explora la relación entre la ética, el sensacionalismo y la falta de profesionalismo en el periodismo ciudadano, las *fake news*, el plagio y la manipulación en la fotografía informativa. Los fotoperiodistas requieren un juego de herramientas nuevo donde exista una convergencia entre fotografía fija, video, nuevas narrativas en el marco de una ética muy clara.

Palabras-clave: Violencia, Comunicación, Espectáculo, Duda, Ética, Fotografía.

ABSTRACT

This text explores the relationship between ethics, sensationalism and lack of professionalism in citizen journalism, fake news, plagiarism and manipulation in informative photography. Photojournalists require a new toolkit where there is a convergence between still photography, video, and new narratives (storytelling) within the framework of a very clear ethic criteria.

Keywords: Photojournalism, Ethics, Fake News, Plagiarism, Manipulation, Sensationalism

LA OBJETIVIDAD COMO NOCIÓN MÍTICA

Dejemos atrás el mito de la “objetividad” en el periodismo. Buscar la objetividad era una buena intención, pero resultó imposible. Pensemos mejor en consolidar la honestidad profesional y dejemos de lado ideologías, filias y fobias en la medida de lo posible. Bajo esta premisa debemos trabajar en el siglo XXI, y para ello debemos contar siempre con un valor ético a prueba de balas.

Hoy la idea de objetividad en el ejercicio periodístico se encuentra rebasada por el valor de honestidad profesional que debería regirnos a todos los periodistas. Y este principio es la mejor barrera que podemos levantarle al fenómeno de las *Fake News*.

Sigamos produciendo imagen fija o video, con perspectiva documental, pero buscando siempre rostros e historias que trastoquen, comuniquen y vinculen a nuestra sociedad con los fenómenos sociales que nos deben mantener siempre alerta.

Adicionalmente, para la supervivencia de los distintos proyectos periodísticos, lo de hoy debe ser la convergencia, las alianzas entre medios y el ejercicio de un periodismo honesto, oportuno y multimedia.

Pero, vayamos por partes, infinidad de factores han cambiado en el medio ambiente mediático y en la industria de medios en general. Desde hace al menos diez años apareció un nuevo personaje en la sociedad global, el “*prosumer*” (productor y consumidor al mismo tiempo).

Este personaje surge a partir de la integración de diferentes herramientas tecnológicas. El internet, el dispositivo celular con cámara integrada y la conectividad ilimitada. Lo que permite registrar, guardar y transmitir al mundo entero desde prácticamente cualquier rincón del planeta.

Asistimos en este momento a la transformación total de la hegemonía de ciertos medios. La televisión casi desaparece, los diarios son más leídos de manera digital que impresa y la radio la puedes escuchar cuando quieras sin necesidad de seguir un horario. Es la era del *streaming* y el podcast.

La irrupción de las redes sociales ha fragmentado a la audiencia y pulverizado los monopolios, hegemónías y el concepto general de sentido común. Ello a

traído consigo retos éticos complicados en un ecosistema sin regulaciones.

Sumen a la crisis de este modelo, adicionalmente al sector dominado por internet y las redes sociales, una sensación colectiva de falta de credibilidad general a todo lo instituido por décadas: medios, políticos e instituciones.

El periodismo se ha visto severamente dañado por esta oleada que todo lo cuestiona y que desea establecer una comunicación sin intermediarios, gratuita e inmediata. Dejando de lado, la veracidad de la información que circula, sin tomar en cuenta las fuentes que generan dicho contenido y sin consecuencias para quién miente.

Varios expertos, creen que en los próximos años se intensificará la regulación de internet, y se buscará recuperar la confianza en el periodismo. Veremos si eso es posible. Pero uno de esos retos tendrá que ver con la ética.

Creo que, actualmente, una de nuestras prioridades como profesionales del medio, debe ser combatir la mentira, la Fundación World Press Photo ha hecho un gran esfuerzo y lo a enfrentado con éxito, por fortuna sus nuevos códigos éticos han frenado a los oportunistas y mentirosos que buscaban un atajo para ganar premios.

Y así fue, la Fundación World Press Photo presentó en 2015 su código de ética por primera vez, prácticamente 60 años después de su creación (Zhang, 2015). En general sus nuevos parámetros establecen que los participantes deben asegurarse de que sus imágenes proporcionen una representación exacta y justa de la escena. Ojo, “exacta y justa” un reto complejo pero alcanzable.

Se exige que no se “engañe al público a través de las fotos”. Adicionalmente establece los siguientes puntos a tomarse en cuenta: Los fotógrafos deben ser conscientes de la influencia que su presencia puede ejercer sobre una escena fotográfica, y deben resistirse a ser engañados por una foto en escena. No deben alterar la escena. Debe mantener la integridad de la imagen al asegurar que no hay cambios sustanciales en el contenido. Hay que resistirse a la tentación del Photoshop, como el caso de Narciso Contreras (Clarín.com, 2014).

Por supuesto, se trata de una carta de buenas intenciones, pero que por sencillo que parezca, logró su

objetivo, puso freno a la locura del engaño. Dicho código agrega que el fotógrafo debe asegurarse de que su información escrita sea exacta. Deben garantizar que la edición de un reportaje fotográfico ofrece una representación precisa y justa de su contexto. Y por último deben ser abiertos y transparentes sobre todo el proceso de toma de las imágenes, y rendir cuentas a la Fundación World Press Photo para participar en el concurso.

El director de World Press Photo, Lars Boering, dijo en 2015 que lo que buscaba la Fundación era que el concurso premiara las contribuciones visuales para un mejor periodismo. Lars Boering expresó que: “Todos los elementos creativos de las fotos pueden ser usados, pero deben servir al propósito de un buen periodismo” (Zhang, 2015)

Otra novedad fue que las descripciones debían ser más amplias y que se buscaría reforzar el proceso de verificación. “Queremos que el público tenga confianza en la exactitud de las fotografías que ganan premios y se muestran en nuestra exposición, por lo que, por primera vez, el concurso cuenta con un código de ética que establece lo que esperamos de los participantes”, añadió Boering. (Zhang, 2015)

Ya existe, hoy en día, un [conjunto de criterios muy claros](#) publicados por la Fundación World Press Photo con respecto a lo que considera manipulación de la imagen. (World Press Photo, s. f.)

FOTOPERIODISMO, ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

En el marco del fotoperiodismo global, ¿cómo afecta su desarrollo la aplicación o falta de códigos éticos al trabajo diario?

Recordemos la foto del niño muerto en la playa de Turquía (Jofré, 2018). ¿Sirven estas fotografías para causar algo más que indignación?, ¿Tiene alguna utilidad, publicar ese tipo de imágenes o indignarnos en redes sociales?, ¿La imagen de Aylan Kurdi (eldiario.es, s. f.) detuvo la Guerra en Siria?, Acaso, ¿con estas imágenes mejoramos como sociedad?

En aquel entonces, esa fotografía golpeó la conciencia colectiva, descarriló la diplomacia europea y sacudió las políticas migratorias en todas sus fronteras

y al mismo tiempo reforzó los sentimientos de solidaridad hacia los refugiados sirios en todo el mundo.

En este contexto, por aquellos días, el diario sensacionalista Bild, el de mayor circulación en Alemania, fue duramente criticado en redes sociales por publicar la fotografía del niño musulmán en primera plana, por lo que decidió no publicar una sola imagen en sus páginas a la mañana siguiente, todo con la intención de que la gente experimentara lo que sería un diario sin imágenes por un día. El resultado fue escalofriante. (Jackson, 2015)

La foto que tomó Nilüfer Demir, expone el drama de este menor y pone sobre la mesa un asunto de ética en nuestro trabajo como profesionales de la lente (Griggs, 2015). Pocas situaciones en la vida son más dolorosas que ver a niños en escenarios de guerra, recordemos uno de los casos más famosos, el de 1972 de la niña de Napalm realizada por Nick Ut, imagen a la que se le atribuye incluso un cambio de actitud del gobierno de los Estados Unidos que al final puso fin a la guerra nueve meses más tarde.

Queda claro que si no hay imagen no hay impacto. Por lo tanto la sociedad necesita esos resortes visuales para movilizarse o empujar nuevos paradigmas sociales. Sin embargo, ¿es ético o no publicarlas?

Hace unos días hablé de este tema en los medios nacionales a raíz del caso de Ingrid Escamilla (Lima, 2020) y la publicación de sus imágenes en medios locales. Desde hace décadas el público mexicano ha sabido co-existir con medios sensacionalista como “Metro”, “El Gráfico” o “Pásala”. Lo que en otros países se prohíbe, en México se alienta pro ser un género popular y rentable.

Y así arranqué aquel texto que se publicó a finales de febrero del 2020 en *La Silla Rota*:

“Vi mi primer muerto, a los 11 años. Sucedió en las páginas de la revista Alarma. Era el arranque de los 80s, en casa de alguna tía, alguien abandonó un ejemplar en la sala durante una comida familiar. La tomé por curiosidad y enseguida me atrapó el terror. Ese muerto, era un albañil que había caído de una obra en construcción. Quedó ensartado en las puntas de una barda

de metal. Me impresioné. Aquella imagen se me grabó en la cabeza. No dormí bien en días. Ese cadáver me daba vueltas y aparecía con regularidad en pensamientos recurrentes sin invitación. Así era México, cualquier niño de primaria podía llegar a ver sus primeros muertos en una revista de terror que a nadie le parecía anormal. Aquella publicación nació en 1963 y cerró temporalmente en 1986 para renacer en 1991 y morir finalmente en 2016”.” (Castellanos, 2020)

Y la verdad, hoy en día ya no sé si vale la pena difundir ese tipo de imágenes; por supuesto que su publicación sirve para alimentar la indignación, pareciera que el ser humano es así, necesita ver el horror para horrorizarse; si no, no pasa nada. Peor quizá a la luz de estos tiempos, esas publicaciones deban regirse por marco regulado, advertencias en la portada, rostros ocultos con un efecto de pixelización, etcétera.

Y entonces ¿Qué nos toca hacer a los fotoperiodistas ahora? Pues, seguir siendo leales a nuestros principios de honestidad y profesionalismo.

Debemos trabajar fuerte para que algún día en nuestro país y el resto del mundo se consolide un marco ético para el desarrollo del fotoperiodismo, porque lo que importa es que finalmente esas imágenes se traduzcan en información oportuna, veraz y de calidad para todos sin vulnerar los derechos de las víctimas o sus familiares.

El reto es enorme, hoy la imagen es 100% digital, atrás quedaron la era analógica, los químicos y las cámaras con espejo.

Al día de hoy existen miles de millones de cámaras integradas en dispositivos móviles en las manos de igual número de seres humanos. Nunca se ha había hecho tanta foto y por tanta gente en la historia reciente de la humanidad. Es por ello que los controles éticos son fundamentales, de lo contrario el caos se impone.

Ahora hablamos de Imagen Líquida (Soriano Murcia, 2017), de Imagen Expandida (Colorado Nates, 2018). Pero también de nuevos retos para la cultura de la imagen y la fotografía informativa o documental.

La fotografía en general transita hoy por una transfiguración feroz, aquí ya hemos expuesto sus retos; ahora mismo, como todos sabemos, los medios de co-

municación tradicionales están en su peor crisis a nivel global y local, y esto por supuesto le pega al desarrollo de la imagen periodística en nuestro país y en consecuencia a las audiencias.

Resulta que, en los últimos dos años, en México ha disminuido de forma dramática la plantilla de fotógrafos profesionales en los grandes medios. Esto no se publica: lo sé por mi propia experiencia como editor de fotografía en el periódico El Universal que en 2017 contaba con una plantilla de 17 foto-periodistas y hoy le quedan cinco.

La noticia no corre en tinta, pero circula en los pasillos que transito habitualmente en diferentes medios de comunicación: Tan solo en los últimos meses, fueron despedidos -por recorte presupuestal- fotógrafos en Excélsior, El Universal, Milenio y Reforma entre muchos otros. Pero, ¿Por qué los grandes medios despiden personal de diferentes áreas incluyendo a los fotógrafos? ¿Qué pasó?

Las razones son variadas, pero en general, prescindir de fotógrafos, parece menos grave que despedir a otros miembros de la redacción.

Todos los medios en sus antiguas plataformas están siendo golpeados por internet, redes sociales y un público que en general ya no cree en nada, ni en nadie y que tampoco parece estar ya dispuesto a pagar por información. Lo cual obviamente es muy grave.

Además, el gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador cambió radicalmente su política de presupuesto y difusión en medios tradicionales, golpeando en muchos casos, las finanzas de ciertas redacciones.

Y adicionalmente, en este contexto, nos rodean las *Fake News*, la mentira, la polarización y el rumor presentado como reportaje al alcance de cualquiera. Es una locura. Porque muchos controles se perdieron y cualquiera es productor de “noticias”. Esto tiene, no hay que debatir demasiado ante lo evidente, un impacto ético grave.

El paradigma en el negocio de las noticias ha cambiado para siempre, por ello, uno de los eslabones más golpeados de esta nueva realidad, es el fotoperiodismo y sus profesionales. Si a esto le suman que las audiencias se fragmentaron ahora los retos de crear un público fiel se desvanece.

Hoy el ciudadano en general, dejó de adquirir periódicos o revistas porque supone que está mejor informado a través de su celular, pero no por consultar la BBC, CNN, el New York Times o El País, sino porque navegan en Google, Facebook o Twitter donde sus “amigos” también difunden imágenes y noticias derivadas muchas veces del rumor, y que dan por verdaderas.

Es por ello que, sin parámetros éticos aplicables, la información en redes sociales no es creíble, puede ser engañosa e incluso puede afectar gravemente a cualquier ciudadano o grupo vulnerable señalado en esas falsas noticias.

En la redacción del Washington Post hay una frase de Phil Graham que dice: “El periodismo es el primer borrador de la historia” (Asociación de la Prensa de Almería, 2017) y es cierto. Porque primero se publica en los medios y luego vienen los historiadores. Pero hoy en día, ese “borrador” se reescribe cada segundo.

Claro que el buen periodismo o la fotografía periodística no van a desaparecer, pero deben evolucionar. Y ese es nuestro reto.

LOS MEDIOS PUEDEN VOLVER A SER RENTABLES SI LE APUESTAN A LAS NUEVAS NARRATIVAS Y A LA HONESTIDAD PROFESIONAL

Por lo pronto, ahora es preciso que los periodistas cuenten con nuevas herramientas profesionales que garanticen la velocidad y conectividad en tiempo real, pero también su ética y calidad. Aprovechemos esta crisis de modelo para incorporar nuevas soluciones, para darle espacio al talento, al contenido y a la propuesta honesta.

Contribuyamos todos a mejorar la industria informativa en todas sus presentaciones, para que recupere su lugar en la sociedad y no pierda relevancia frente al consumidor final que irremediablemente requiere de información cierta, veraz y oportuna.

El futuro exige profesionales mejor preparados y directivos con pasión, que sigan apostando a la imagen e información periodísticas de calidad, pero que además también, sorprenda a las nuevas audiencias. En pocas palabras: Nada de trucos, nada de mentiras.

Pero en tiempos de *Fake News*, ¿cuál es la diferencia entre “plagio” y/o “manipulación”? Sencillo. El primero es una **copia** y el segundo es una **mentira**. De ahí la importancia de la ética profesional.

Respecto del plagio, la Real Academia española es clara, el plagio es: “una idea u obra literaria, artística o científica de un autor, que se presenta como si fuera propia” (RAE, s. f.-a). Y esto incluye a la fotografía. Ejemplo contundente: el viejo caso de Giorgio Viera que le copió una serie documental al fotógrafo de la agencia Magnum Chien Chi Chan y que fue ampliamente documentada en 2005, cuando el propio Giorgio tuvo que renunciar a su premio mal habido en la bienal de fotoperiodismo, que adicionalmente quedó en la ruina. (Aguilar García, 2005)

Y con respecto a la “manipulación”, esto dice el diccionario: “Respecto a la norma periodística del “no mentirás” -la manipulación- contiene la condena de toda forma de propaganda ilegítima o de mentira respecto de la información” (RAE, s. f.-b). Esto derivado de agregar o desagregar datos a la pieza informativa presentada. Ejemplos muchos. Recientes, Narciso Contreras (Lavín, 2014) y Santiago Arau (Ruiz, 2019).

Así las cosas, no debe confundirse el “robo” de una idea con la tentación de mentir “manipulando” nuestras propias imágenes. Todo esto viene a cuento, porque parece que las nuevas generaciones no entienden ciertos parámetros de conducta profesional que deben ser respetados, y sobre todo no comprenden las implicaciones en el futuro que su conducta puede repercutir en una carrera profesional dentro del periodismo.

Entendido esto, ¿Cuáles son los retos de la nueva narrativa visual de cara al siglo XXI?

Comienzo por la necesidad por dejar atrás el mito de la objetividad como lo mencioné al principio de este texto. Es verdad que bajo esa premisa crecimos y así trabajamos en el siglo XX. Sin embargo, hoy la idea de objetividad en el ejercicio periodístico está rebasada por el valor de honestidad profesional que debe regirnos a todos los periodistas.

Asistimos a un momento de transformación total de la hegemonía de ciertos medios. La televisión casi desaparece, los diarios son más leídos de manera digital que impresa y la radio la puedes escuchar cuan-

do quieras sin necesidad de seguir un horario. Las redes dominan la conversación.

Todo ha cambiado. Hoy en día los géneros periodísticos se mezclan, la fotografía informativa compite con lo que hacen los usuarios de redes y aunque los profesionales ya perdimos el monopolio de la imagen desde hace mucho, el fotoperiodista sigue siendo un factor de verificación, frente a la manipulación colectiva y la mentira desatada en redes.

Hoy no hay manera de llegar primero a una tragedia sin que nos gane un “tuitero”; en cosa segundos los testigos y víctimas de cualquier evento trágico suben sus videos a la red y es así cómo nos enteramos de cualquier desastre; lo que sigue es ir a verificar, sintetizar y narrar la historia de manera profesional.

La saturación visual, reduce el tiempo de contemplación y nuestra capacidad de memoria. No hay manera de ganarles en tiempo y oportunidad a los usuarios de redes. Esto nos lleva a reflexionar sobre el objetivo actual del fotoperiodismo, antes nuestra tarea era difundir: “así fue”; hoy se trata de verificar, mediante la idea general de “así lo vi” y esta son sus historias. El fotógrafo mexicano Francisco Mata Rosas sentenció que hoy era urgente tener más editores que fotógrafos en los medios y es verdad (Castellanos, 2019).

No se trata pues ya de denunciar los “horrores de la vida”, sino de conocer los hechos a través del relato con imagen, audio y video. Levantar historias y construir una narrativa que genere interés en la gente, más allá de la nota en imagen.

Es por ello que hoy el fotoperiodista promedio debe multiplicar sus habilidades narrativas. Debe incorporar video y la capacidad de síntesis suficiente para hacerlo rápido, preciso y breve. Y pienso que adicionalmente los medios deben usar mejor la imagen fija y en movimiento al momento de presentarlas a su audiencia.

A MANERA DE CONCLUSIÓN: LA IMAGEN ES EL ANCLA

Hoy en día el periodista “profesional” y el “ciudadano” usamos casi las mismas herramientas e infraestructura tecnológica.

Cualquier ciudadano puede hoy desde una zona de desastre, documentar y compartir al instante; y eso antes era un privilegio exclusivo de los medios y sus periodistas.

¿Entonces qué hacer? No es sencillo, pero hay un camino: el profesionalismo, el ojo educado, la pluma certera, la edición, el talento para jerarquizar, la forma como lo contamos y presentamos. Y, sin duda, criterios éticos “a prueba de balas”. En fin, existen soluciones y herramientas, el tema es conocerlas y aplicarlas.

Luego entonces, en pleno siglo XXI, es claro que la imagen “periodística” perdió parte su fuerza de verdad, al demostrar que se podía mentir con total cinismo y sin que el gran público pudiese darse cuenta. Los jóvenes de hoy que consultan sobre este tema se toparán siempre con este muro de imágenes falso, este es un caso paradigmático, ahora aplíquelo a su tema favorito y verán que no hay manera de comprobar visualmente que lo que nos digan que ocurrió, en verdad sucedió. ¿Cómo afecta esto a la idea de credibilidad visual de la fotografía periodística? Pues brutalmente, toda imagen es sistemáticamente puesta en duda por todos; aunque siempre ha sido posible mentir con fotografía, nunca ha sido más sencillo que hoy en día.

La tentación para mentir está al alcance de cualquiera. Por todo lo anterior, podemos concluir que no, que a estas alturas no estamos ni más, ni mejor informados en realidad que en tiempos anteriores. Y que los parámetros éticos son fundamentales.

Los géneros informativos se mezclan, por ello nuestras herramientas también deben expandirse. Hoy es vital que un fotoperiodista sepa hacer video, editar e incluso escribir y eso aplica para los colegas de la pluma también. Ya no somos unidades únicas de producción. Dónde antes “solo” hacíamos una cosa y punto. Eso no es rentable ni aporta mucho al periodismo de hoy. Debemos diversificarnos.

Aprender nuevos lenguajes, capacitarnos siempre, renovarnos y no perder nuestra compacidad de sorpresa e innovación.

Debemos ver buen cine, seguir las series originales en las nuevas plataformas que han desplazado a la TV, observar el mundo de los jóvenes en el universo de sus video juegos y tender líneas de cruce que nos hagan comprender mejor a nuestras audiencias. \

REFERENCIAS

- » Aguilar García, J. C. (2005, junio 11). *Renuncia Viera al premio Bienal de Fotoperiodismo | La Crónica de Hoy* [Diario]. La Crónica. <http://www.cronica.com.mx/notas/2005/186339.html>
- » Asociación de la Prensa de Almería. (2017, enero 14). *La redacción del "The Washington Post"*. Asociación de la Prensa de Almería. <http://almeria.fape.es/la-redaccion-del-the-washington-post/>
- » Castellanos, U. (2019). *Códigos abiertos*. Ulises Castellanos. <http://ulisescastellanos.com.mx/tags/mata/essays/codigos-abiertos/>
- » Castellanos, U. (2020, febrero 28). *Alarma!!!* [Blog informativo]. La Silla rota. <https://lasillarota.com/opinion/columnas/alarma/365446>
- » Clarín.com. (2014, enero 23). *Echan a un ganador del Pulitzer por trucar una foto de la guerra de Siria*. https://www.clarin.com/mundo/echan-ganador-pulitzer-guerra-siria_0_BkU5l4ljDmx.html
- » Colorado Nates, Ó. (2018). Youngblood, Aristóteles y Muybridge: La Imagen Expandida como un fenómeno poliédrico. *DeSignis*, 28, 135-153.
- » El País. (2015, septiembre 4). *Refugiados: La foto del niño muerto en la playa divide a la prensa internacional | Internacional | EL PAÍS* [Diario]. El País. https://elpais.com/internacional/2015/09/03/actualidad/1441279075_345000.html
- » es. (s. f.). *La fotógrafa que retrató al niño sirio Aylan: «Cuando lo vi me quedé petrificada, ni él ni nadie llevaba chaleco salvavidas»*. eldiario.es. Recuperado 3 de mayo de 2020, de https://www.eldiario.es/desalambre/fotografia-retrato-nino-sirio-Aylan_0_426958077.html
- » Griggs, B. (2015, septiembre 4). "Lo único que me quedaba era tomar la foto y que el mundo viera esto". *CNN*. <https://cnnespanol.cnn.com/2015/09/04/lo-unico-que-me-quedaba-era-tomar-la-foto-y-que-el-mundo-viera-esto/>
- » Jackson, J. (2015, septiembre 8). German paper Bild removes all photos in protest over Alan Kurdi complaints. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2015/sep/08/bild-photos-aylan-kurdi-complaints>
- » Jofré, A. (2018, abril 23). *La triste historia detrás del niño sirio ahogado en una playa de Turquía*. La Tercera. <https://www.latercera.com/mundo/noticia/la-triste-historia-detras-del-nino-sirio-ahogado-una-playa-turquia/138608/>
- » Lavín, A. D. (2014, enero 23). *Associated Press rompe su contrato con Narciso Contreras, ganador del Pulitzer 2013, por alterar una fotografía*. Xataka Foto. <https://www.xatakafoto.com/actualidad/associated-press-rompe-su-contrato-con-narciso-contreras-ganador-del-pulitzer-2013-por-alterar-una-fotografia>
- » Lima, L. (2020, febrero 16). Por qué el feminicidio de Ingrid Escamilla ha provocado protestas en México. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51518716>
- » (s. f.-a). *Manipulación | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» – Edición del Tricentenario. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <https://dle.rae.es/manipulaci3n>
- » (s. f.-b). *Plagio | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» – Edición del Tricentenario. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <https://dle.rae.es/plagio>
- » Ruiz, M. F. (2019, septiembre 30). *Fotografía, poder y los riesgos de la manipulación*. Pie de Página. <https://piedepagina.mx/fotografia-poder-y-los-riesgos-de-la-manipulacion/>
- » Soriano Murcia, J. D. (2017). *Escribir en Imágenes: La Imagen-Movimiento en Gilles Deleuze* [Tesis de licenciatura, Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10049/2017juansoriano.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- » World Press Photo. (s. f.). *How is manipulation detected? | World Press Photo*. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <https://www.worldpressphoto.org/programs/contests/photo-contest/verification-process/how-is-manipulation-detected/28616>
- » Zhang, M. (2015, noviembre 15). *World Press Photo Now Has a Code of Ethics After 60 Years in Existence* [Blog]. <https://petapixel.com/2015/11/25/world-press-photo-now-has-a-code-of-ethics-after-60-years-in-existence/>