



## Trabajo Fin de Grado

# Las manipulaciones fotográficas: dimensión técnica y ética

Autora

Raquel Hernández Bernal

Directora

María del Carmen Agustín Lacruz

Facultad de Filosofía y Letras

JUNIO 2015



## **Resumen**

Este trabajo tiene como objetivo identificar la presencia de manipulaciones fotográficas en los periódicos españoles, analizar sus características y su tipología y estudiar cómo son tratadas dentro de los libros de estilo de dichos medios de comunicación. Esto se ha alcanzado tras el procesamiento de la información consultada a través de la búsqueda de fuentes relacionadas con la manipulación fotográfica y los aspectos éticos plasmados en los libros de estilo.

Ha sido fundamental la elaboración de una tipificación de las manipulaciones fotográficas y la localización de casos concretos para analizarlos desde sus dimensiones técnica –a través de los programas de edición de imágenes– y ética –a través de lo establecido por parte de los libros de estilo–.

**Palabras clave:** Fotoperiodismo, fotomontaje, fotografías, manipulación fotográfica, ética, libros de estilo.

## **Abstract**

This work has as main objective to identify the presence of photo manipulations in the principal Spanish newspapers. Furthermore, we will analyse their characteristics and typology and study how they are treated in the style books of the named mass media. This has been reached by the processing of information consulted through the research of sources related to photo manipulation and the ethic aspects reflected in the style books.

The elaboration of a photo manipulation classification and the location of concrete cases to be analysed in their technical –through the image editing software– and ethical –through what is established by the style books– dimensions have been fundamental.

**Keyword:** Photojournalism, photomontage, photographs, photo manipulation, ethic, style book.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Objetivos.....	1
1.2. Metodología .....	2
1.3. Estado de la cuestión.....	2
2. EL NACIMIENTO DE LA FOTOGRAFÍA Y LOS ORÍGENES DEL FOTOPERIODISMO .....	4
3. FOTOMONTAJE Y MANIPULACIÓN FOTOGRÁFICA EN LA ERA ANALÓGICA ....	6
4. DE LA FOTOGRAFÍA ANALÓGICA A LA FOTOGRAFÍA DIGITAL: NUEVAS TÉCNICAS PARA EL TRATAMIENTO DE LA IMAGEN .....	12
4.1. Los límites de la edición con los nuevos programas.....	13
5. DIMENSIÓN TÉCNICA DE LAS MANIPULACIONES FOTOGRÁFICAS.....	15
5.1. Manipulación en la toma fotográfica .....	16
5.2. Manipulación a través de la edición.....	18
5.2.1. Recorte .....	19
5.2.2. Eliminación de elementos de una fotografía .....	20
5.2.3. Insertar elementos a una fotografía.....	23
5.2.4. Alterar elementos de una fotografía .....	24
5.2.5. Sustitución de los elementos de una fotografía .....	25
5.2.6. Unión de dos fotografías.....	26
5.2.7. Cambios cromáticos.....	27
5.2.8. Voltar una imagen .....	28
5.2.9. Retoque estéticos.....	29
5.3. Manipulación a través del pie de foto .....	31
5.4. Fotomontajes realizados expresamente para ilustrar una noticia .....	34
6. DIMENSIÓN ÉTICA DE LAS MANIPULACIONES FOTOGRÁFICAS .....	36
6.1. Contexto de las normas éticas.....	36
6.2. Omisión en la prensa española de las normas éticas .....	37
6.2.1. Ejemplos de omisión de las normas éticas .....	39
7. RESULTADOS.....	42
8. CONCLUSIONES.....	43
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
10. ANEXOS .....	48

10.1.	Introducción general a los libros de estilo y sus características .....	48
10.2.	Cuadros-resumen de los libros de estilo de periódicos españoles.....	51
10.2.1.	Libros de estilo de los principales periódicos españoles .....	51
10.2.2.	Libros de estilo de agencias.....	59
10.2.3.	Libros de estilo de corporaciones .....	61
10.2.4.	Libros de estilo de grupos editoriales .....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Lenin dando un discurso .....	7
Fig. 2. Stalin dando un discurso .....	8
Fig. 3. Hitler, Goebbels y Leni Riefenstahl comparten un romance .....	8
Fig. 4. La entrevista de Franco y Hitler en Hendaya .....	9
Fig. 5. La entrevista de Franco y Hitler en Hendaya 2 .....	10
Fig. 6. La entrevista de Franco y Hitler en Hendaya 3 .....	10
Fig. 7. Mussolini necesita ayuda para montar a caballo .....	11
Fig. 8. Portadas de <i>El País</i> y <i>La Razón</i> de la manifestación del 19-J.....	17
Fig. 9. Ikurriñas borradas en las fiestas de San Fermín .....	18
Fig. 10. Una caída de Carmen Romero manipulada por EFE .....	20
Fig. 11. Tatuaje de una esvástica en una procesión de Málaga .....	21
Fig. 12. Detalle de una esvástica en una procesión de Málaga .....	21
Fig. 13. Publicidad de Grupo Leche Pascual .....	22
Fig. 14. Publicidad en un partido de fútbol .....	22
Fig. 15. Prueba de misiles iraníes .....	23
Fig. 16. Portada de <i>El Día</i> de los atentados del 11-M .....	24
Fig. 17. Obama sustituido por Mubarak .....	24
Fig. 18. Cambio de Tristán por Morientes en <i>As</i> .....	25
Fig. 19. Cambian una rosa por una pistola de la mano de Hugo Chávez .....	25
Fig. 20. Fotografías unidas del PSOE en la portada de <i>El Mundo</i> .....	26
Fig. 21. Fotografía resultante de la unión de otras dos.....	26
Fig. 22. El fotomontaje navideño de la reina Sofía .....	27
Fig. 23. <i>Newsweek</i> denuncia a <i>Time</i> .....	28
Fig. 24. <i>Marca</i> voltea a Ronaldo .....	29
Fig. 25. Reducen el peso de Filippa Hamilton con <i>Photoshop</i> .....	30
Fig. 26. Retoque a los dientes de doña Letizia .....	30
Fig. 27. Los dientes de doña Letizia en <i>Hola!</i> .....	30
Fig. 28. Adiós a los michelines de Sarkozy.....	31
Fig. 29. <i>El Mundo</i> acusa de ilegales a dos africanos residentes en España.....	32
Fig. 30. La falta de entusiasmo de Guerra según <i>El Mundo</i> .....	33

Fig. 31. Una fotografía de archivo presentada como actual en <i>El País</i> .....	33
Fig. 32. Puyol exprime naranjas con la cara de Felipe González .....	34
Fig. 33. El PNV, marioneta de ETA según <i>La Razón</i> .....	35
Fig. 34. El busto de Yaris Varufakis .....	35
Fig. 35. Fotografía del 11-M manipulada en medios internacionales .....	39
Fig. 36. Fotografía del 11-M manipulada en medios internacionales .....	39
Fig. 37. La muerte en la portada de <i>La Razón</i> .....	40
Fig. 38. Mujer asesinada en Ucrania, en la portada de <i>ABC</i> .....	40
Fig. 39. Manipulación del <i>Daily Mail</i> en la publicidad de Gucci .....	41
Fig. 40. Muertes de niños como protagonistas en portada .....	41

# **1. INTRODUCCIÓN**

Hace no muchos años, la sociedad asumía la función referencial de la fotografía como algo inexorable porque se consideraba que las cámaras fotográficas captaban fielmente un momento de la realidad. Es decir, el registro fotográfico era calificado de veraz.

Es cierto que consigue reflejar la realidad que tiene ante ella, pero no es menos cierta la posibilidad de distorsionar esa realidad fragmentada por parte de las personas. La alteración de la fotografía es posible desde su nacimiento. En aquella época la manipulación se llevaba a cabo directamente sobre el negativo de la fotografía, cortando y pegando hasta obtener el resultado deseado. Pero el desarrollo tecnológico ha permitido la aparición de técnicas más sofisticadas a través de los programas de edición de imágenes. Estas nuevas técnicas han complicado la detección de dichas manipulaciones, convirtiendo la distinción de la original y la distorsionada en una tarea ardua. Además, el número de manipulaciones fotográficas publicadas ha proliferado en los últimos años.

Los periódicos están repletos de fotografías que captan la atención del lector y que le permiten construirse una idea de la noticia más concreta. Por esta razón debería otorgársele la misma importancia a la veracidad de la información escrita que a la fotográfica. La publicación de informaciones no veraces, tanto textuales como iconográficas, afecta a la credibilidad y al prestigio del medio de comunicación en cuestión.

Las posibilidades técnicas que ofrecen los programas de edición de imágenes han generado un nuevo horizonte ético que debe ser regulado para un buen desempeño del trabajo de los fotógrafos. Este marco normativo es todavía más necesario en el ámbito del periodismo porque la información de los medios de comunicación influye en miles de personas cada día.

En este ámbito, esto ha sido regulado a través de los libros de estilo. Estas publicaciones establecen una serie de normas sobre el trabajo de los periodistas. El problema de la manipulación de imágenes no aparece en todos ellos, otorgando así un mayor margen de actuación a los periodistas. Para que esto no ocurra, estos profesionales deberían adoptar una actitud ética ante su trabajo. Además, hay que formar lectores que posean una visión crítica cuando se exponen a medios de comunicación.

## **1.1. Objetivos**

El objetivo general de este trabajo es identificar la presencia de manipulaciones fotográficas en los periódicos españoles, analizar sus características y su tipología y estudiar cómo son tratadas dentro de los libros de estilo de dichos medios de comunicación.

Este trabajo se articula sobre dos vías de investigación –las manipulaciones fotográficas y los libros de estilo–, que concretan los siguientes objetivos específicos:

- a) Definir el concepto de manipulación fotográfica, acotar su alcance y su finalidad y tipificarlas.
- b) Identificar en la prensa periódica casos concretos donde se han producido dichas manipulaciones.
- c) Investigar el tratamiento de las manipulaciones fotográficas en los libros de estilo.
- d) Analizar casos concretos y representativos de manipulaciones fotográficas.

## **1.2. Metodología**

La metodología llevada a cabo para la realización de este trabajo se resume en las siguientes fases:

- a) Fase bibliográfica
  1. Búsqueda y localización de las fuentes de información específicas sobre manipulaciones fotográficas y de los aspectos éticos plasmados en los libros de estilo.
  2. Consulta y análisis de distintos tipos de fuentes bibliográficas: monografías, artículos de publicaciones periódicas y trabajos académicos (tesis doctorales).
  3. Selección, ordenación y procesamiento de la información consultada.
- b) Fase de estudio de caso
  4. Identificación, tipificación y localización de casos concretos de manipulaciones fotográficas.
  5. Realización del análisis detallado de dichos casos observando tanto la manipulación técnica como la dimensión ética vulnerada.

## **1.3. Estado de la cuestión**

La manipulación fotográfica es inherente al nacimiento de la fotografía y sus técnicas han cambiado según la evolución de la tecnología. En la era analógica, el resultado de las manipulaciones era conocido como fotomontaje, ya que se realizaban directamente sobre el negativo, cortando y pegando. Sobre sus técnicas y consecuencias han escrito Gisèle Freund (1993) y Joan Fontcuberta (1997), ya que su evolución es imprescindible para poder entender las técnicas actuales. El desarrollo tecnológico permitió mejorar las técnicas de la manipulación fotográfica y ahora, en la llamada era digital, estas se realizan a través de los programas de edición de imágenes. Este nuevo contexto digital (cámaras digitales, escáneres, programas de edición, etc.) es explicado por el reputado fotógrafo Tom Ang (2006 y 2009).

E. Rodríguez Merchán (1992) había elaborado una tipología de las manipulaciones fotográficas que había quedado obsoleta, por estar pensada para el contexto analógico. Más actualizada es la clasificación que establece D. Caballo Méndez (2005) en su tesis, donde establece una tipología de las manipulaciones fotográficas en la era digital.

La monografía que mejor aborda los casos de manipulaciones fotográficas en la prensa española es obra de D. Caballo Ardila y D. Caballo Méndez (2011). Padre e hijo realizaron esta obra como continuación a las tesis doctorales de ambos (1994 y 2005, respectivamente).

Como resultado de la evolución tecnológica, es necesario establecer un nuevo marco normativo que regule estas prácticas. Sobre todo, porque debido a la facilidad de uso de los programas de edición de imágenes, los casos de manipulaciones fotográficas han proliferado en los medios de comunicación españoles. Este nuevo horizonte ético, en general, no ha sido actualizado por parte de los libros de estilo analizados en este trabajo: *ABC* (2001), *El Mundo* (2007), *El País* (2014), *El Periódico de Catalunya* (2007), *La Razón* (2003), *La Vanguardia* (2004), la Agencia EFE (2011), la Corporación de RTVE (2010) y Vocento (2003). Esta regulación ética también depende de los códigos deontológicos del periodismo. Aunque tiene casi veinte años, el más adaptado al contexto digital es el de María de los Ángeles San Martín (1996), pues recoge los deberes, derechos y responsabilidades tanto de los periodistas gráficos como de los lectores.

## 2. EL NACIMIENTO DE LA FOTOGRAFÍA Y LOS ORÍGENES DEL FOTOPERIODISMO

La fotografía es el “arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura”, según el *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* (DRAE). Esta irrumpió en el panorama de la reproducción visual en la segunda mitad del siglo XIX como “garantía de objetividad desde los primeros momentos de su difusión masiva” (Alonso, 1995, 33). Esto se apoya en el concepto denominado por Roland Barthes “grado cero de la fotografía”: el fotógrafo no se ve influenciado por ningún tipo de condicionante en la toma fotográfica, consiguiendo que la fotografía llegue sin manipulaciones al receptor (Alonso, 1995, 16). Pero esta opinión no es compartida por los estudiosos contemporáneos, que consideran que en toda fotografía existe cierto grado de subjetividad porque refleja la opinión del fotógrafo a través del emplazamiento, el encuadre, la angulación y el momento elegido para disparar. Por esta razón, Joan Fontcuberta (1997) la denomina “el beso de Judas”.

Tras el abaratamiento de los materiales fotográficos se produjo la democratización de la fotografía, que proporcionó acceso a esta tecnología a amplias capas sociales. La aparición del fotoperiodismo (Alonso, 1995, 33) fue posible gracias a la invención de la ligera cámara *Leica* en 1925 por Oskar Barnack, que permitió que los fotógrafos capturaran imágenes en fracciones de milésima de segundos consiguiendo una fotografía mucho más natural (Caballo Méndez, 2005, 15).

El término fotoperiodismo comenzó a ser utilizado por el alemán Erich Salomon, quien durante el desarrollo de su carrera (1925-1933) consiguió dar un toque personal a la fotografía de información. Podríamos decir que el fotoperiodismo “intenta contar una noticia a partir de imágenes o apoyar un texto susceptible de ser noticia”. Además otorga credibilidad al hecho que se está narrando (Caballo Méndez, 2005, 14).

En España, los antecedentes del fotoperiodismo se remontan a mediados del siglo XIX con las fotografías sobre la guerra de África de Enrique Facio y sobre las guerras carlistas. El desarrollo de la actividad cultural, política y social en las décadas de los veinte y treinta, favoreció la aparición de numerosas publicaciones ilustradas que propiciaron el auge del periodismo gráfico. Pero desde el inicio de la Guerra Civil española y hasta la década de los sesenta, en España se vivió una época de censura en todos los ámbitos, incluido el fotoperiodismo.

Este desarrollo del fotoperiodismo supuso que los periódicos aprovecharan la función referencial de la fotografía para otorgar calidad a sus informaciones. Debido a la escasa cultura de la imagen de aquella época, la sociedad concedía a la visión de un hecho su credibilidad absoluta (Arroyo, 2000, 92). Gisèle Freund considera que la introducción de la fotografía en la prensa abrió “una ventana al mundo” porque la gente podía ver los acontecimientos de cualquier lugar del planeta (Alonso, 1995, 33).

Actualmente se ha llegado a un desarrollo tal, que es impensable publicar un periódico sin fotografías. “Los avances técnicos de los últimos años en las parcelas de la

captación, tratamiento, transmisión y reproducción de imágenes han abierto nuevas posibilidades y han insuflado vigor a la inclusión de fotografías en los periódicos” (Alonso, 1995, 7). Estas cumplen una serie de funciones en la prensa además aportar datos e información: “la jerarquización de las informaciones, armonización estética de las páginas, guía de los itinerarios de lectura, espectacularidad, y contribución crucial a la concreción de la imagen y el estilo globales de cada periódico” (Alonso, 1995, 196).

Además la fotografía es un gran atractivo para el lector y capta rápidamente su atención. El desarrollo tecnológico de la fotografía ha propiciado la evolución de la concepción de la fotografía como réplica de la realidad a ser considerada un “referente palpable y corpóreo, tridimensional, de su reproducción plana y gráfica” (Alonso, 1995, 37). Consigue captar la atención y seducir a las personas de manera más eficaz que las palabras.

### **3. FOTOMONTAJE Y MANIPULACIÓN FOTOGRÁFICA EN LA ERA ANALÓGICA**

Desde su nacimiento, la fotografía ha sido manipulada para falsear la realidad. Actualmente es comúnmente conocido el potencial de manipulación de los programas de edición de imágenes pero, en el siglo XIX, esta alteración de la fotografía se realizaba directamente sobre el negativo. Según Joan Fontcuberta (2007, 126), cuando se trataba de la manipulación del contenido de la imagen, es decir, de la modificación del mensaje, se podían distinguir tres tipos de técnicas: retoque, *reencuadramiento* y fotomontaje. El retoque consiste en modificar pequeños detalles a través de la intervención en el negativo; el *reencuadramiento* significaba delimitar el espacio visual del espectador a través del corte del negativo y el fotomontaje podía realizarse a través de muchas técnicas: sobreimpresiones, “sándwich” de negativos, collage, etc.

El fotomontaje era la técnica de manipulación de la fotografía por antonomasia antes de la llegada de la tecnología digital. Fontcuberta (2007, 127) indica que “no inventa nada pero lo hace todo más fácil y más rápido”. Por su parte, Demetrio Brisset (2010, 43) define el fotomontaje como “una transformación fotográfica que, mediante distintas técnicas, integra imágenes diferenciadas –según diversos modos de producción– para mostrar una situación espacio-temporal manipulada, con variable verosimilitud, al servicio de una intencionalidad más o menos reconocible”.

Este procedimiento empezará a ser conocido por el nombre de fotomontaje alrededor de 1918. “El término lo inventaron los dadaístas del club berlínés John Heartfield, George Grosz, Raoul Hausmann y Hannah Höch para dar nombre a su práctica de hacer cuadros enteramente compuestos de fotos recortadas [...] casi siempre combinados con elementos tipográficos” (Bravo Ruiz, 2010, 153).

La idea del fotomontaje surgió de manera ingenua y desinteresada. Por ejemplo, si los fotógrafos necesitaban una fotografía en la que ciertas personas aparecieran juntas y era imposible reunirlas, copiaban y pegaban imágenes de cada uno de ellos en un fondo común para todos (Bravo Ruiz, 2010, 154). El objetivo último de tal composición era la imposibilidad de percibir que eran imágenes individuales.

En 1857 se creó –integrando varias imágenes fotográficas– el primer fotomontaje considerado como tal. Se titulaba *Las dos sendas de la vida* y fue obra el pintor sueco Oscar G. Rejlander. “Está compuesto a partir de 30 negativos acoplados, pero disimulando el artificio para imitar una pintura académica” (Brisset, 2010, 36). El francés Laurent creó en 1860 su macroretrato de la familia real española –compuesta por 22 personas–, por la imposibilidad de reunir a todos los miembros. Otros autores, como Gisèle Freund (1993, 47), consideran el primer fotomontaje el realizado entre los años 1843 y 1866 por David Octavius Hill. Esto es debido a que empezó a realizarlo antes que Rejlander, pero lo finalizó muchos años después.

Estos primeros fotomontajes mostraron las posibilidades que ofrecía la fotografía para expresar lo que se deseaba. Esto fue aplicado por los políticos para engañar al pueblo porque era la propaganda ideal. Las imágenes eran manipuladas en beneficio propio y

tenían un poder de seducción infalible porque la manipulación era indetectable por la sociedad, que consideraba a las fotografías como testigos fieles. El desarrollo del carácter político del fotomontaje se debe a dos fotógrafos: Pierre Petit y Ernest Appert. Ambos se basaron en la masacre de comuneros parisinos por parte de la alianza de tropas franco-prusiana. En 1871, Petit enmarcó los retratos de clérigos asesinados en forma de medallones y Appert representó las ejecuciones de dichos clérigos. Estas composiciones son consideradas los primeros fotomontajes políticos. Frank Hurley es reconocido por sus fotomontajes sobre la I Guerra Mundial, utilizados como propaganda (Brisset, 2010, 36).

Será alrededor de 1924 cuando el fotomontaje político adquiera su culmen gracias a los primeros fotomontajes ideológicos y al cartelismo artístico (Brisset, 2010, 39). En este momento, los fotomontajes dejan de ser desinteresados para convertirse en un medio propagandístico con unos fines claramente intencionados de manipular la información.

Los grandes totalitarismos que han marcado la historia del mundo han sido los que más han explotado este tipo de técnica como propaganda. Esto fue posible a partir de que a mediados del siglo XIX naciera la técnica del retoque, que conseguía mejorar el aspecto físico de una persona eliminando todos los detalles considerados molestos. Pero también se eliminaban o se incluían personajes según interesaba. Y es aquí cuando la imagen fotográfica se convierte en un problema ético, cuando puede ser utilizada para falsificar los hechos deliberadamente (Caballo Méndez, 2005, 41).

El caso más interesante es el de Joseph Stalin. Él escribió su propia versión de la historia de la Unión Soviética mediante la alteración de las fotografías previas a su ascensión. Este es el caso de una fotografía del 5 de mayo de 1920, en la que aparece Lenin dando un discurso ante las tropas antes de ir al frente en Ucrania –recién invadida–. En la fotografía original también aparece León Trotsky –entonces ministro de guerra–, que posteriormente sería eliminado de los altos cargos del Partido Comunista por una disputa interna alrededor de 1925. Por dicho motivo, la figura de Trotsky fue borrada de la fotografía por no ser digno de aparecer en la historia de la Unión Soviética. También fue eliminado de dicha fotografía Lev Kámenev –miembro del Politburó–.

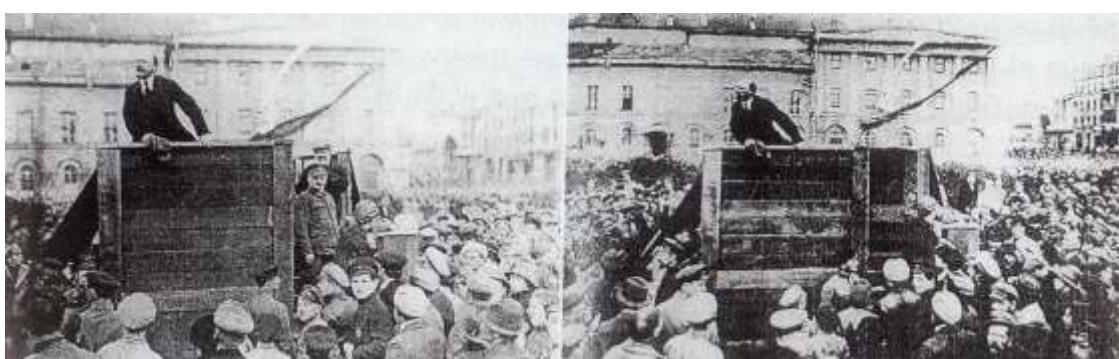


Fig. 1. Lenin da un discurso a las tropas ante el Teatro Bolshoi de Moscú. Imagen original con Trotsky y Kamenev (izda) y manipulada en la que se han eliminado a estos dos. 5 de mayo de 1920. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 33)

Además de limpiar lo que él consideraba negativo del pasado de la Unión Soviética, también ordenó que le incluyeran en algunas fotografías claves del triunfo del partido. Por ejemplo, “en una recepción de Estado que se le dio a Lenin en Finlandia, Stalin hizo colocar su imagen junto a la del entonces líder de la URSS, cuando en verdad, ese mismo día, el futuro dictador se encontraba en Petrogrado” (Caballo Méndez, 2005, 42).

Una vez que Stalin llegó al poder no cesó su obsesión por la distorsión de las fotografías. En este caso, eliminó a uno de sus cooperantes de una fotografía porque este había sido ejecutado. Por este hecho, Stalin consideró que aparecer junto a él podía perjudicar su imagen.



Fig. 2. En la fotografía original (izda) aparecen Voroshilov, Molotov, Stalin y Yezhov. En la fotografía manipulada (dcha) desaparece Yezhov. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 31)

Pero la dictadura estalinista no fue la única que distorsionó fotografías en beneficio propio. El siguiente caso tiene como protagonista al nazismo alemán. Adolf Hitler mandó retocar una fotografía de seis personas en un jardín, tres mujeres y tres hombres. En la fotografía aparecían –entre otros– la actriz Leni Riefenstahl y el jefe de propaganda de aquel entonces, Joseph Goebbels. Este último fue eliminado de la imagen original porque se creía que la actriz era amante tanto de Goebbels como de Hitler, y esto podía dañar la imagen del dictador.

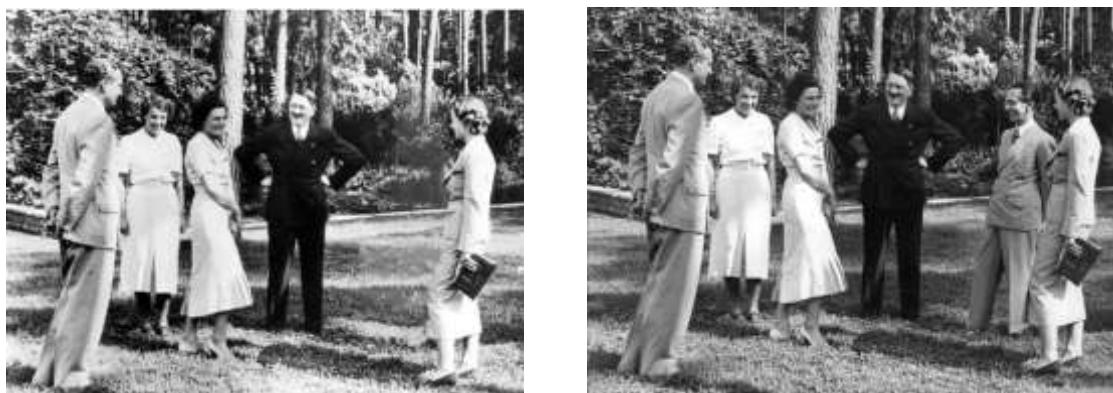


Fig. 3. En la imagen original (izda) aparecen en un jardín Hitler, Goebbels y la actriz alemana Leni Riefenstahl con tres personas más. En la imagen manipulada (dcha) Goebbels desaparece. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 35)

En España, el franquismo no dejó pasar la oportunidad de mejorar la imagen del dictador Francisco Franco, pero sin manipulaciones tan alarmantes como las de Stalin en Rusia. La fotografía distorsionada más conocida es la de la entrevista que mantuvo el general con Adolf Hitler en Hendaya (Francia) el 23 de octubre de 1940. En la fotografía original, ambos dictadores pasan revista a las tropas allí presentes (Figura 4). En esta se pueden observar varios detalles que pudieron llevar a la posterior manipulación de la fotografía: Franco aparece con los ojos cerrados y la diferencia de altura con Hitler es notable. Esta imagen fue retocada varias veces. Una primera fotografía era igual que la original, con la diferencia de que Franco tenía los ojos abiertos (Figura 5). Esta fue descubierta en 2006 en el archivo gráfico de la Agencia EFE. La segunda fotografía es radicalmente distinta a la original (Figura 6): “las figuras de Franco y Hitler fueron tomadas de otro acto anterior y pegadas sobre el original de Hendaya, probablemente para realzar su imagen (porque además parece ser de la misma altura que el dictador alemán). También son falsos los dos militares que aparecen detrás de Hitler” (Caballo Méndez, 2005, 51). Esta fotografía fue distribuida por la Agencia EFE y su manipulación se descubrió en el año 2000.



Fig. 4. Imagen original de Hitler y Franco pasando revista a las tropas alemanas en Hendaya. Fue descubierta en el año 2000 en el archivo gráfico de la Agencia EFE. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 52)



Fig. 5. Imagen manipulada de Hitler y Franco pasando revista a las tropas alemanas en Hendaya. Franco aparece con los ojos abiertos, no cerrados como en la original. Imagen descubierta en 2006. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 53)



Fig. 6. Imagen manipulada de Hitler y Franco. El fondo de la imagen se mantiene, pero la fotografía de los dos pertenece a otro acto. Imagen descubierta en el año 2000. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 51)

El dictador italiano Benito Mussolini también manipuló fotografías para exaltar su imagen. Este “mandó manipular una fotografía en la que aparece montando a caballo, tarea que al parecer no le resultaba nada fácil al líder del Partido Nacional Fascista. En la primera imagen un ayudante sujetaba las riendas del caballo y en la siguiente, gracias a la técnica de la falsificación y manipulación, habían desaparecido” (Caballo Méndez, 2005, 54).

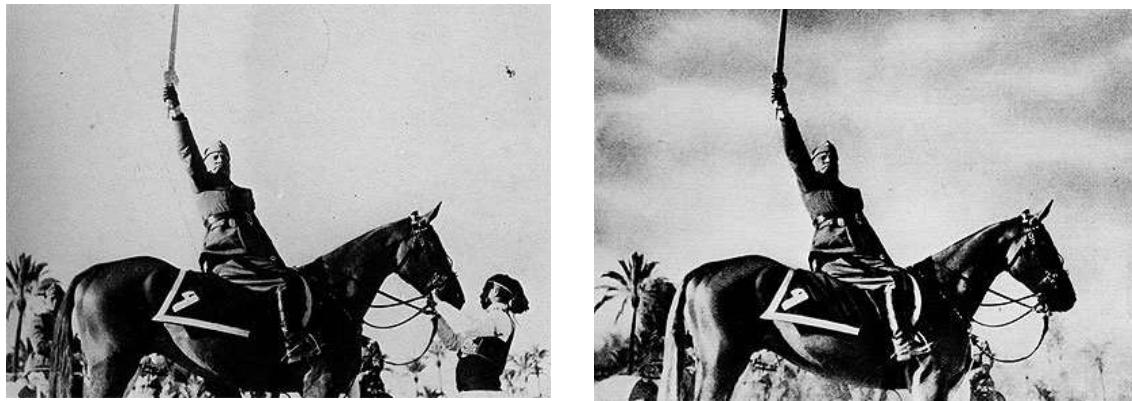


Fig. 7. Imagen original de Mussolini encima de un caballo sujetado por un ayudante (izda) e imagen manipulada sin el ayudante (dcha). Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 36)

Pero el fotomontaje no solo ha sido protagonista en los totalitarismos y en la política, sino que también lo ha sido en otros campos como la publicidad. A partir de 1970, esta disciplina aprovechó el potencial del fotomontaje para conseguir unos anuncios más impactantes (Caballo Méndez, 2005, 40).

El fotomontaje –con unas técnicas que ahora serían consideradas rudimentarias– ha ampliado sus posibilidades en las últimas décadas gracias a grandes innovaciones tecnológicas. Una de ellas es la aparición de los programas informáticos de edición de imágenes –como *Photoshop*–, que permiten utilizar las mismas técnicas del fotomontaje pero de una manera más sencilla, rápida y difícilmente detectable. Esto ha provocado que la prensa haya publicado en sus páginas miles de manipulaciones que, en la mayoría de los casos, no han sido identificadas por sus lectores.

#### **4. DE LA FOTOGRAFÍA ANALÓGICA A LA FOTOGRAFÍA DIGITAL: NUEVAS TÉCNICAS PARA EL TRATAMIENTO DE LA IMAGEN**

160 años después de la invención de la fotografía se produjeron una serie de inventos que provocaron un cambio en la forma de entender este arte para siempre: cámaras digitales, escáneres, programas de edición de imágenes e Internet. Estos inventos fueron los encargados de poner fin a la fotografía convencional, consiguiendo revitalizar la práctica fotográfica (Ang, 2009, 8). Como aspecto negativo destaca la pérdida de la función testimonial de la fotografía. Esto se debe a que la manipulación de imágenes está al alcance de cualquiera pero su identificación solo al de unos pocos.

La fotografía ha sido siempre producto de la unión entre arte, ciencia y tecnología, la misma que consiguió evolucionar hasta la fotografía digital. En sus inicios, esta solo estaba disponible para usos científicos como la observación interestelar, la vigilancia satélite y la representación de la tierra (Ang, 2006, 13).

La evolución de las cámaras digitales, supuso una mejora técnica y unos precios más asequibles para la ciudadanía. Esto se inició gracias a la llegada del pequeño formato en 1925 y continuó con las investigaciones de otros fabricantes para conseguir diseñar una cámara similar a la *Leica*, ya que Barnack tenía la patente de su diseño. Así, en abril de 1936, se presentó la primera cámara Réflex de un solo objetivo (SLR), la Kine Exakta, que tenía un objetivo de 35mm. Tom Ang (2006, 94) deja abierta la posibilidad de que un año antes se hubiera creado otro modelo, la Russian Sport. Después aparecieron otras marcas como Contax o Polaroid (Sánchez, 1999, 32). Actualmente, las cámaras profesionales que ocupan el mercado son las cámaras réflex de un solo objetivo (DSLR), y también pueden considerarse profesionales las de los móviles.

El funcionamiento de las cámaras digitales y de las analógicas es básicamente el mismo: “consta de un objetivo compuesto por varias lentes que se encarga de dirigir la luz proveniente del objetivo o paisaje a una zona en la que se pone un elemento de captura. En las cámaras tradicionales, en esa zona de captura hay una película sensible a la luz, mientras que en las digitales hay un sensor electrónico que convierte la luz en números que son almacenados en la memoria” (Strizinec, 2005, 23-24).

Estas características permiten dos cosas. Por un lado, el preajuste antes de la toma fotográfica de distintos parámetros: el tiempo de exposición, el obturador, los filtros, el balance de blancos, el ISO, el enfoque, etc. Estas posibilidades permiten que la fotografía se adecúe más a lo que desea el periodista gráfico. En segundo lugar, el almacenamiento de la fotografía y su posible transmisión a un ordenador posibilitan la manipulación de las imágenes, en el sentido tanto positivo como negativo de la palabra.

Con la aparición de las nuevas cámaras digitales, los fotógrafos y los periodistas gráficos cambiaron los procesos químicos por programas de ordenador. Ambas técnicas requieren mucha experiencia para dominarlas, pero el conocimiento de la fotografía

digital requiere una actualización continua por parte del realizador porque sus técnicas evolucionan a un ritmo vertiginoso (Freeman, 2008, 6).

Según Gabriel Strizinec (2005, 23), las cámaras digitales capturan “la imagen real”, pero también pueden “ser deformadas para inducir al engaño” (Ang, 2006, 14). Incluso la definición de fotografía digital elegida hace alusión a ello: “Técnica fotográfica instantánea basada en las nuevas tecnologías digitales y cuyos resultados se pueden transformar y manipular fácilmente utilizando estas mismas técnicas” (Rodríguez Pastoriza, 2014, 13).

Uno de los pioneros en el ámbito de la manipulación fotográfica digital fue el fotógrafo Howard Sochurek. En 1970 consiguió manipular imágenes con un ordenador del que se había desecho la NASA. Como cuenta Tom Ang (2006, 104), su trabajo no se sostenía con la tecnología disponible en el momento: “Tuvo que fotografiar los resultados de sus manipulaciones en una pantalla de televisión, ya que no era posible imprimirlas con una calidad lo suficientemente buena”.

Era tal la aceptación de la manipulación de imágenes en 1993 que se creó el primer programa informativo de edición de estas: *Adobe Photoshop* (versión 2.5.1.). A finales de esa época, editar imágenes no era tarea fácil debido a los bloqueos del ordenador y a respuestas lentas (Ang, 2006, 151). Pero su mejora ha sido tal que “los programas de manipulación digital son vitales para la fotografía digital porque otorgan un control casi total de las imágenes” (Ang, 2006, 160).

Uno de los principales problemas que conlleva la manipulación digital es la imposibilidad de distinguir la imagen original de la manipulada. Esto hace necesario el establecimiento de un límite entre la edición y la manipulación para los medios.

Además de los cambios tecnológicos, hay que destacar la modificación de la profesión del periodista gráfico. Las nuevas técnicas, la mejora de la calidad y la mayor comodidad a la hora de trabajar supusieron la obtención de resultados de mayor calidad. Uno de los mayores cambios fue la inmediatez: “El hecho de poder revisar las fotos segundos después de haberlas hecho en la propia cámara digital nos permitirá repetir inmediatamente una toma que haya salido mal, sin tener que esperar a recibir las fotografías del laboratorio” (Strizinec, 2005, 3). Otro de los cambios es el aumento del ámbito de difusión de la fotografía, que implica una mayor responsabilidad.

#### **4.1. Los límites de la edición con los nuevos programas**

La manipulación de imágenes puede tener como fin mejorar la calidad de una fotografía u orientar la opinión de las personas que la observan –algo peligroso en el periodismo–. Estas dos opciones pueden realizarse a través de los programas de edición de imágenes. La mejora de la calidad dependerá de herramientas como el brillo, el color, el contraste o la nitidez. Pero si se realiza un mal uso de estas herramientas, puede convertirse en una manipulación. Por ejemplo, el aumento del contraste o la modificación del color en un retrato puede modificar la imagen que los lectores se hacen de esa persona porque

puede estar condicionando su caracterización. Puede parecer una persona agresiva. Otro ejemplo es el aumento de la nitidez, ya que si esta se aplica para resaltar una parte y obviar otras –eliminando elementos del plano principal– se estaría condicionando la esencia de la imagen al focalizar la atención del lector.

Hay otras herramientas de los programas de edición de imágenes, no tan relacionadas con la calidad en las que también es necesario establecer un límite. El uso del recorte de la imagen será legítimo siempre y cuando no elimine elementos o información que puedan condicionar la visión del lector. El límite del volteo de la imagen dependerá también del contenido de la fotografía, es decir, si el hecho de que los elementos aparezcan a la izquierda o a la derecha de la imagen es una información relevante para el resultado final.

Por último, hay técnicas destinadas a cambiar la esencia de la imagen. Entre estas se encuentra el retoque del aspecto físico de las personas –en concreto de modelos para revistas–: perfilar la nariz, mejorar la dentadura, eliminar la celulitis, reducir el contorno, etc. Estas manipulaciones crean una imagen falsa de las modelos. Otra técnica es la aplicación de filtros a las fotografías, que pueden modificar el efecto de las imágenes en las personas: filtros que evocan antigüedad, romanticismo o tragedia según sus colores y texturas.

Pero entre estas herramientas destaca la importancia de la clonación, alteración o eliminación de objetos y/o personas, la aplicación de parches y la unión de varias fotografías. Si estas herramientas se usan en periodismo se están violando aspectos relevantes de la ética periodística.

Algunos de los programas de edición de imágenes que permiten todas estas acciones son:

- a) Nivel medio: *Adobe Photoshop Elements*, *Roxio Photosuite*, *Arcsoft Photostudio*.
- b) Nivel avanzado: *Adobe Photoshop*, *Corel Paint Shop Pro*, *CorelDRAW Graphics*.
- c) Nivel especializado: *Adobe Photoshop Album*, *Extensis Portfolio*, *Roxio Toast*, *ACDSee*, *Corel Painter*.

El problema no está en la existencia de los programas de edición de imágenes, sino en el uso que los profesionales de la imagen hacen de ellos. Como profesionales, hay que conocer bien los límites de la edición para informar con rigor.

## 5. DIMENSIÓN TÉCNICA DE LAS MANIPULACIONES FOTOGRÁFICAS

Las manipulaciones fotográficas fueron estudiadas por E. Rodríguez Merchán (1992) en su tesis sobre la fotografía en la prensa española. Más recientemente, han sido analizadas en una monografía cuyos autores D. Caballo Ardila y D. Caballo Méndez (2011), daban continuidad a sus respectivas tesis doctorales (1995 y 2005).

En su tesis, E. Rodríguez Merchán (1992) clasifica las manipulaciones según el momento del proceso fotográfico en el que es fragmentada la realidad:

- a) Según la *selección del acontecimiento*, otorgándole un determinado grado de relevancia a una fotografía.
- b) Según la *focalización*, el punto de vista personal e informativo que el fotógrafo impone en su fotografía.
- c) Según la *elección técnica* que utiliza el fotógrafo para fotografiar la escena. Por ejemplo la elección de materiales, iluminación, etc.
- d) Según la *manipulación técnica* que puede realizarse en el procesado del material. Esto se refiere a las técnicas realizadas en el laboratorio.
- e) Según la *mediación informativa* que impone el aparato redaccional al material aportado por el fotógrafo.

Por su parte, D. Caballo Méndez (2005) clasifica dichas manipulaciones atendiendo a tres criterios distintos:

- a) Según el *possible efecto* provocado en los receptores:
  1. Manipulaciones de mayor importancia, en las que se cambia el significado de la imagen sin previo aviso al lector.
  2. Manipulaciones de importancia media, realizadas con propósitos estéticos y artísticos, que pueden ser advertidas al lector, o no.
  3. Manipulaciones de menor importancia, en las que tan sólo se modifican levemente las fotografías.
- b) Según las *motivaciones del emisor*: Estas pueden ser ideológicas, económicas, estéticas, instrumentales o humorísticas.
- c) Según la *técnica empleada*: Las más frecuentes son inserción, eliminación, sustitución o duplicación de fotografías.

Reuniendo las aportaciones de Rodríguez Merchán (1992) y de Caballo Méndez (2005) es posible proponer una nueva clasificación basada en el momento del proceso fotográfico en el que se realizó la manipulación:

- a) Manipulación en la *toma fotográfica*. Producida en el momento de realización de la fotografía. El fotógrafo debe decidir, entre otras cosas, qué parte de la realidad selecciona, y su decisión estará condicionada por sus creencias o experiencias anteriores.

- b) Manipulación *a través de la edición*. Producida una vez realizada la fotografía mediante las herramientas disponibles en los programas de edición de imágenes. Las más frecuentes son:
1. Recorte: consiste en reducir algunos de los márgenes de una fotografía para conseguir un enfoque distinto.
  2. Eliminación de elementos sustanciales de una fotografía: borrar elementos sustanciales de una imagen.
  3. Inserción de elementos en una fotografía: añadir elementos que no estaban presentes en el momento de la toma fotográfica.
  4. Alterar elementos de una fotografía: cambiar el lugar de los elementos que aparecían en la imagen original.
  5. Sustitución de los elementos de una fotografía: reemplazar un elemento de la fotografía por otro que no estaba presente en el momento de la toma fotográfica.
  6. Unir dos fotografías: seleccionar la parte deseada de dos fotografías para unirlas posteriormente formando una sola imagen.
  7. Cambios cromáticos: alterar los colores de una fotografía para conseguir el efecto deseado.
  8. Voltear una imagen: modificar la orientación de la fotografía horizontal o verticalmente.
  9. Retoque estético: retocar una fotografía con el objetivo de mejorar el aspecto físico de la persona que aparece.
- c) Manipulación *a través del pie de foto*. Se producen si las personas que aparecen en la fotografía no están identificadas correctamente, si se les atribuyen características subjetivas e infundadas o si se identifica como actual una fotografía de archivo.
- d) *Fotomontajes* realizados expresamente para ilustrar una noticia: imágenes creadas de cero añadiendo elementos en un fondo común.

### **5.1. Manipulación en la toma fotográfica**

La elección del ángulo y el enfoque en el momento de realizar una fotografía pueden variar su significado si no se incluyen los elementos sustanciales necesarios para reflejar la realidad tal cual es. Esta decisión depende del fotógrafo, quien utiliza sus conocimientos y sus recursos técnicos para reflejar la realidad, pero el resultado de esto puede estar condicionado por la estética, sus creencias o el interés periodístico. Es decir, la fotografía estará determinada por la subjetividad del periodista, quien tiene la obligación de reflejar la realidad de la manera más fidedigna posible.

Los libros de estilo de la Agencia EFE y de *El País* son los únicos que mencionan algún aspecto relacionado con las posibilidades de manipulación en la toma fotográfica.

La agencia de noticias realiza un análisis mucho más exhaustivo al nombrar expresamente las técnicas autorizadas y prohibidas a la hora de realizar la fotografía. Como sus fotografías son distribuidas a toda la prensa española, tiene una mayor

responsabilidad. Por este motivo, cuenta en su libro de estilo con un apartado específico denominado *La toma fotográfica* (2011, 54): “La esencia de la fotografía de prensa, su mayor valor informativo, es ser un espejo y no deben empañarlo los criterios estéticos ni las conveniencias del interés periodístico, y mucho menos los factores ajenos a la información”. La Agencia EFE (2011, 56) explica que la elección del encuadre de la fotografía estará determinada por la “inclusión de todos los centros de interés”.

Por su parte, el *Libro de estilo* de *El País* (2014, 69) solo hace referencia al encuadre en el momento de la toma fotográfica: “El encuadre de una fotografía selecciona por obligación la realidad ante la que el autor se encuentra, al tratarse de una imagen fija; pero esa captura parcial no debe hurtar elementos relevantes cuya ausencia distorsione el sentido que el lector infiere al mirar la imagen”.

La importancia que tiene el encuadre elegido para la transmisión de información se muestra en el siguiente ejemplo. Las portadas de *El País* y de *La Razón* del día 20 de junio del 2011 incluyen una fotografía de la manifestación del 19-J convocada por los recortes del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy. El acto, que consiguió llenar la Plaza del Sol de Madrid, fue multitudinario. Esta afirmación coincide con la portada de *El País*, pero no con la de *La Razón*, que no muestra a todos los que se aglutinaron en Madrid. Para conseguir una imagen objetiva de una manifestación hay que realizar la fotografía con el plano más general posible, como recomienda el *Libro de estilo* de *El País* (2014, 68): “intentarán reflejar el grado de concurrencia sin subterfugios técnicos (teleobjetivos, grandes angulares...) destinados a ofrecer una mayor o menor densidad de la real”.



Fig. 8. Fotografías de la manifestación del 19-J, publicadas el 20 de junio del 2011. Fotografía subjetiva de *La Razón* –Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 142)- y fotografía objetiva de *El País* –Fuente: Hemeroteca de *El País*-

A la hora de realizar la fotografía también hay que pensar en los elementos que pueden molestar en el plano principal e intentar evitarlos para que no sea necesario el recorte en la edición: “Hay que recordar que los elementos que sobren o distraigan no siempre pueden sacarse al recortar el encuadre en la edición” (Agencia EFE, 2011, 56). Por eso

es recomendable realizar varias imágenes desde distintos ángulos y distintos enfoques para elegir la que mejor refleje la verdad del acontecimiento.

Esto es lo que le ocurrió al diario *ABC* en Pamplona en las Fiestas de San Fermín del año 1988. El diario ilustró su portada con una fotografía del chupinazo desde el Ayuntamiento de Pamplona, pero en la foto original se observaban varias ikurriñas. En vez de elegir otra fotografía en la que no aparecieran, el diario decidió convertirlas en banderas rojas manipulando así la fotografía original. Además, en la portada puede leerse: “Como en años anteriores, grupos minoritarios intentan manipular el significado de las fiestas e instrumentarlas para sus fines. Esta actitud se ha encontrado con el abucheo del pueblo navarro, que quiere que las fiestas de su Patrón transcurran en paz”. En este caso, *ABC* decidió borrar la polémica de su fotografía de portada.



Fig. 9. Imagen original de la Agencia EFE (izda) –Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 100)-. Imagen manipulada en la portada de *ABC* (dcha) sobre la fiesta de San Fermín del día 7 de julio de 1988, en la imagen han desaparecido las ikurriñas – Fuente: hemeroteca de *ABC*.

## 5.2. Manipulación a través de la edición

La manipulación en la edición de imágenes consiste en la utilización de las herramientas disponibles en los programas de edición de imágenes para alterar los elementos que aparecen en las fotografías. Estas herramientas permiten recortar una fotografía; eliminar, añadir, alterar o sustituir los elementos que aparecen en la imagen; unir dos fotografías; realizar cambios cromáticos; voltear una imagen y realizar retoques estéticos. Todas estas técnicas son posibles gracias a la enorme evolución de la tecnología en los últimos años, sin la cual no hubiera sido posible el desarrollo de estos programas de edición. Para editarlas, es imprescindible contar con dichos programas.

Los libros de estilo de *El Mundo*, *El País*, *La Vanguardia*, la Agencia EFE y Vocento hacen una mención –por mínima que sea– a la manipulación de imágenes a través de una frase similar: “Las imágenes obtenidas no se pueden manipular, salvo para mejoras técnicas” (El País, 2014, 67). Pero solo los de *La Vanguardia* y la Agencia EFE han elaborado una lista con técnicas permitidas y prohibidas.

*La Vanguardia* (2004, 30) asegura que tiene una responsabilidad ante sus lectores y que “todo lo que suponga una distorsión de la realidad existente ante la cámara en el momento de tomar la fotografía es éticamente reprobable”. Las técnicas prohibidas incluyen añadir, eliminar o alterar elementos o personas y “desvirtuar la imagen para potenciar algún color con la intención de ganar dramatismo”.

Por su parte, la Agencia EFE (2011, 247-248) habla de los límites permitidos: “Las fotos no se procesarán más que lo estrictamente necesario para su publicación y aunque los programas informáticos tienen un enorme potencial gráfico, solo se debe utilizar el mínimo razonable requerido para la difusión de la imagen, sin que en ningún caso se puedan alterar, quitar o añadir sus elementos sustanciales”. Entendemos que se aclaran los límites de los retoques porque en el libro de estilo están permitidas algunas técnicas cuyos límites pueden sobrepasarse con facilidad: “recortar la toma; mejorar el encuadre; ampliar para excluir distracciones; mejorar de forma limitada el balance, tono, color, contraste y definición; aclarar u oscurecer razonablemente imágenes sin la exposición adecuada; disimular reflejos; forzar imágenes mal expuestas, de mucho interés, solo para permitir su publicación” (2011, 248). Dentro de las no permitidas, además de incluir las mismas que el libro de estilo de *La Vanguardia*, añade el difuminado o el aumento de nitidez de ciertas zonas.

A continuación se ejemplifican las manipulaciones que permiten los programas de edición de imágenes.

### **5.2.1. Recorte**

Recortar una imagen consiste en eliminar determinadas partes del margen de esta para cambiar el enfoque o destacar algún elemento al aislarlo. La manipulación se produce cuando se eliminan partes sustanciales de la fotografía que permitían su entendimiento o sin las cuales la información no está completa. Este recorte se suele realizar de manera intencionada para eliminar lo que no le interesa al fotógrafo o al periódico. Esta técnica es muy utilizada por los medios de comunicación para adaptar la fotografía realizada al espacio que el periódico ha considerado adecuado para ella. Debido a esto, a veces es necesario convertir en vertical una fotografía en horizontal o viceversa. Esto no conlleva ningún problema si se realiza adecuadamente.

Los libros de estilo analizados que recogen esta técnica en sus páginas son los de la Agencia EFE y *La Vanguardia*. El primero permite, en su apartado *Edición fotográfica* (2011, 248), “recortar y redimensionar la zona” pero, en el siguiente punto añade que está permitido “mejorar el encuadre sin ocultar ningún elemento significativo”. En este caso, la Agencia EFE ha sabido establecer el límite de la edición. El libro de estilo de *La Vanguardia* (2004, 65) solo hace referencia al recorte necesario para la maquetación:

“al maquetar, ha de ser respetado el formato original de la foto –vertical o apaisado–, y el corte que se efectúe para la compaginación de la página será lo menos agresivo posible con el original”.

Un ejemplo de esto es el recorte que sufrió la fotografía que la agencia estadounidense United Press International (UPI) había suministrado a la Agencia EFE en 1983. En la fotografía aparecían el entonces presidente del Gobierno, Felipe González, y su mujer, Carmen Romero, en un acto oficial en México. Lo particular de esta fotografía era que mostraba la caída por unas escaleras de Carmen Romero, acción que la Agencia EFE intentó ocultar recortando la mitad de la fotografía, permitiendo observar solo la cara de esta. Caballo Ardila y Caballo Méndez (2011, 64) aseguran que un portavoz de UPI en México confirmó a *El País* las amenazas de un responsable de EFE para que la fotografía no fuera distribuida en España porque esta dejaba en un mal lugar a la mujer del presidente español. Fue el periódico *El País* el que destapó la manipulación considerando la caída un incidente anecdótico y destacando que podría haberse evitado.



Fig. 10. Fotografía original de la Agencia EFE en la que se muestra la caída de Carmen Romero, mujer de Felipe González (izda). Fotografía recortada por EFE para disimular la caída. Junio de 1983. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 62)

### 5.2.2. *Eliminación de elementos de una fotografía*

Esta técnica permite eliminar algunos elementos de la fotografía sin modificar el tamaño de esta. A diferencia de la técnica del recorte, esta permite eliminar solamente el elemento que deseamos –aunque esté en medio de la fotografía–. Tras la eliminación, en la fotografía queda un espacio en blanco que suele ser cubierto a través de la técnica de la clonación. Esta consiste en copiar una parte del fondo para pegarla en el espacio en blanco. Esta técnica requiere una gran habilidad de los programas de edición para pasar desapercibida.

Los libros de estilo de *La Vanguardia* y de la Agencia EFE recogen esta técnica. El primero de ellos hace alusión a ella como una técnica “prohibida” porque este diario tiene “un compromiso de veracidad para con sus lectores que no puede ser traicionado bajo ningún concepto” (*La Vanguardia*, 2004, 50). Por su parte, la Agencia EFE (2011, 1247) dice que “en ningún caso se pueden alterar, quitar o añadir sus elementos sustanciales” aunque los programas informáticos tengan un enorme potencial gráfico.

Un ejemplo de esto fue publicado el 22 de abril del 2011 en *La Gaceta*, quien manipuló una fotografía facilitada por la Agencia EFE. En este caso lo que se eliminó fue la esvástica tatuada en el brazo de uno de los legionarios del Tercio “Duque de Alba” que transportaba al Santísimo Cristo de la Buena Muerte un Jueves Santo.



Fig. 11. Fotografía original de la Agencia EFE de una procesión de Málaga. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 141)



Fig. 12. Detalle de la fotografía original en la que se ve la esvástica (arriba). Detalle de la manipulación realizada por *La Gaceta* en la que desaparece la esvástica (abajo). 22 de abril del 2011. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 141)

Un segundo ejemplo es la manipulación que realizó el Grupo Leche Pascual para una publicidad que insertó en el periódico *El País*. La Selección Nacional de Waterpolo acababa de ganar el Campeonato Mundial y el grupo aprovechó para recordar que apoyaba al Equipo Olímpico Español patrocinando el programa de preparación de los deportistas. La fotografía elegida fue la distribuida por la Agencia EFE el 17 de enero de 1998, cuatro días antes de la publicación de la publicidad. En ella aparecían dos jugadores celebrando la victoria en el agua y en el gorro de ambos se podía ver una bandera de España. Para su publicidad, Grupo Leche Pascual decidió cambiar la bandera por el logotipo de su marca.

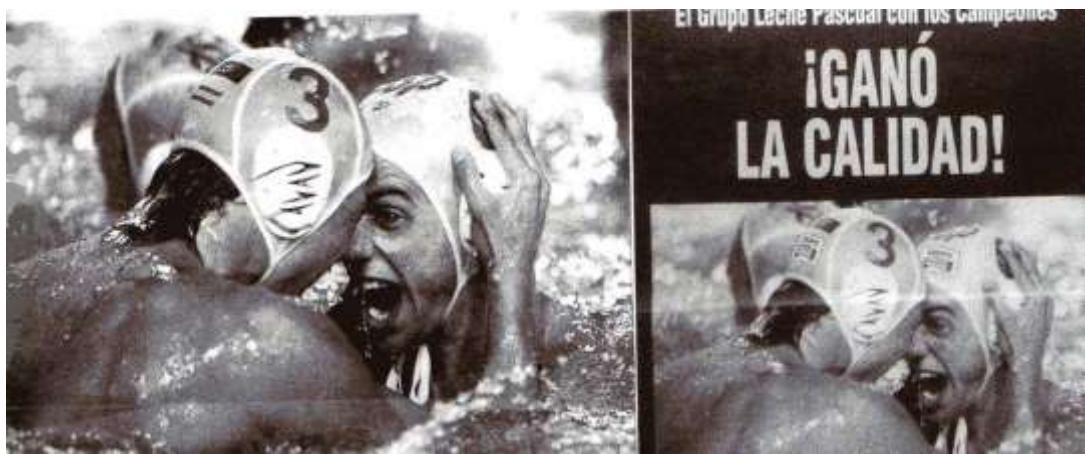


Fig. 13. Fotografía original de AP de la victoria de la Selección Nacional de Waterpolo (izda), publicada en *El País* el 18 de enero de 1998. Fotografía manipulada utilizada para su publicidad (dcha). Las banderas de España se convierten en publicidad de Leche Pascual. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 183)

En la primera manipulación se ha utilizado la técnica de la clonación, mientras que en el segundo se ha colocado la imagen que deseaba Grupo Leche Pascual. Pero en otras ocasiones, los periódicos no se molestan en llenar el hueco que ha quedado vacío. Este es el caso del diario *ABC*. Para la portada del 20 de abril de 1996 eligieron una fotografía de archivo de un partido en el que se enfrentaban el Atlético de Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Las camisetas de los madrileños llevaban en su parte delantera una publicidad en la que se podía leer: “Marbella”. La dirección del diario decidió eliminar dicha publicidad poniendo un cuadro blanco en su lugar. Como bien señalan Caballo Ardila y Caballo Méndez (2011, 135), es mejor elegir una fotografía en la que no se muestre la publicidad que quieren evitar, que recurrir a la “burda manipulación”.



Fig. 14. Portada manipulada de *ABC* del día 20 de abril de 1996. Se ha eliminado la publicidad de las camisetas. Fuente: Hemeroteca de *ABC*

### 5.2.3. Insertar elementos a una fotografía

Esta técnica consiste en introducir elementos en la fotografía, que no aparecían en la original. Para intentar descubrir este tipo de manipulación, pueden analizarse en profundidad las sombras, la tonalidad o el brillo del elemento incluido, porque si estos no coinciden con el resto de elementos puede ser muy fácil de detectar.

Los libros de estilo que recogen esta técnica son los de *La Vanguardia* (2004, 50) y la Agencia EFE (2011, 248). Esta aparece en ambos como una técnica no permitida.

Un ejemplo de esto es una fotografía que ilustraba una prueba de misiles de corto y largo alcance en Irán. En la fotografía –publicada por los diarios *Los Ángeles Times*, *Chicago Tribune* o el *Financial Times* el 11 de julio del 2008– se observan cuatro misiles que acaban de ser lanzados. Pero en la foto original se puede ver como solo se consiguen lanzar tres de ellos, ya que el despegue del cuarto falló. Según el diario español *El Mundo* (2008), la manipulación la descubrió *The New York Times*, quien “muestra en una infografía cómo el tercer misil que aparece es en realidad la suma de otros dos”. La fotografía, según dicho diario, tuvo su origen en la Agencia de Noticias Sepah, “brazo mediático de las Guardias revolucionarias Iraníes”.



Fig. 15. Fotografía original de la prueba de misiles iraníes descubierta por *The New York Times* (izda). Fotografía manipulada por la Agencia de Noticias Sepah en la que se copia el misil fallido (dcha). 11 de julio del 2008. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 79)

Otro ejemplo de inserción de elementos en una fotografía lo protagonizó el diario tinerfeño *El Día*, el 12 de septiembre del 2001. La imagen correspondía al atentado de las Torres Gemelas de Nueva York, ocurrido el día anterior. En la fotografía, una de las torres fue clonada –con el impacto de uno de los aviones–, además estaba estallando otro avión en una de ellas y por la derecha de la imagen se observa cómo se aproxima un cuarto avión. Dicha manipulación no puede estar de ninguna manera justificada, ya que el dramatismo de la imagen por sí misma no precisaba de ninguna ayuda más.



Fig. 16. Portada manipulada del diario tenerfeño *El Día*. 12 de septiembre del 2001. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 139)

#### 5.2.4. Alterar elementos de una fotografía

Esta técnica consiste en alterar el orden de los elementos que aparecen previamente en una fotografía para conseguir el efecto deseado por parte del interesado.

Esta manipulación es recogida en el libro de estilo de *La Vanguardia* (2004, 50). Esta es considerada otra de sus técnicas prohibidas, como la inserción y la eliminación.

Un ejemplo de esto es la manipulación que realizó el diario egipcio *Al Ahram*, quien el 14 de septiembre del 2010 publicó en su portada una fotografía en la que aparecía el presidente egipcio, Hosni Mubarak, junto a otros líderes políticos. En la fotografía original aparecen caminando el rey Abdalá II de Jordania, el primer ministro de Israel, Benjamin Netanyahu, el líder palestino Mahmud Abás y el presidente de Estados Unidos, Barack Obama, encabezando el grupo. Pero en la fotografía que publicó el diario egipcio aparece Mubarak en primer lugar, en lugar de Obama. Según *El Mundo*, el diario justificó su uso asegurando que lo hizo “para destacar el papel del mandatario en las negociaciones entre israelíes y palestinos” (El Mundo, 2010).



Fig. 17. Fotografía original de una agencia internacional con Obama encabezando (izda). Fotografía manipulada por el diario egipcio *Al Ahram*. 14 de septiembre del 2010 (dcha). Fuente: (El Mundo, 2010)

### 5.2.5. Sustitución de los elementos de una fotografía

Esta técnica se realiza de forma similar a la clonación posterior a la eliminación de un objeto de la fotografía. En este caso, lo que se hace es sustituir un elemento por otro manteniendo solo la parte de la imagen que interesa.

Esta herramienta de manipulación no aparece mencionada en ninguno de los libros de estilo analizados.

Un ejemplo de sustitución de elementos se produjo en el diario *As* el 16 de junio del 2002. En la fotografía publicada en portada aparecían los entonces jugadores de la selección española de fútbol Fernando Morientes y Raúl González. Nada parecía indicar que se trataba de una fotografía manipulada hasta que se comparó con la original de la Agencia EFE, que fue publicada en periódicos como *La Vanguardia*. En la fotografía original, como se puede observar, aparecía Diego Tristán, jugador entonces del Deportivo de La Coruña, en lugar de Morientes.



Fig. 18. Fotografía original de la Agencia EFE (Izda). Fotografía manipulada utilizada para la portada de *As* del 15 de junio del 2002 (dcha). En ella se ha cambiado a Tristán por Morientes. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 102)

El siguiente ejemplo sucedió en el diario venezolano *Tal Cual*. Ocurrió el 26 de septiembre del 2003, el diario decidió cambiar la rosa que portaba en su mano el presidente Hugo Chávez por una pistola. La fotografía pertenece a un foro con mujeres seguidoras del proceso bolivariano en Caracas.



Fig. 19. Fotografía original de Hugo Chávez con una rosa en la mano, del 26 de septiembre del 2003 (izda). Fotografía manipulada en la que se sustituye la rosa por una pistola, publicada el 27 de septiembre del 2003 (dcha). Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 80)

### 5.2.6. Unión de dos fotografías

Esta técnica consiste en la unión de varias fotografías para conformar una única imagen. Para realizarla es necesario contar con más de una fotografía, seleccionar la parte que interesa de cada una de ellas y unirlas. Para que la manipulación pase inadvertida es necesario pulir aquellas zonas de ambas fotografías que no cuadren.

Este tipo de manipulación no aparece en ninguno de los libros de estilo analizados.

En el siguiente ejemplo *El Mundo* decidió hacer uso de esta técnica para su portada del día 7 de septiembre del 2009. En una de las fotografías que fue unida, aparecía Zapatero junto a Alfonso Guerra y José Ángel Fernández Villa y, en la otra, Zapatero con Leire Pajín y Bibiana Aído. El resultado fue una fotografía en la que aparecían los cinco componentes de las otras dos imágenes, en ella aparecían los cuatro ministros con el puño en alto. Las imágenes originales pertenecían a Reuters, quien expresó su decepción “con la decisión de *El Mundo* de utilizar dos fotografías originales para componer una sola imagen” (Caballo Méndez, 2011, 133). Después de la manifestación de Reuters, *El Mundo* publicó la fotografía manipulada a cinco columnas en la que se podía leer el siguiente pie de foto: “Imagen publicada el pasado lunes por este diario, donde se puede apreciar que simplemente se unieron dos fotografías y no hubo manipulación alguna”.



Fig. 20. Fotografías originales de la agencia británica Reuters. En la fotografía de la izquierda aparece Zapatero junto con Leire Pajín y Aído y, en la de la derecha, junto con Guerra y Fernández Villa. 7 de septiembre del 2009. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 133)



Fig. 21. Fotografía resultante de la unión de las dos anteriores, realizada por *El Mundo*. Portada del día 7 de septiembre del 2009. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 133)

El siguiente ejemplo tiene como protagonista la habitual felicitación navideña de la familia real española, en concreto, la del año 2005. En ella aparecen los entonces reyes de España junto con sus siete nietos –la infanta Sofía todavía no había nacido-. La felicitación provocó una gran polémica al descubrirse que era un fotomontaje de dos fotografías anteriores. Lo más sorprendente de la historia es que la autora de dicha acción fue la reina Sofía: “Tenía la foto del rey y mía con Leonor, así que cogí la del verano anterior en Mallorca con los otros nietos y los coloqué debajo” (El Mundo, 2008), contó doña Sofía a dos periodistas de la Agencia EFE y ABC. Además, la reina se rió de algunos de los comentarios que habían aparecido en la prensa: “que si Victoria no tenía brazos –que tampoco los tenía en el original– y no sé cuántas cosas más. Pero no me importa, estaba orgullosísima”. Si el fotomontaje hubiera sido presentado desde el principio como tal y se hubiera sabido que la autora era la reina, las reacciones no hubieran sido las mismas.



Fig. 22. Fotomontaje realizado por la reina Sofía para la felicitación navideña de la familia real. Navidades del año 2005. Fuente: (El Mundo, 2008)

### **5.2.7. Cambios cromáticos**

Esta técnica consiste en alterar el color de la imagen –potenciarlo o debilitarlo– con la intención de generar un sentimiento provocado: dramatismo, melancolía, tristeza, alegría, etc.

Los libros de estilo que mencionan esta técnica son los de *El País*, *La Vanguardia* y la Agencia EFE. El del diario *El País* (2014, 69) dice que no se puede “alterar una fotografía obtenida en blanco y negro, ni alterar la fisionomía o el aspecto de ninguna persona”.

El libro de estilo de la Agencia EFE (2011, 248) recoge esta manipulación tanto en sus técnicas autorizadas como prohibidas. En las autorizadas pone como límite “equilibrar las luces altas y las sombras, pero sin realce artificial” y, en las prohibidas, dice lo siguiente: “Introducir cambios cromáticos que alejen significativamente la toma del original”.

En el libro de estilo de *La Vanguardia* (2004, 50), la posibilidad de un cambio cromático aparece en la lista de técnicas no autorizadas.

Uno de estos cambios cromáticos fue lo que motivó la denuncia de la revista *Newsweek* a *Time* en 1994. El deportista y actor O.J. Simpson estaba acusado de asesinar a su ex novia y al novio de esta, y ambas revistas publicaron el retrato policial del deportista en su portada. Pero las fotografías eran muy distintas. *Time* decidió modificar la sombra de la fotografía de manera que esta era más oscura y daba una sensación amenazante y cruel. Este cambio podía orientar el sentimiento de los lectores hacia el supuesto asesino, que todavía no había sido juzgado.



Fig. 23. Misma fotografía de O.J. Simpson en las portadas de *Time* (retocada) y *Newsweek* (original). 27 de junio de 1994. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 114)

#### 5.2.8. *Voltear una imagen*

Con esta técnica la imagen se puede voltear horizontal o verticalmente. Esto significa que si se realiza horizontalmente, los elementos que estén en la parte derecha pasarán a estar en la izquierda y viceversa. Lo mismo ocurrirá con el volteo vertical: lo de arriba quedará abajo y lo de abajo arriba. Esta técnica suele utilizarse, por ejemplo, para conseguir que la persona que hay en la fotografía mire hacia el lado deseado. El volteo de la imagen no tiene por qué suponer una manipulación de la verdad. Esto dependerá de la importancia que tenga que los elementos estén a un lado u al otro.

A pesar de que la gravedad de esta manipulación es menor en relación con las mencionadas anteriormente, algunos libros de estilo es a la única a la que hacen referencia. Por ejemplo, es una de las pocas manipulaciones que prohíbe *El Mundo* (2002, 68): “No se podrán manipular para cambiar la orientación de las personas de derecha a izquierda o viceversa”. Y *El País* (2014, 69) añade lo siguiente: “Ni siquiera con el propósito de que el personaje fotografiado dirija su vista hacia la información a la que acompaña”.

El caso que se muestra a continuación no supone una distorsión de la esencia de la imagen porque lo único que cambia es el lugar del escudo de la camiseta del jugador. El

volteo de la fotografía se realizó para la portada de *Marca* de julio del 2002. En la imagen aparece el jugador de fútbol Ronaldo besando la copa del mundo que acababa de ganar. La fotografía original pertenecía al periodista Alberto Estévez de la Agencia EFE y, en *Marca*, aparecía sin firma. En este caso, el volteo se produce para que el logotipo del diario no oculte parte de la cabeza del jugador.

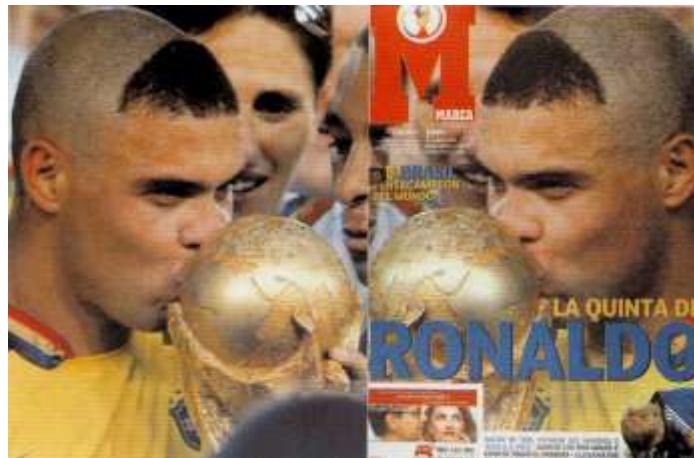


Fig. 24. Fotografía original de la Agencia EFE de Ronaldo besando la copa del mundo, del día 30 de junio del 2002 (izda) y volteada por *Marca* para su portada del 1 de julio del 2002 (dcha). Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 123)

### 5.2.9. Retoque estético

Los retoques estéticos consisten en mejorar partes del cuerpo o el aspecto físico en general de las personas para ofrecer la imagen que desean de los protagonistas. En los medios de comunicación, sobre todo en los relacionados con la moda, es habitual el uso del programa *Photoshop* para esta mejora física. La mayoría de estos retoques pasan inadvertidos, ya que los lectores están acostumbrados a ver modelos perfectas en las revistas.

Los libros de estilo analizados pertenecen a periódicos generalistas, por lo que el retoque no es algo que se practique con regularidad. El único que menciona algo relacionado con esto es *La Vanguardia* (2004, 50) cuando habla de imágenes que incitan actitudes no saludables: “Hay que ser especialmente cuidadoso con las fotos de modelos de excesiva delgadez, que puedan incitar a la anorexia”.

Esto fue lo que ocurrió en esta publicidad de Ralph Lauren, donde el uso del *Photoshop* fue excesivo. En una campaña del 2009, la modelo Filippa Hamilton aparecía extremadamente delgada y con un aspecto poco saludable. Su cintura era claramente fruto del *Photoshop*. En aquel momento, Hamilton tenía 23 años, medía 1,77 metros y pesaba 55 kilos. La modelo, que fue despedida por la firma, aseguró que el motivo fue su peso porque “decían que tenía sobrepeso y que ya no cabía en sus prendas” (El Mundo, 2009). Ralph Lauren aseguró que el despido se debía “a su incapacidad de cumplir con sus obligaciones contractuales”. Quizás debido a la percepción del aspecto físico de la modelo por parte de la marca, realizaron un mal uso del *Photoshop*.



Fig. 25. Filippa Hamilton antes del retoque con Photoshop (dcha) y después del retoque para la publicidad de Ralph Lauren (izda). Campaña publicitaria del 2009. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 173)

A la revista *¡Hola!* no le debió de gustar el aspecto de la entonces Princesa de Asturias, Letizia Ortiz. Además de un claro blanqueamiento dental, la revista decidió retocar un incisivo de doña Letizia, que estaba torcido en la fotografía original.



Fig. 26. La fotografía de la reina Sofía y la reina Letizia en las portadas de *Lecturas* (original) y *¡Hola!* (manipulada). 15 y 16 de julio del 2004 respectivamente. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 203)



Fig. 27. Detalle de los dientes de Letizia en las revistas *Lecturas* (izda) y *¡Hola!* (dcha), donde han sido manipulados. Fuente: (Caballo Méndez y Caballo Ardila, 2011, 203)

Este tipo de retoques no solo se producen en revistas de moda y en mujeres, en el semanario francés *Paris Match* el objetivo fue el presidente Sarkozy. En la fotografía original de la agencia británica Reuters, este aparece remando en una canoa en bañador y se le puede ver un michelín. El medio francés, cuyo dueño es amigo personal de

Sarkozy según Caballo Méndez (2011, 68), decidió hacerlo desaparecer para que la imagen de sus vacaciones no se centrara solo en ese pequeño detalle.



Fig. 28. Fotografía original de la Agencia Reuters de Sarkozy en sus vacaciones (izda) y manipulada por *Paris Match* en la que desaparece el michelín. Agosto del 2007. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 67)

### 5.3. Manipulación a través del pie de foto

El pie de foto es el texto que acompaña siempre a una fotografía en un periódico. Este se suele colocar en la parte inferior de esta y sirve para aportar información específica sobre la fotografía en cuestión. La manipulación a través del pie de foto puede llevarse a cabo de diferentes maneras: si el texto no coincide con la fotografía; si identifica erróneamente a las personas que aparecen; si atribuye características o pensamientos de manera subjetiva e infundada a las personas que aparecen por el gesto que poseen en la fotografía; o si se ha utilizado una imagen de archivo que en el pie de foto se describe como actual.

En la mayoría de los casos, ambos elementos forman una buena combinación. Lo ideal sería que el pie de foto aportara algún dato clave que no pudiera mostrar la fotografía por su propia composición –por ejemplo, datos numéricos–. Pero hay algunos casos en los que el texto de acompañamiento no guarda relación con lo mostrado en la fotografía, es decir, que ambos no “encajan”. Estos casos de ignorancia mutua no tienen justificación porque ambos elementos siempre pueden relacionarse (Alonso, 1995, 74).

Todos los libros de estilo analizados mencionan algo sobre los pies de foto pero no todos sobre la manipulación que se puede realizar a través de estos. Por ejemplo, el de ABC solo se hace referencia a los aspectos técnicos del pie de foto: cuántas líneas debe ocupar, qué información debe incluir, etc.

Todos los demás –*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, Vocento y Agencia EFE– hacen referencia al peligro que supone la utilización de una imagen de archivo: “Hay que tener especial cuidado en la elección: no se pueden sacar fotos de contexto. Es decir, no se

pueden ilustrar informaciones con fotografías tomadas para otro fin” (*La Vanguardia*, 2004, 51).

Y solo los libros de estilo de la Agencia EFE y de *La Vanguardia* mencionan la prohibición de acusar gratuitamente a las personas que aparecen en la fotografía: “Se debe cuidar al difundirlas de no causar perjuicios o malentendidos ni hacer consideraciones atribuibles a la Agencia por la relación con el momento presente de las personas o situaciones fotografiadas en circunstancias y tiempos distintos” (Agencia EFE, 2011, 119). Pero, si se utiliza, “deberá expresarse en el pie a qué fecha y situación corresponde la fotografía” (*El País*, 1996, 23).

Un ejemplo de error de concordancia entre la fotografía y el pie de foto fue lo que provocó que *El Mundo* tuviera que indemnizar con dos millones y medio de pesetas al demandante de la siguiente situación (Alonso, 1995, 86). En agosto de 1991, *El Mundo Magazine* publicó un reportaje sobre la inmigración ilegal. En la página del artículo se insertó una fotografía de dos personas de raza negra –un adulto y un niño– en un puesto de un rastro. En el pie de foto se decía lo siguiente: “Estos dos africanos ‘ilegales’ montan un tenderete en el Rastro Madrileño” (Salvador y Ruiz, 1999, 1-2). Estas dos personas, que resultaron ser residentes legales en España, interpusieron una demanda al diario *El Mundo* y este, además de la demanda, tuvo que publicar la rectificación.



Fig. 29. Fotografía publicada por *El Mundo* con el siguiente pie de foto: “Estos dos africanos ilegales montan un tenderete en el Rastro Madrileño”. Pero se demostró que no eran ilegales. Agosto de 1991. Fuente: (Salvador y Ruiz, 1999, 1-2)

En el siguiente ejemplo, también de *El Mundo*, el pie de foto fue utilizado para condicionar el sentido de la noticia. El texto acompaña a dos fotografías que pertenecen a momentos distintos pero que este las une como si fueran situaciones simultáneas. Ambas fotografías fueron publicadas el 23 de junio de 1997 con el siguiente pie: “Guerra observa con recelo y evidente falta de entusiasmo... el momento en el que González y Almunia se abrazan durante la sesión que cerró ayer el Congreso del PSOE”. La noticia tiene una carga subjetiva porque está considerando que Guerra está “falto de entusiasmo”.



Fig. 30. Portada de *El Mundo* en la que se muestran pies de foto subjetivos y falsos. 23 de junio de 1997. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 129)

Una manifestación clara de la incongruencia entre el pie de foto y la fotografía es la utilización de imágenes de archivo para ilustrar una información actual. Un ejemplo de esto fue publicado el 25 de febrero de 1993 en *El País*. El periódico insertó la fotografía que se muestra a continuación con el siguiente pie de foto: “Tres milicianos chetnik, en un puesto de control en Bosnia”. Pero dicha fotografía había sido publicada dos años antes en el mismo periódico, y los mismos milicianos son de Borovo Selo, un pueblo de Croacia que se encontraba bajo el control serbio.



Fig. 31. Misma fotografía para ilustrar distintas situaciones en *El País*. Publicadas el 25 de febrero de 1993 (izq) y el 15 de septiembre de 1991 (dcha). Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 124)

#### **5.4. Fotomontajes realizados expresamente para ilustrar una noticia**

En alguna ocasión, los diarios españoles realizan expresamente montajes para conseguir que la ilustración de la noticia exprese lo que ellos consideran oportuno. Este tipo de manipulaciones se realizan desde cero: se parte de un fondo en el que se van incluyendo los elementos deseados. Estos fotomontajes, aunque no sean creíbles para el público, deberían avisar al lector de que es ficción. En ocasiones, algunos ni siquiera aparecen firmados. Los diarios españoles que más utilizan este recurso son *ABC* y *La Razón*.

Ninguno de los libros de estilo analizados hace referencia a este tipo de fotomontajes en sus páginas.

Un ejemplo de esto fue publicado el 9 de febrero de 1995 en *ABC* con el siguiente titular: “Mientras languidece el debate sobre el estado de la nación, Pujol sigue exprimiendo a González”. En la portada, encontrada en la hemeroteca de *ABC*, no se encuentra ninguna mención al hecho de que es un fotomontaje.



Fig. 32. Fotomontaje realizado para la portada de *ABC* en la que Pujol exprime naranjas con la cara de Felipe González. 9 de febrero de 1995. Fuente: hemeroteca online de *ABC*

Otro ejemplo fue publicado el 8 de diciembre de 1999 en la portada de *La Razón*, en la que se decía que el Partido Nacionalista Vasco (PNV) era una marioneta de ETA. Esto se debió a la propuesta soberanista de releer las disposiciones adicionales de la Constitución y del Estatuto de Guernica, una idea que, según *La Razón*, provenía de ETA y EH.



Fig. 33. Fotomontaje realizado para la portada de *La Razón* en la que aseguran que el PNV es una marioneta de ETA. 8 de diciembre de 1999. Fuente: (Caballo Méndez, 2005)

Por último, el siguiente fotomontaje fue publicado en la portada de *ABC* el 12 de mayo de 2015. El periódico aclara que es una “recreación del busto del ministro de Finanzas griego Yanis Varoufakis”. El fotomontaje aparece firmado por JJGK.

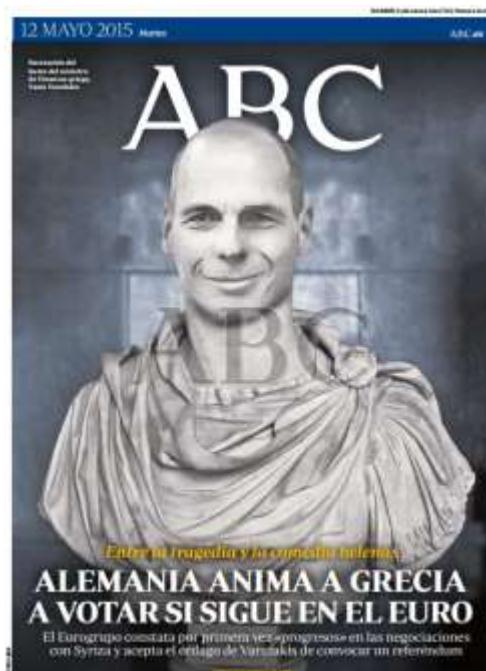


Fig. 34. Fotomontaje realizado para la portada de *ABC* en la que se muestra el busto de Yanis Varoufakis. Este viene acompañado del titular: “Entre la tragedia y la comedia helenas”. 12 de mayo del 2015. Fuente: Hemeroteca de ABC

## 6. DIMENSIÓN ÉTICA DE LAS MANIPULACIONES FOTOGRÁFICAS

### 6.1. Contexto de las normas éticas

La débil eticidad y deontología presente en el periodismo hace necesaria la aparición de publicaciones que regulen el ámbito de actuación de la fotografía. Como se ha podido comprobar, las normas que dictan los libros de estilo son incumplidas continuamente por los profesionales del periodismo. Estas publicaciones, a diferencia de los códigos deontológicos, son mecanismos de autorregulación elaboradas por los propios medios de comunicación que deben cumplirlo. De esto se puede deducir que los límites impuestos no son lo suficientemente restrictivos.

La deontología, “la ciencia o tratado de los deberes” según el DRAE, debe ser la encargada de cubrir estas necesidades. Para la elaboración de los códigos deontológicos del periodismo se ha de recurrir a la raíz de toda normativa de regulación: la Constitución. La Constitución Española de 1978 regula las libertades públicas imponiéndole límites, especialmente “en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”. En estos límites se basan los cinco códigos deontológicos del periodismo que tratan algún aspecto relacionado con la ética y la fotografía:

1. El *Código Deontológico* de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), publicado en 1993.
2. El *Código ético y deontológico para la fotografía e imagen informativa* elaborado por María de los Ángeles San Martín en 1996.
3. El *Manifiesto de ética fotoperiodística* firmado en el Primer Encuentro Internacional de Fotoperiodismo celebrado en 1997.
4. El *Manifiesto sobre la Edición Fotográfica en la Prensa* elaborado en 1997 por un grupo de profesionales de distintos medios entre los que se encontraban Pepe Baeza (Redactor Jefe de Fotografía de *La Vanguardia*), Jon Barandika (Jefe de Fotografía de *El Periódico-Madrid*) y Manuel Pérez Barriopedro (Redactor Gráfico de la Agencia EFE).
5. El *Dodecálogo de deberes del periodista* redactado por Camilo José Cela en los años 90 y publicado en la revista AEDE (editada por la Asociación de Editores de Diarios Españoles).

Pero según María de los Ángeles San Martín (1996, 243), ninguno de los códigos de ética existentes dedican al tratamiento y control de las fotografías informativas el espacio que se merece en relación con su relevancia. El control más eficaz sería que cada periodista controlara sus propios actos pero esto es una utopía.

A este riguroso tratamiento se le ha de sumar la antigüedad de estos códigos deontológicos, realizados en la década de los noventa. Esto puede ser debido a que la rapidez con la que se generan los cambios en la era digital, provoca una rápida obsolescencia de estas publicaciones.

## **6.2. Omisión en la prensa española de las normas éticas**

Las normas éticas se centran en el especial cuidado que es necesario mantener en imágenes relacionadas con la violencia, el sexo, el dolor, el terrorismo o la identificación de niños, así como con el respeto a la dignidad e intimidad de la persona. Publicar este tipo de fotografías es como declarar que es el público el que las desea, lo que atenta contra la libertad de pensamiento y de expresión humana (San Martín, 1996, 245).

Estos aspectos suponen un horizonte ético difícil de establecer. La consideración general es que estas fotografías pueden dañar los sentimientos de los colectivos más vulnerables, pero esto dependerá de las características físicas de cada persona. En su código ético, San Martín (1996, 244) destaca la necesidad de unos fundamentos éticos que ayude a los reporteros gráficos a decidir qué fotografías deben publicarse o no.

El *Código Ético y Deontológico para la fotografía e imagen informativa* de María de los Ángeles San Martín (1996, 246-254) es uno de los más completos al establecer los deberes, derechos y responsabilidades tanto del profesional de la imagen como del público. Califica de deber del profesional el respeto del “derecho a la intimidad y buena imagen de las personas no ofendiendo su dignidad e intimidad como imágenes y fotografías de cualquier clase”. En cuanto a la publicación de imágenes desagradables dice que es un deber del profesional no presentar “los aspectos más negativos de los hechos noticiosos tratando con ello de impresionar más fácilmente al receptor y de hostigar la morbosidad y el mal gusto”. Indica que no deben intoxicar a la sociedad con imágenes de sexo, violencia, dolor y terrorismo. Por último, en relación a las imágenes en las que aparecen menores, dice que no se deben publicar las fotografías que muestren a jóvenes delincuentes porque puede retrasar su rehabilitación social o porque su actitud delictiva puede ser imitada por otros menores. Además añade que se debe evitar “publicar imágenes que inciten a niños, jóvenes y adultos a la violencia, al crimen, al robo o a conductas sexuales reprochables” y también las que puedan “resultar nocivas para la salud mental”.

Una vez establecidos los límites por parte de los códigos deontológicos, son los medios de comunicación los que deben cumplirlos. En sus libros de estilo se realiza una reinterpretación de estas normas éticas adecuándolas a sus valores.

El *Libro de estilo de El Mundo* (De la Serna, 1996, 91) habla del “buen gusto” en las imágenes y de que no se puede establecer una pauta de lo que este significa, sino que se decidirá en cada momento si una fotografía puede o no publicarse. En referencia a las imágenes que reflejan la muerte de una persona, las califica de “mera apelación sensacionalista a una presunta curiosidad malsana del lector”. Por eso dice que “se vigilará con particular atención la publicación de fotografías de carácter escabroso o sangriento que más previsiblemente puedan herir la sensibilidad de una parte de los lectores”. Con la siguiente frase, el *Libro de estilo de El Mundo* (De la Serna, 1996, 31) deja abierta a la interpretación la opción de publicación: “La crudeza de las imágenes no está reñida con la conveniencia de publicarlas. Pero nunca deberán recrearse en los aspectos más truculentos”. *El Mundo* prohíbe la publicación de fotografías sexistas,

imágenes que a su parecer, están “carentes de otro valor que no sea el de la perpetuación de pruritos y estereotipos reprobables en una sociedad avanzada”. También se trata en este *Libro de estilo* el tema de la identificación de los menores junto con el de las fuerzas de seguridad: “Se evitará que personas de estas características puedan ser identificadas en fotografías cuya publicación pondría en peligro, en el caso de los menores, sus derechos garantizados por la protección de la infancia, y en el de los policías, su seguridad”.

El libro de estilo de *La Vanguardia* (2004, 49-50) tampoco cierra la puerta a la publicación de este tipo de imágenes: “seleccionar las imágenes que se publican para no caer jamás en el amarillismo o en el exhibicionismo sensacionalista. Sin embargo, ninguna foto debe ser fruto de un debate previo que aporte elementos suficientes para justificar la decisión final”. Uno de los aspectos que tiene en cuenta para elegir la publicación de estas imágenes es “evitar herir al entorno afectado (familiares y allegados)”. También hace referencia a que el método utilizado para preservar la identidad de menores y miembros de cuerpos de seguridad debe ser la distorsión digital de la cara, “método que ha sustituido a la tradicional tira negra que ocultaba los ojos. Se emplea el mismo recurso con los miembros de los cuerpos y fuerzas de seguridad, si se considera necesario”. Por último, hace alusión a que las imágenes que inciten a la violencia no tienen cabida en el diario.

El libro de estilo de la Agencia EFE (2011, 57-58) hace alusión a la falta de legislación sobre este tema y sugiere la regla principal de “actuar en el marco legal y ético y apelar al sentido común para prevenir problemas sacrificando lo menos posible el interés periodístico”. Lo que sugieren es valorar el interés periodístico y el daño a los allegados, y que no se caerá en la morbosidad: “la violencia, la obscenidad, la tragedia, las ofensas a la dignidad y la miseria humana no deben servir de gancho para publicar nuestras fotos”. La Agencia EFE también hace referencia a la prohibición de identificación de ambos colectivos y recomienda evitar fotografiarlos a no ser que exista una autorización de los padres.

Por su parte, la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE), realizó en 2010 un manual de estilo actualizado y disponible en Internet en el que se destaca el apartado *Cuestiones sensibles*. En él se destacan cuestiones relativas a niños y adolescentes, personas mayores, violencia, terrorismo, tragedias y catástrofes, delincuencia, suicidio, enfermedades, xenofobia, religión, drogas y seguridad vial.

Vocento (2003, 23) solo trata en su *Libro de estilo* los temas relacionados con el respeto a la intimidad de las personas. En concreto dice que “ningún menor implicado en un suceso debe ser identificado con su nombre ni tampoco a través de fotografías”. Por otro lado, hace alusión a que los suicidios solo serán noticia si se trata de personas conocidas o el suceso tuvo una especial resonancia.

En cuanto a la publicación de imágenes desagradables, el *Libro de estilo* de *El País* (2014, 68) solo dice que “se publicarán cuando añadan información”. También prohíbe grabar o fotografiar “a menores de edad de manera que se facilite su identificación si la escena recogida puede perjudicar a su intimidad o a su propia imagen”. Pero añade que

“no hacen falta estas cautelas al captar momentos de normalidad, como el comienzo del curso escolar o una competición deportiva infantil”.

### 6.2.1. Ejemplos de omisión de las normas éticas

Este ejemplo es una muestra de la dificultad que supone establecer los límites de la ética. La imagen la realizó el periodista Pablo Torres Guerrero el 11 de marzo del 2004, el día del atentado del 11-M en Madrid. En la fotografía mencionada aparecía, en primer plano, una pierna amputada perteneciente a alguno de los heridos en el accidente. Algunos periódicos como *El País*, *Reforma* –Méjico– o *Folha de S.Paulo* –Brasil– decidieron publicar la fotografía sin eliminar la pierna. Otros como *The Times* –Reino Unido–, *Hola!* o *The Daily Telegraph* –Reino Unido– sí que la eliminaron. Otra de las técnicas que se utilizaron para ocultarla fue oscurecer o aclarar la fotografía para que no pudiera distinguirse, como *The Guardian* –Reino Unido–.



Fig. 35. Portadas tras el atentado del 11-M en Madrid. La original pertenece a *El País* (izda) y la manipulada en la que desaparece la pierna a *The Times* (dcha). 12 de marzo del 2004. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 105)



Fig. 36. Misma fotografía del 11-M pero oscurecida por *The Guardian* para reducir su crudeza. 12 de marzo del 2004. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 109)

El derecho a una muerte digna y privada no se ha respetado en algunas ocasiones en los periódicos españoles. Royo Jara, que aparece citado en el *Código ético y deontológico* de San Martín, dice que mostrar fotografías de muertes “afecta también al derecho a la

intimidad, a las imágenes de una persona obtenidas durante su agonía o las imágenes de un cuerpo inerte, es decir de su cadáver” (Caballo Méndez 2011, 230).

Un ejemplo de violación de este derecho es el que se produjo en el diario *La Razón* el 12 de enero del 2000. En la fotografía aparecía el comisario Jesús García en el momento de su muerte, durante un juicio.



Fig. 37. Portada de *La Razón* con la fotografía del comisario Jesús García en el momento de su muerte durante un juicio. 12 de enero del 2000. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 230)

Otro ejemplo es el de la portada de *ABC* del 11 de febrero del 2015. En la fotografía se muestra el cadáver de una mujer consecuencia del conflicto entre Ucrania y Rusia.



Fig. 38. Portada de *ABC* en la que aparece el cuerpo sin vida de una mujer que ha sido asesinada en un ataque prorruso en Kramatorak, en Ucrania. 11 de febrero del 2015. Fuente: Hemeroteca de *ABC*

El diario británico *Daily Mail* censuró una publicidad de la firma de lujo italiana Gucci por considerarla sexista. En la fotografía aparecía la modelo Carmen Kass mostrando sus genitales –en los que aparecía la G de Gucci–. La censura se realizó colocando una enorme G blanca dentro de un cuadrado negro que impedía ver dichos órganos.



Fig. 39. Extracto de *El Periódico* en la que se muestra la manipulación del *Daily Mail* en la publicidad de Gucci. 28 de abril del 2000. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 132)

La publicación de fotografías que incluyen a menores en situaciones que violan su derecho a la dignidad humana son menos comunes, pero a continuación se muestran dos portadas de periódicos españoles en las que no se tuvieron en cuenta las normas. La primera fue publicada por *El Mundo* el día 2 de marzo del 2002 y pertenece al conflicto palestino-israelí. En la fotografía se puede ver como un joven palestino besa a un niño que acababa de morir por un disparo en Gaza. El otro ejemplo pertenece a *ABC* y fue publicado el 24 de julio del 2002. La fotografía pertenece al mismo conflicto y también se puede ver el cadáver de un niño en un atentado en Gaza en el que murieron nueve niños, entre otras personas.



Fig. 40. Ejemplos de omisión de las normas éticas relacionadas con niños en las portadas de *El Mundo* (izda) y de *ABC* (dcha). 2 de marzo del 2002 y 24 de julio del 2002 respectivamente. Fuente: (Caballo Ardila y Caballo Méndez, 2011, 232)

## **7. RESULTADOS**

Tras el estudio realizado en este trabajo se han alcanzado los siguientes resultados:

1. Definir el concepto de manipulación fotográfica y su alcance, tanto en contextos analógicos como digitales.
2. Establecer una relación completa y sistemática de los tipos, características y dimensiones de las manipulaciones fotográficas en los medios de comunicación españoles.
3. Localizar diferentes casos de manipulaciones fotográficas en los periódicos españoles.
4. Describir y analizar estos casos a través de la clasificación establecida en el trabajo. Estos casos se han estudiado, considerando todos los vectores que operaban en cada una de ellas, desde dos dimensiones:
  - a. Técnica: las técnicas que permiten la intervención de las personas desde sus creencias y conocimientos y las que permiten los programas de edición de imágenes.
  - b. Ética: el marco normativo establecido en los libros de estilo de los medios de comunicación analizados y en los códigos deontológicos de la profesión.
5. Sistematizar y sintetizar los principales rasgos de los libros de estilo de los periódicos españoles (anexo 2).

## **8. CONCLUSIONES**

La manipulación fotográfica es posible desde el nacimiento de la fotografía gracias a las técnicas del fotomontaje. Pero su concepto, sus técnicas y sus implicaciones se modificaron debido a la generalización de las tecnologías digitales. Los programas de edición de imágenes han hecho posible que la manipulación fotográfica esté al alcance de cualquiera, ya que sus técnicas son mucho menos complicadas que las del fotomontaje. Otra consecuencia de su utilización es la mejora de la calidad de las manipulaciones, que dificulta la tarea de detección.

Pero la manipulación fotográfica también es posible en el momento de la toma fotográfica. La intención del periodista gráfico, sus creencias y conocimientos, harán que la fotografía sea más o menos objetiva.

Dada la facilidad de manipulación y la capacidad que poseen las fotografías de influir en la opinión de las personas, es importante respetar las recomendaciones y las normas establecidas tanto en los libros de estilo de los medios de comunicación como en los códigos deontológicos del periodismo.

Como la tecnología hace posible cualquier intervención en la fotografía es imposible limitar el alcance de la manipulación fotográfica. Por lo tanto, son los propios periodistas los que tienen que establecer sus límites respetando el acuerdo de veracidad establecido entre los medios de comunicación y su público.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABC (1993). *Libro de estilo*. Barcelona: Ariel.

ABC HEMEROTECA [En línea] [consulta: 12 marzo 2015] Disponible en:  
<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca>

AGENCIA EFE (2011). *Libro del estilo urgente*. Barcelona: Galaxia Gutenberg: Círculo de Lectores.

ALCOBA, Santiago (2009). *El libro de estilo*. En: ALCOBA, Santiago (coord.) *Lenguaje, comunicación y libros de estilo*. Barcelona: Premisas [consulta: 18 abril 2015] Disponible en: <http://dfe.uab.es/dfebog/salcoba/files/2009/07/libro-estilo.pdf> P. 4-24.

ANSÓN, Luis María (1978). Prólogo del *Manual de estilo*. Madrid: La Agencia.

ALONSO ERAUSQUIN, Manuel (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.

ANG, Tom (2006). *Fotografía*. Madrid: Espasa Calpe.

– (2009) *Manual de fotografía digital*. Barcelona: Ediciones Omega.

ANTICH, José (2004). Prólogo del *Libro de redacción de La Vanguardia*. Barcelona: Ariel.

ARROYO ALMARAZ, Isidro (2000). *Ética de la imagen*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

BRAVO RUIZ, Natalia (2010). *Sobre el fotomontaje dadá*. NORBA: Revista de arte. N° 30 [consulta: 25 abril 2015] Disponible en:  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3755744> P. 153-172.

BRISSET, Demetrio (2010). *Fotos y cultura. Usos expresivos de las imágenes fotográficas*. Málaga: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga [consulta: 17 abril 2015] Disponible en: <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4195/FOTOS%20%20Y%20%20CU LTURA.pdf?sequence=1> P. 33-45

CABALLO ARDILA, Diego (1994). *El editor gráfico de prensa en las agencias con redes mundiales de telefotografía*. [Tesis doctoral inédita]. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, departamento de Periodismo II. Universidad Complutense de Madrid.

CABALLO ARDILA, Diego y CABALLO MÉNDEZ, Daniel (2011). *Fotografía sin verdad. El poder de la mentira*. Madrid: Universitas.

CABALLO MÉNDEZ, Daniel (2005). *Fotografía y realidad: la manipulación fotográfica en la era digital*. [Tesis doctoral inédita]. Facultad de Ciencias de la Información, departamento de Periodismo II. Universidad Complutense de Madrid.

CEBRIÁN ECHARRI, Juan Luis (1980). Prólogo de *El libro de estilo de El País* (15<sup>a</sup> edición). Madrid: El País. P. 7-8

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1997). *La lengua en la información televisiva*. En I Congreso Internacional de la Lengua Española. La lengua española y los medios de comunicación. México: Zacatecas. [consulta: 10 marzo 2015] Disponible en: <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/television/ponencias/cebrianh.htm>

EL MUNDO (2007). *Libro de estilo: El Mundo del siglo XXI* [consulta: 8 marzo 2015] Disponible en: [http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo\\_elmundo.pdf](http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo_elmundo.pdf)

- (2010) 'Al Ahram' reconoce la manipulación de la foto de Hosni Mubarak [En línea] [Consulta: 12 abril 2015] Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/20/comunicacion/1284976181.html>
- (2008) *La Reina revela que ella fue la autora del fotomontaje navideño* [En línea] [Consulta: 10 junio 2015] Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/11/01/espana/1225564637.html>
- (2008) *Los misiles iraníes se multiplican por obra y gracia de Photoshop* [En línea] [Consulta: 5 mayo 2015] Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/07/10/comunicacion/1215708785.html>

- (2009) *Filippa Hamilton fue despedida por sobrepeso* [En línea] [Consulta: 5 mayo 2015] Disponible en: <http://www.elmundo.es/yodona/2009/10/13/moda/1255449512.html>

EL PAÍS (2014). *Libro de estilo*. Madrid: Aguilar.

- *Libro de estilo* (1996) Madrid: Ediciones El País.

FONTCUBERTA, Joan (1997). *El beso de Judas: fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili. [consulta: 16 mayo 2015] Disponible en: [http://homepage.cem.itesm.mx/jhvgarcia/FONTCUBERTA\\_Elbesodejudasfotografiayverdad.pdf](http://homepage.cem.itesm.mx/jhvgarcia/FONTCUBERTA_Elbesodejudasfotografiayverdad.pdf)

FREEMAN, John (2008). *Manual de fotografía digital SLR*. Barcelona: H. Blume.

FREUND, Gisèle (1993). *La fotografía como documento social*. México: Gustavo Gili.

GÓMEZ FONT, Alberto (2000). *Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: necesidad de un acuerdo*. ESPÉCULO: Revista de Estudios Literarios Nº 16. Universidad Complutense [consulta: 12 abril 2015] Disponible en: [http://www.ucm.es/info/especulo/ele/g\\_font.html](http://www.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html)

- (2008) *Los libros y manuales de estilo*. Anuario del Instituto Cervantes. [consulta: 15 marzo 2015] Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_08/pdf/medios04.pdf](http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_08/pdf/medios04.pdf)

GRIJELMO, Álex (2014). *Álex Grijelmo: “Quizás el libro de estilo de El País ha influido más de lo que nosotros mismos deseábamos en Periodismo deportivo de calidad*. [consulta: 16 marzo 2015] Disponible en: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2014/05/alex-grijelmo-quizas-el-libro-de-estilo.html>

GRUPO VOCENTO (2003). *Libro de estilo Vocento*. Gijón: Ediciones Trea.

LA VANGUARDIA (2004). *Libro de redacción*. Barcelona: Ariel.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José (2001). *Manual de Estilo de la Lengua Española*. Gijón: Ediciones Trea.

RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo (1992). *La realidad fragmentada: una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo*. [Tesis doctoral] [consulta: 2 mayo 2015] Disponible en: <http://eprints.ucm.es/1783/>

RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco (2014). *¿Qué es la fotografía?: breve historia de los géneros, movimientos y grandes autores del arte fotográfico*. Barcelona: Lunwerg.

ROJAS TORRIJOS, José Luis (2011). *Libros de estilo y periodismo global en español. Origen, evolución y realidad digital*. Valencia: Tirant Humanidades.

SALVADOR, Pablo y RUIZ, Juan Antonio (1999). *Pies de foto*. INDRET: Revista para el Análisis del Derecho [consulta: 16 mayo 2015] Disponible en: [http://www.indret.com/pdf/004\\_es.pdf](http://www.indret.com/pdf/004_es.pdf)

SÁNCHEZ, Juan Miguel (1999). *El universo de la fotografía: prensa, edición y documentación*. Madrid: Espasa Calpe.

SAN MARTÍN, M<sup>a</sup> Ángeles (1997). *Código ético y deontológico para la fotografía e imagen informativa periodística*. Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales. N° 9. Madrid: Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense. P. 243-256.

SARMIENTO R. y VILCHES, F. (2009). *Entidades públicas y libros de estilo*. En: ALCoba, Santiago (coord.) *Lenguaje, comunicación y libros de estilo*. Barcelona: Premisas. [Consulta: 18 abril 2015] Disponible en: <http://dfe.uab.es/dfebog/salcoba/files/2009/07/libro-estilo.pdf> P. 24-44.

SERNA, Víctor de la (1996). *Libro de estilo*. Madrid: Temas de Hoy.

STRIZINEC, Gabriel (2005). *Fotografía digital*. Madrid: RA-MA Editorial.

VIGARA, Ana María (2001). *Libro de estilo de ABC*. Barcelona: Ariel

## **10. ANEXOS**

### **10.1. Introducción general a los libros de estilo y sus características**

Los libros de estilo establecen una serie de criterios y pautas que deben ser respetados por los miembros de la empresa a la que pertenecen para emitir un mensaje coherente: “son publicaciones generalmente normativas en las que, entre otras cosas, se dice cómo se escribe una palabra determinada, las palabras que no deben usarse, los plurales que la publicación cree que son los correctos y la grafía elegida para los antropónimos y los topónimos. Se utilizan en las editoriales que editan revistas científicas, en los periódicos y en las agencias de prensa” (Martínez de Sousa, 2001, 35).

El primer libro de estilo del que se tiene conocimiento pertenece al ámbito de las publicaciones universitarias, en concreto, a la Universidad de Chicago. Su primera edición fue publicada en 1906, pero su redacción pertenece a la última década del siglo XIX (Rojas, 2011, 36). El libro establecía una serie de normas tipográficas.

Estos primeros libros de estilo crearon la necesidad de establecer una serie de normas para mejorar la calidad de las publicaciones. El traslado de esta necesidad a los medios de comunicación se relaciona con el reclamo de los consumidores. Era una forma de proclamar la calidad del producto para atraer lectores (Sarmiento y Vilches, 2009, 27).

Actualmente, el ámbito de mayor proliferación de los libros de estilo es el de los medios de comunicación, pero es “un fenómeno relativamente reciente en la historia de la comunicación” (Rojas, 2011, 36). En este ámbito, el libro de estilo es considerado “el código interno de una redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos” (Cebrián Echarri, 1980, 7-8). En un primer momento, los libros de estilo son herramientas internas que tienen como objetivo evitar la publicación de incoherencias en sus mensajes (Grijelmo, 2014).

Las posibilidades que ofrece el lenguaje son múltiples, por eso el medio de comunicación elige la que considera que mejor comunica a su público, y lo refleja en su libro de estilo (Sousa, 2003, 7). Las normas que se recogen en los libros de estilo atienden sobre todo a “manifestaciones lingüísticas de la comunicación (gramáticas, diccionarios y ortografía), pero en la comunicación intervienen también factores de disposición de colores, imágenes, tipografía, escenografía, sonidos, geometría de líneas, modas...” (Alcoba, 2009, 5). Con el paso de los años, los libros de estilo “van más allá de lo meramente formal y lingüístico e incorpora también cuestiones de fondo relativas a la unificación de criterios profesionales y deontológicos” (Rojas, 2011, 27). Estas son las tres vertientes que pueden mostrarse en un libro de estilo: cuestiones lingüísticas (a veces a través de la elaboración de un diccionario), criterios puramente periodísticos y normas éticas (Gómez, 2008).

Estos tres aspectos evolucionan constantemente –en especial el lenguaje-, por eso un libro de estilo “ayuda a avanzar, mediante la renovación de criterios, en la adaptación de las prácticas periodísticas consolidadas a las exigencias de los cambios sociales y

técnicos que se registran en el universo de la comunicación social” (Antich, 2004, 13-14). Es decir, los libros de estilo tienen que ser actualizados constantemente.

Los pioneros en la elaboración de libros de estilo periodísticos se encuentran en la prensa diaria de Estados Unidos, en las primeras décadas del siglo XX. Aunque *The New York Times* se atribuye el mérito, fue en 1910 cuando la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri elaboró el primer libro de estilo periodístico. El objetivo de este era sintetizar las normas lingüísticas y la elaboración de noticias para el diario de la universidad (Rojas, 2011, 38-40).

En los años 20 los libros de estilo eran un conjunto de hojas de uso interno, pero su uso ya se había extendido por la mayoría de los diarios del mundo. Los definitivos libros de estilo se asentarán con la consagración de las agencias internacionales de prensa, porque su forma de trabajo internacional hará necesaria la unificación de los criterios de redacción (Rojas, 2011, 41). Las primeras agencias en publicar un libro de estilo fueron las estadounidenses *United Press International* y *The Associated Press*, en 1942 y 1952 respectivamente. Las agencias europeas tardaron casi treinta años en elaborar los suyos: la británica *Reuters* en 1978, después la francesa *Agence France Presse* en 1982 y, posteriormente, la alemana *Deutsche Presse Agentur* en 1998. El trabajo de todas estas agencias fue el que motivó a los grandes medios escritos a apostar por las normas de estilo para alcanzar la máxima calidad (Rojas, 2011, 44).

Los primeros libros de estilo periodísticos redactados en español fueron publicados en Hispanoamérica (en 1959), no en España. Según Rojas Torrijos esto se debe tanto a la cercanía geográfica a Estados Unidos como a que fue la zona donde más se expandieron las grandes agencias de prensa. Fue en 1975 cuando se redactó la primera edición del libro de la Agencia EFE, cuyo objetivo ya coincidía con el actual: “dar ideas generales que sirvan de orientación para armonizar el estilo redaccional de manera que el servicio de EFE tenga un estilo propio” (Gómez, 2000).

Tomando como ejemplo la segunda edición del *Manual de estilo* de la Agencia EFE, en los años 80 comienza la proliferación de los libros de estilo de los medios de comunicación españoles. Esto se debió, además, a la libertad de la que gozaba el periodismo en España tras el fin de la dictadura franquista y la aplicación de la Ley Fraga. A esto se unió el deterioro del idioma en los medios de comunicación, que aumentó la necesidad de afianzar su prestigio (Ansón, 1978). Su importancia debe tenerse en cuenta porque los medios de comunicación son los mayores difusores de la lengua y es un referente para la mayoría de los ciudadanos. Por ello, “quienes dictan la norma de uso no son los diccionarios, ni las gramáticas, ni los libros de ortografía; hoy en día las verdaderas guías de uso del español actual son los manuales de estilo y en su mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, al periodismo tanto escrito como oral” (Gómez, 2000).

Aunque la mayoría de los autores hacen hincapié en la insustituible función de los libros de estilo, son también muchos los que abogan por la necesidad de una obra que unifique criterios para evitar que haya diversas opiniones sobre un mismo asunto idiomático. Entre ellos se encuentra Mariano Cebrián Herreros (1997), quien apuesta por “la

elaboración de un *libro de estilo idiomático* en el que se buscara la solución adecuada a las vacilaciones, dudas y emergencias en el uso del idioma”. Martínez de Sousa (2001) también apoya la idea de fundir todos los libros de estilo en uno “que fuese útil a todo el mundo hispánico, aunque después de cada periódico, ayuntamiento, universidad o entidad añadiese la información específica para su propio uso”.

## **10.2. Cuadros-resumen de los libros de estilo de periódicos españoles**

Las siguientes tablas contienen todos los aspectos técnicos de los libros de estilo analizados (título, autor, publicación, etc.), así como la información que es necesaria destacar por su relevancia.

Los libros de estilo están divididos en cuatro grupos: de periódicos españoles, de agencias de noticias, de corporaciones y de grupos editoriales. Dentro de dichos apartados, estos están ordenados por orden alfabético.

### **10.2.1. Libros de estilo de los principales periódicos españoles**

<b>ABC</b>		
Primera edición	Título	<i>Libro de estilo de ABC</i>
	Año	1993
Número de revisiones	1	
Edición actual	Título	<i>Libro de estilo de ABC</i>
	Autor	Ana María Vigara Tauste
	Año	2001
	Publicación	Sí
	Editorial	Ariel
	Disponible online	No
Contenidos		<ul style="list-style-type: none"><li>- Ortografía y estilo</li><li>- Cuestiones gramaticales y de estilo</li><li>- Normas de redacción y estilo de <i>ABC</i></li><li>- Léxico (en forma de diccionario)</li></ul>
Tratamiento de la fotografía		No trata ningún aspecto relacionado con las fotografías
Observaciones		<p>El libro de estilo de <i>ABC</i> se centra en el lenguaje: “aspira a ser un recordatorio de las normas básicas de la gramática y del estilo periodístico en español, a menudo olvidadas por el apremio del cierre del periódico” (<i>ABC</i>, 1993, 11).</p> <p>Sus dos libros de estilo han sido redactados por figuras reconocidas en el campo de la lingüística: el de 1993 por Fernando Lázaro Carreter y el del 2001 por Ana María Vigara Tauste.</p> <p>Trata aspectos relacionados con la ética de una forma muy superficial y nunca relacionados con la fotografía.</p>

EL MUNDO		
Primera edición	Título	<i>Libro de estilo</i>
	Año	1996
Número de revisiones	1	
Edición actual	Título	<i>Libro de estilo: El Mundo del siglo XXI</i>
	Autor	Víctor de la Serna
	Año	2007
	Publicación	No
	Disponible online	Sí
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normas generales de estilo (el estilo de <i>El Mundo</i>, los géneros periodísticos, técnicas de redacción y problemas frecuentes en la redacción periodística)</li> <li>- Normas de edición (la redacción y edición de <i>El Mundo</i>)</li> <li>- Normas de práctica y ética (la práctica profesional, deontología profesional y la responsabilidad legal)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tratamiento de los pies de foto en fotonoticias e imágenes de archivo.</li> <li>- Imágenes. Lista de requisitos para publicar una fotografía y lista sobre cuándo nos debemos plantear no publicarla; permite la manipulación de las fotografías pero solo para mejorar su calidad; las imágenes de archivo deben aparecer indicadas como tal.</li> <li>- Ilustraciones y “buen gusto”. Tratamiento de cuestiones éticas (identificación, imágenes desagradables...)</li> </ul>	
	<p>Observaciones</p> <p>El <i>Libro de estilo</i> de 1996 fue redactado por Víctor de la Serna. Este le aseguró a Rojas Torrijos (2011, 92) que <i>El Mundo</i> había realizado una revisión de este libro que finalizó en 2007 pero que no había sido publicada. Solo está disponible online.</p> <p>En el primer <i>Libro de estilo</i> se muestra un interés mucho mayor y profundo por las cuestiones éticas que en el actualizado del 2007.</p>	

EL PAÍS		
Primera edición	Título	<i>Libro de estilo</i>
	Año	1977
Número de revisiones	10	
Edición actual	Título	<i>Libro de estilo</i>
	Autor	El País
	Año	2014
	Publicación	Sí
	Editorial	Aguilar
	Disponible online	No
	Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principios éticos</li> <li>- Normas de escritura</li> <li>- Géneros periodísticos</li> <li>- Fotos, vídeos, infografías y narración multimedia</li> <li>- Elementos de titulación</li> <li>- Tipografía</li> <li>- El uso de la firma</li> <li>- Tratamientos y protocolo</li> <li>- Nombres</li> <li>- Abreviaciones</li> <li>- Números</li> <li>- Signos ortográficos</li> <li>- Normas gramaticales</li> <li>- Errores más frecuentes</li> </ul> </li> <li>- DICCIONARIO <ul style="list-style-type: none"> <li>- Palabras A-Z</li> <li>- Siglas y acrónimos A-Z</li> </ul> </li> </ul>
	Tratamiento de la fotografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normas generales para las imágenes. Solo permite manipular para mejorar la calidad, regula el uso de la cámara oculta, obliga a proteger la identidad de las personas que lo requieran, invita a extremar el cuidado con las imágenes de archivo y las imágenes desagradables solo podrán publicarse para añadir información.</li> <li>- Pies de foto. Llevarán siempre, explica las cuestiones técnicas (extensión, tamaño...), extremar el cuidado en las imágenes de archivo.</li> <li>- Fotografías. No se pueden voltear imágenes, extremar el cuidado con el encuadre y regulación de las fotonoticias.</li> </ul>
	Observaciones	Es el primer libro de estilo de un periódico diario

		<p>español. Su primera edición es de 1977, pero hasta 1990 no se distribuyó en librerías.</p> <p>Casasús considera <i>El País</i> como el “verdadero impulsor en España de la propia denominación de ‘libro de estilo’” (Rojas, 2011, 66).</p> <p>Ha servido de referencia en la elaboración de los libros de estilo de los diferentes periódicos españoles.</p> <p>Desde su primera edición ha sido revisado en diez ocasiones: 1977, 1980, 1990, 1993, 1994, 1996, 1999, 2002, 2004, 2008 y 2014.</p> <p>El <i>Libro de estilo</i> actual (2014) se redactó con el fin de adaptar el estilo del periódico a las necesidades de Internet. Este objetivo ha sido conseguido solo en algunas cuestiones y de forma muy sintética.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA		
Primera edición	Título	<i>Libro de estilo</i>
	Año	1986
Número de revisiones	4	
Edición actual	Título	<i>Libro de estilo</i>
	Autor	El Periódico de Catalunya
	Año	2007
	Publicación	Sí
	Editorial	Primera Plana
	Disponible online	No
	Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diccionario de la A a la Z</li> <li>- Estatuto de redacción</li> </ul>
Tratamiento de la fotografía	No trata ningún aspecto relacionado con las fotografías	
Observaciones	<p><i>El Periódico de Catalunya</i> contó desde sus inicios (1978) con una serie de normas internas. La revisión de estas en 1986 dio lugar al primer libro de estilo editado por el periódico. Tras esta revisión se realizaron cuatro revisiones más hasta llegar a la actual del 2007. La versión del año 2002 fue la primera que se vendió en librerías y tenía la particularidad de estar escrito en las dos lenguas en las que se edita el diario: español y catalán.</p> <p>El <i>Libro de estilo</i> del 2007 tiene la estructura de diccionario. En él se exponen, en orden alfabético, cuestiones que pueden plantear dudas a los redactores del periódico.</p> <p>El <i>Libro de estilo</i> de <i>El Periódico de Catalunya</i> es también el del Grupo Zeta al que pertenece.</p>	

<b>LA RAZÓN</b>		
Primera y única edición	Título	<i>Manual de estilo</i>
	Autor	
	Año	2003
	Publicación	No
	Disponible online	No
	Observaciones	Este libro de estilo es de circulación interna.

LA VANGUARDIA		
Primera edición	Título	<i>Libro de redacción: La Vanguardia</i>
	Año	1986
Número de revisiones	1	
Edición actual	Título	<i>Libro de redacción</i>
	Autor	Magí Camps (coordinador), Miguel Agustí, Joan Baladoch, Ester Cadilla, Montse Castro, Rosa Izquierdo, Ana López, Rafael Lozano, Nicolau Pérez y Gemma Sardá
	Año	2004
	Publicación	Sí
	Editorial	Ariel
	Disponible online	No
Contenidos		<ul style="list-style-type: none"> <li>- NORMAS FUNDAMENTALES <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pautas de estilo esenciales</li> <li>- Géneros periodísticos</li> <li>- Tipos de información</li> <li>- Las fuentes</li> <li>- Declaraciones, citas y diálogos</li> <li>- Aspectos deontológicos</li> <li>- Firma y data</li> <li>- Titular</li> <li>- Elementos gráficos: fotografía, infografía e ilustración</li> <li>- Publicidad</li> </ul> </li> <li>- MANUAL A-Z</li> <li>- TOPÓNIMOS Y GENTILICIOS</li> </ul>
Tratamiento de la fotografía		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía. Consideraciones éticas y legales (imágenes desagradables, identificación de menores, imágenes violentas), lista de técnicas prohibidas en relación con la manipulación de fotografías (añadir, quitar, etc. elementos de las fotografías), prohibición de pies de foto acusadores o fuera de contexto en las imágenes de archivo.</li> <li>- Elementos gráficos. Cuestiones técnicas para la maquetación de las fotografías en los periódicos (mínimo una imagen por página, mejor calidad que cantidad, inmediatez, maquetación, blanco y negro, fotos de archivo, fotos de agencia, etc).</li> </ul>
Observaciones		<p>Su primera edición se redactó con la ayuda de los dos primeros libros de estilo españoles: el de la Agencia EFE y el de <i>El País</i>.</p> <p>Según José Manuel Blecua, uno de los autores de la primera edición, “uno de los puntos más destacables</p>

		<p>y destacados del proyecto fue que se trataba de la creación, por primera vez, de unas normas para un periódico escrito en castellano y publicado en Cataluña, con las posibles variantes que ello implicaba respecto a otros libros escritos para el ámbito hispanohablante” (Gómez, 2000)</p> <p>A pesar de ser un libro de estilo relativamente antiguo (2004) es muy completo en relación a la manipulación a través de los programas de edición y a las cuestiones éticas.</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 10.2.2. Libros de estilo de agencias

AGENCIA EFE		
Primera edición	Título	<i>Manual de estilo efe-exterior</i>
	Año	1975
Número de revisiones	16	
Edición actual	Título	<i>Libro del estilo urgente</i>
	Autor	Agencia EFE
	Año	2011
	Publicación	Sí
	Editorial	Galaxia Gutenberg: Círculo de lectores
	Disponible online	No
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Captación de la información (fuentes, coberturas, comunicados, vídeo...)</li> <li>- Redacción (título, entradilla, texto, notas sobre información especializada...)</li> <li>- Elaboración y presentación de contenidos (data, secuencia informativa, urgentes y avances, desarrollo de la noticia, géneros, circunstancias de la información...)</li> <li>- Edición y publicación (de textos, fotográfica, audiovisual y multimedia, implicaciones legales de la actividad periodística...)</li> <li>- Anexo: recomendaciones lingüísticas</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La toma fotográfica. El periodista debe ser lo más objetivo posible en el momento de tomar las decisiones necesarias para la realización de la fotografía. Lista de normas a cumplir.</li> <li>- Pie de foto. Lo describe y destaca la importancia de este en casos como las imágenes de archivos.</li> <li>- Edición fotográfica. Se permite editar lo técnicamente necesario. Lista muy completa de técnicas autorizadas y no autorizadas.</li> </ul>	
Observaciones	<p>Fue el primer medio de comunicación español en elaborar su propio libro de estilo, en 1975.</p> <p>Para la elaboración de su segunda edición, en 1976, usó como referencias los libros de estilo de las agencias Associated Press y United Press Internacional.</p> <p>Es el segundo libro de estilo más actual de los analizados –por detrás del de <i>El País</i> (2014)–.</p>	

		<p>Presenta una estructura y unos contenidos distintos que el resto de los libros de estilo al pertenecer a una agencia de noticias.</p> <p>Es uno de los más completos en el tratamiento de la fotografía al incluir todas las fases –desde la realización de la fotografía, hasta su publicación-.</p> <p>Es el libro de estilo que más veces ha sido revisado, 16 en total.</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### **10.2.3. Libros de estilo de corporaciones**

<b>Corporación de Radio y Televisión Española</b>		
Primera edición	Título	<i>Manual de estilo para informadores de radio RTVE, Radio Nacional de España</i>
	Año	1980
Número de revisiones	1	
Edición actual	Título	<i>Manual de estilo de la corporación RTVE</i>
	Autor	Instituto RTVE
	Año	2010
	Publicación	Sí
	Editorial	Instituto RTVE
	Disponible online	Sí
Contenidos		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directrices comunes para los profesionales CRTVE</li> <li>- Directrices para los profesionales de TVE</li> <li>- Directrices para los profesionales de RNE</li> <li>- Directrices para los profesionales de los medios interactivos</li> <li>- Tratamiento de cuestiones consideradas especialmente sensibles</li> <li>- El lenguaje en RTVE</li> </ul>
Tratamiento de la fotografía		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características fundamentales de las fotografías en rtve.es. Deben estar bien tratadas y sin manipular (ni siquiera invertidas), el pie de foto debe ser conciso en las fotografías actuales y de archivo, se velarán los rostros de los cuerpos de seguridad y de los detenidos menores de edad.</li> </ul>
Observaciones		El libro de estilo está publicado tanto impreso como online. Incluye un apartado muy completo en relación con cuestiones sensibles (violencia, terrorismo, discapacidad, menores, etc.).

#### **10.2.4. Libros de estilo de grupos editoriales**

<b>VOCENTO</b>		
Primera y única edición	Título	<i>Libro de estilo Vocento</i>
	Autor	José Martínez de Sousa
	Año	2003
	Publicación	Sí
	Editorial	Trea
	Disponible online	No
	Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PRINCIPIOS GENERALES <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principios editoriales</li> <li>- Principios periodísticos</li> <li>- Estilo periodístico</li> </ul> </li> <li>- LENGUAJE Y ORTOGRAFÍA <ul style="list-style-type: none"> <li>- Morfología y lenguaje</li> <li>- Tipografía y ortotipografía</li> <li>- Modelos de fichas técnicas</li> </ul> </li> <li>- LÉXICO <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diccionario de dudas y problemas de lenguaje</li> </ul> </li> <li>- ANEXOS <ul style="list-style-type: none"> <li>- Topónimos, gentilicios, diferencias horarias, equivalencias medidas, cifras, escalas y monedas</li> </ul> </li> </ul>
	Tratamiento de la fotografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografías. Las escenas deben estar identificadas, no utilizar imágenes confusas, se evitará la publicación de imágenes desagradables (solo se publicarán si añaden información), no se manipulará el contenido de las fotos (solo se permite su mejora técnica).</li> <li>- Pie de foto. Deben llevar todas las fotografías, no debe ser redundante, aclara cuestiones técnicas como la extensión, es necesario identificar a los personajes, cuando las fotografías son de archivo debe indicarse.</li> <li>- Fotonoticias. Aclara cuestiones técnicas.</li> </ul>
	Observaciones	<p>Los libros de estilo de los grupos editoriales sirven, en ocasiones, para ser utilizados por los medios de comunicación que engloba y que no disponen de uno propio. En el caso del de Vocento sirve para los diarios <i>Ideal</i> y <i>La Verdad</i>.</p> <p><i>ABC</i>, que pertenece a este grupo editorial, dispone de uno propio.</p>