

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial de la Fotografía el próximo 19 de agosto

La Asociación de Fotógrafos Profesionales de España lanza una campaña para defender la autenticidad de la fotografía humana

El colectivo fotográfico reivindica la necesidad del contenido real y alerta de las consecuencias del contenido artificial generado por IA

Mediante la campaña **#MiradasHumanas** se pretende dar visibilidad a una problemática cada vez mayor en el ámbito fotográfico profesional como es la creación de contenidos no auténticos generados por IA: “No se trata de rechazar la tecnología, sino de recordar que **detrás de cada imagen hay una intención, una historia y una sensibilidad que solo un profesional de la fotografía puede captar**”. Las imágenes generadas con IA carecen de lo esencial: **una mirada humana que observe, interprete y transmita**.

Descarga material gráfico prensa pinchando [aquí](#)



© KATHERIN WERMKE

[afpe]

Barcelona, 19 de agosto de 2025. En una era donde miles de imágenes se crean y comparten a diario, empieza a abrirse paso una verdad: **las personas conectan más con las imágenes reales**, creadas por otros seres humanos. Según un estudio de la plataforma de investigación creativa **VisualGPS de iStock**, **el 90% de los consumidores quiere saber si una imagen fue creada con IA, y casi la mitad afirma que no compraría a marcas que usen contenido visual generado artificialmente, salvo que se haga de forma ética y transparente**.

Ante esta realidad, la Asociación de Fotógrafos Profesionales de España (AFPE) lanza la campaña **#MiradasHumanas**, una iniciativa que busca reivindicar la autenticidad del contenido generado por personas reales. **Eva Casado, presidenta de la AFPE**, asegura que “la fotografía no es solamente técnica, también es mirada. Y eso no puede superarlo ninguna

inteligencia artificial”. Respecto a la polémica de utilizar modelos generadas por IA, Casado es contundente: “Desde la [afpe] hemos detectado que en el sector de la publicidad y editorial se está prescindiendo de las producciones fotográficas y sustituyendo las fotografías por imágenes realizadas en su totalidad con Inteligencia Artificial”. La revista Vogue, por ejemplo, desató recientemente una gran polémica ya que, por primera vez, creó una campaña de una modelo creada con Inteligencia Artificial este verano y “muchas de las empresas que están haciendo este tipo de campañas con Inteligencia Artificial se excusan en que es más ecológico, sin embargo, no está claro que sea así **y se están destruyendo una gran cantidad de empleos** ya que en una sesión como la que publicó Vogue, no solo es la fotógrafa o fotógrafo quien está detrás de la obra, hay un equipo enorme detrás. Pero, además, la imagen realizada no es que fuera una imagen imposible de hacer por una fotógrafa o fotógrafo, no, es una imagen sencilla sin ningún valor innovador, se trata de la imagen de una mujer caucásica, rubia, con ojos claros, posando a cámara sin un valor artístico añadido. **Porque la Inteligencia Artificial en sí no puede innovar y, aunque sirva como apoyo, necesita de esa mirada humana, que es lo que desde la Asociación reivindicamos**” concluye la presidenta de la AFPE.

Las imágenes reales generan emociones auténticas

El auge de las imágenes generadas por IA ha creado un paisaje visual saturado y, en muchos casos, despersonalizado. A pesar de poder ser técnicamente impactantes, estas imágenes carecen de lo esencial: **una mirada humana que observe, interprete y transmita**. Estudios recientes confirman que el contenido artificial falla a la hora de generar conexión emocional con quien lo observa.

Una investigación realizada por **Johnathon Hall y Damian Schofield de la State University of New York** muestra que los espectadores siguen atribuyendo **mayor valor emocional, originalidad y conexión humana** al arte visual producido por personas reales, incluso sin conocer su verdadero origen. En palabras de Eva Casado: “Las imágenes reales generan emociones reales. La inteligencia artificial puede imitar, pero no sentir. Y eso lo nota el espectador”.

Así lo constata un estudio realizado por el consultor de marketing digital Joe Youngblood, con más de 4.000 participantes de diferentes edades, que concluyó que **casi el 30% de los participantes rechazaba activamente el contenido artificial** en contextos donde se esperaba autenticidad visual.

Plataformas y gobiernos también apuestan por la autenticidad

Este giro hacia lo real no es exclusivo de los usuarios. Plataformas como **YouTube han empezado a desmonetizar vídeos que incluyan contenido generado con IA**, marcándolos como inauténticos. La decisión busca mejorar la experiencia del usuario ante la producción en masa de contenido automatizado, repetitivo o carente de aporte personal. A nivel legislativo, **Dinamarca está impulsando una ley para proteger con *copyright* los rostros y voces de sus ciudadanos**, una medida pensada para frenar los *deepfakes* y proteger la

identidad personal. Todo apunta a un cambio de paradigma: la necesidad de garantizar que lo que vemos y escuchamos tenga un **origen humano, legítimo y verificable**.

Una campaña para volver a mirar con sentido

Con la campaña #MiradaHumana, la asociación invita a la sociedad, a los medios e instituciones a valorar y apostar por el contenido real. “No se trata de rechazar la tecnología, sino de recordar que **detrás de cada imagen hay una intención, una historia y una sensibilidad que solo un profesional de la fotografía puede captar**”, concluye la presidenta.

Durante el **19 de agosto, la asociación publicará en su perfil de Instagram fotografías de sus asociados, mostrando su mirada.*

Sobre la Asociación de Fotógrafos Profesionales de España

Desde 1984, la AFPE es el altavoz de este sector y su propósito es unir y proteger los derechos de los grandes profesionales de la fotografía para impulsar su futuro y llevar la profesión a su máximo reconocimiento.

Para más información, o entrevistas, puedes ponerte en contacto con:

Prensa AFPE

Sara Picazo 649 23 98 12

prensa@afpe.pro / sara.picazo@afpe.pro

www.afpe.pro

Descarga material gráfico prensa [aquí](#)

