

Propuestas para el estudio de las imágenes en la era de la posverdad

Proposals for the study of images in the post-truth era

Javier Marzal-Felici

Note: This article can be read in English on:

<http://www.profesionaldelainformacion.com/contenidos/2021/mar/marzal.pdf>

Cómo citar este artículo:

Marzal-Felici, Javier (2021). "Proposals for the study of the image in the post-truth era". *Profesional de la información*, v. 30, n. 2, e300201.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.01>

Artículo invitado recibido el 09-02-2021



Javier Marzal-Felici

<https://orcid.org/0000-0002-2462-1122>

Universitat Jaume I
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Av. Vicent Sos Baynat, s/n.
12071 Castellón de la Plana, España
marzal@uji.es

Resumen

Reflexión sobre el papel de las imágenes en la era de la posverdad y acerca del propio concepto de imagen, que constituye un objeto de estudio central en el campo de las ciencias de la comunicación. Se muestra la complejidad conceptual –semiótica y simbólica– de la imagen, que explica la diversidad de aproximaciones en los estudios sobre las imágenes. A continuación, se presentan propuestas para el estudio de las imágenes en el actual contexto de la desinformación. Finalmente, se desarrolla una breve reflexión sobre la necesidad del análisis de los textos audiovisuales en la sociedad del espectáculo y de la posverdad.

Palabras clave

Imagen; Comunicación audiovisual; Periodismo; Publicidad; Fotografía; Cine; Televisión; Imagen digital; Semiótica; Estudios culturales; Posverdad; Memoria; Representación; Análisis textual; Modos de ver.

Abstract

This article aims to reflect on the role of the image in the current post-truth era, as well as focus on the concept of the image itself, a central object of study in the field of communication sciences. Addressing the conceptual complexity of the image, both semiotic and symbolic, this article describes the diverse array of study approaches used in the analysis of images. Several proposals are put forward for this analysis, based on the current context of disinformation. Finally, this article briefly reflects on the need to investigate audiovisual texts within our current "post-truth" and "spectacularized" society.

Keywords

Images; Pictures; Audiovisual communication; Journalism; Advertising; Photography; Cinema; Television; Digital images; Semiotics; Cultural studies; Post-truth; Memory; Representation; Text analysis; Ways of seeing.

Financiación

Este texto ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación *Análisis de identidades discursivas en la era de la posverdad. Generación de contenidos audiovisuales para una Educomunicación crítica (Aidep)*, código 181390.01/1, financiado por la *Universitat Jaume I* a través de la convocatoria competitiva de proyectos de investigación, para el periodo 2019-2021.

Agradecimientos

A los profesores Aaron Rodríguez-Serrano y Marta Martín-Núñez, y al resto de compañeros del grupo de investigación *ITACA-UJI*, que tengo el honor de dirigir, por sus constantes interpelaciones críticas y sugerencias.

1. Relevancia de las imágenes en la sociedad de la desinformación

Vivimos rodeados de imágenes, de todos los tipos y clases, en una suerte de iconosfera que ha convertido a la visión –audiovisión– en el órgano sensorial clave de la cultura occidental y, por extensión, del mundo globalizado en el que nos hallamos, una preeminencia de la mirada que aparece prefigurada en la historia de nuestra cultura (Gubern, 1987; 1996; 2004). La omnipresencia de las imágenes en nuestra cultura ha cambiado nuestra manera de percibir el mundo. Así lo expresaba Alex en *La naranja mecánica* (*A clockwork orange*, 1971) de Stanley Kubrick, cuando afirmaba que

“es curioso que los colores del mundo sólo nos parecen verdaderos cuando los videamos en una pantalla”,

mientras era objeto del cruel tratamiento Ludoviko – metáfora del mito de la caverna– para poner fin a sus violentas conductas. De este modo, las imágenes son, actualmente, uno de los principales soportes a través de los cuales se expresa la naturaleza humana, y los modos más dispares de estar y entender el mundo. Lo “real”, como “los colores del mundo”, ha sido suplantado por las “representaciones de lo real”, con lo que se destaca el carácter de *simulación* de las imágenes en nuestra cultura, una idea que ha sido ampliamente subrayada por numerosos pensadores contemporáneos como **Debord** (1990; 1999) o **Baudrillard** (1984).

“ Vivimos rodeados de imágenes, de todos los tipos y clases, en una suerte de iconosfera que ha convertido a la visión –audiovisión– en el órgano sensorial clave de la cultura occidental ”

Estamos inmersos en un “tsunami” de imágenes, como Erik Kessels ejemplificó a través de su instalación *Photography in abundance*, expuesta en el *Fotografiemuseum Amsterdam* (FOAM), en 2011.



Imágenes 1 y 2. Erik Kessels. *Photography in abundance*, *Fotografiemuseum Amsterdam* (FOAM), Amsterdam, 2011.

En ella, Erik Kessels muestra la acumulación de más de un millón y medio de fotografías correspondientes al número total de imágenes que el portal *Flickr* recoge en un solo día (en 2011). Sin duda, su instalación nos habla del desbordamiento de las imágenes, de la hipervisibilidad y, también, de la hipertrofia de las imágenes, de la disolución del concepto de autor, de su absoluta contingencia y banalización. Así, Kessels expresa que ya no se miran las imágenes, sino que se consumen como otros miles de productos de la sociedad de masas. Su instalación *Shot of my feet*, presentada en 2014 en el *International Photography Festival*, en Leipzig, Alemania, muestra cómo las personas utilizan las fotografías, que muchas veces se realizan por simple aburrimiento, por no saber qué fotografiar para posteriormente compartirlas en las redes sociales.

Martin Parr, por su parte, a través de sus fotografías documentales, de marcado estilo desenfadado y mirada “cáustica”, con frecuencia provoca una reflexión sobre la condición de las imágenes en nuestra sociedad y sobre cómo nos relacionamos con ellas. Sus fotografías de los espectadores del *Musée du Louvre* no sólo nos hablan de la condición de la fotografía como una forma de apropiarnos del mundo, donde “coleccionar fotografías es coleccionar el mundo” (Sontag, 1981), sino también de cómo nos inscribimos en él, a través del “selfie”, no sólo para “afirmar que estuvimos allí”, sino para desplegar la supremacía de una nueva categoría de imágenes que expresa el enorme narcisismo que forma parte de la propia condición humana, y que los dispositivos móviles han multiplicado exponencialmente (Ledo, 2020). De este modo, en la cultura contempo-



Imagen 3. Erik Kessels. *Shot of my feet*, *International Photography Festival*, Leipzig, Alemania, 2014.

ránea se ha producido un giro visual (*pictorial turn*) o “hegemonía de lo visible”, que representa un dominio de los medios visuales y de los espectáculos visuales sobre las actividades verbales como el habla, la escritura, la textualidad y la lectura (Mitchell, 1986; 1994). Como nos recuerda Didi-Huberman (2012, p. 10):

“... nunca antes, según parece, la imagen [...] se había impuesto con tanta fuerza en nuestro universo estético, técnico, cotidiano, político, histórico. Nunca antes mostró tantas verdades tan crudas y, sin embargo, nunca antes nos mintió tanto, solicitando nuestra credulidad; nunca antes proliferó tanto y nunca había sufrido tantas censuras y destrucciones. Así, nunca antes [...] la imagen había experimentado tantos desgarramientos, tantas reivindicaciones contradictorias y tantos repudios cruzados, tantas manipulaciones inmorales y execraciones moralizantes”.



Imagen 4. Martin Parr, Musée du Louvre, París, 2012.

En definitiva, más allá de la *primacía de la imagen*, de la preponderancia de lo visible sobre lo inteligible (Sartori, 1998, p. 146), el análisis de las imágenes –de las fotografías, documentales, películas, series de televisión, programas de entretenimiento, videojuegos, etc.– constituye un espacio privilegiado para desplegar una suerte de *epistemología*, imprescindible para el estudio sobre los límites del conocimiento humano en el mundo actual. Probablemente, como señala uno de nuestros creadores y teóricos más reconocidos internacionalmente, Joan Fontcuberta, en la era de la *postfotografía*, la furia icónica de las imágenes está escapando a nuestro control, una situación que exige preguntarnos:

“¿Hay una conciencia *de* y *en* las imágenes que las predisponga a abrumarnos? ¿De dónde procede su furia? ¿En qué afrenta se origina su hostilidad? ¿Se vengan de la iconoclastia con la que las hemos maltratado?” (Fontcuberta, 2016, p. 260).



Imágenes 5 y 6. Fotografía de Ignacio Pereira y su “versión” manipulada.

En plena pandemia, hemos asistido a la expansión no sólo del Coronavirus SARS-CoV-2, que provoca la enfermedad Covid-19, de graves consecuencias para la salud física y mental de las personas, sino que se ha sumado otra: la pandemia informativa, que ha puesto en circulación toda clase de bulos, mentiras y falsedades, que se han servido de las imágenes para invadir nuestras retinas y conciencias. Las redes sociales se han llenado en estos meses de muchos mensajes con imágenes manipuladas.

Es paradigmático el caso de la fotografía de la Gran Vía de Madrid, tomada originalmente por Ignacio Pereira años atrás. Tras ser manipulada por alguien anónimo, sin la autorización requerida, fue difundida por la formación política Vox en la red social Twitter. La imagen original formaba parte de una serie de imágenes de lugares emblemáticos de Madrid, resultado de un importante trabajo de postproducción de decenas de fotografías de dichos espacios, para provocar un “potente” efecto de extrañamiento en el público. Se trata,



Imagen 7. Captura de la red social Twitter.

pues, de la manipulación de una fotografía, aunque, por definición, toda imagen fotográfica siempre constituye una construcción discursiva.

En este número monográfico “Imágenes y verdad: memoria, cuerpo y representación”, uno de los retos más urgentes para la teoría de la imagen contemporánea

pasa directamente por explorar las relaciones entre materialización –de relatos, de símbolos, de identidades o de pequeñas o grandes mitologías– y desaparición –de cuerpos, de marcos simbólicos, de certezas–. En un tiempo marcado por la constante distorsión de la ἀλήθεια –*aletheia*, “verdad”, aquello que “se manifiesta claramente tal y como es en su ser”–, tenemos la sensación de haber “perdido la soberanía sobre las imágenes” (Fontcuberta, 2016, p. 260), un objetivo que buena parte de los estudiosos de la comunicación y de la imagen nos empeñamos en recuperar.

2. La imagen como objeto de estudio en el campo de la comunicación

Si se atiende a las diferentes acepciones de los términos que remiten a la “visión” en el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, se constata que “ver”, “mirar”, “contemplar” y “observar” son acciones que implican procesos de percepción y de comprensión (cognición), que aparecen entremezclados, llegando a confundirse. En efecto, en todo acto de visión interviene una actividad intelectual, aunque sea inconsciente, que nos permite reconocer el objeto percibido, o su representación (imagen). De este modo, la percepción de cualquier objeto es en sí misma una construcción cognitiva, que está profundamente mediatizada por el sujeto que lo contempla. La mirada, en tanto que visión proyectada hacia el mundo, aparece, por tanto, como un acto de interpretación. Toda imagen en tanto que representación es, de este modo, la huella de una mirada que muestra una vista construida –artificialmente– por un sujeto, desde un determinado lugar y tiempo.

Por ello, cualquier teoría sobre la imagen no es sino una teoría de la representación y, al mismo tiempo, una teoría de la mirada. El ojo que contempla una imagen no es “inocente” (Gombrich, 1980) como tampoco lo son las imágenes que, en tanto que representaciones, también son el resultado de una mirada, son “modos de ver”, es decir, construcciones culturales que reflejan las creencias, intereses, deseos y obsesiones de sus creadores y de las sociedades en las que viven o vivieron (Berger, 2000).

Como explica Gonzalo Abril, la mirada siempre expresa un hecho cultural: el ejercicio de “mirar” sólo se puede hacer desde una estructura de conocimientos, experiencias vitales, sentimientos, presupuestos, prejuicios o esquemas previos del sujeto que dirige su mirada sobre el mundo (Abril, 2007, pp. 42-43).

Así pues, la Teoría de la Imagen no puede aspirar, en ningún caso, a desarrollar un cuerpo de conocimiento con capacidad de modelización matemática predictiva, ni posee un objeto de estudio estable o nítidamente definido desde un único paradigma científico. Por el contrario, el *texto (audio)visual* es un objeto de estudio *inconsistente*, que no admite una definición comprensiva ni exhaustiva de sus elementos, dado que la imagen posee una naturaleza polisémica y abierta –en especial, la imagen artística, y otros tipos de imágenes como las publicitarias–. Por ello, es posible establecer sobre ellas una multiplicidad de operaciones de lectura. Y como ocurre cuando se estudian fenómenos culturales –como los textos o discursos audiovisuales–, el propio sujeto –el observador que los interpreta– está plenamente implicado en la tarea de análisis que así, inevitablemente, la carga de subjetividad. En suma, como señala Mitchell, el estudio de la cultura visual carece de una metodología de trabajo estructural, científica o sistemática, porque las imágenes y las experiencias visuales no tienen una “gramática”, como sí sucede con los lenguajes naturales (Dikovitskaya, 2005, p. 249).

En este sentido, el estudio de la significación de una imagen o texto audiovisual se tropieza con una serie de problemas de difícil resolución. En ocasiones, podemos constatar que “no todo es significativo” en una imagen, y en dichos casos cabe apelar al *punctum* o *sentido obtuso* del texto audiovisual (Barthes, 1992), como evocación de una ausencia, lo que se resiste a una descripción aplicada, porque la imagen es, asimismo, un terreno fértil para el desarrollo de la *poeticidad*. En este sentido, la Teoría de la Imagen se nos presenta como un espacio disciplinar de naturaleza heurística y hermenéutica, dispuesta siempre a cuestionar la naturaleza misma de las representaciones icónicas, puesto que no puede determinar su objeto de forma inmanente, como hemos señalado.

La pandemia informativa ha puesto en circulación toda clase de bulos, mentiras y falsedades que se han servido de las imágenes para invadir nuestras retinas y conciencias

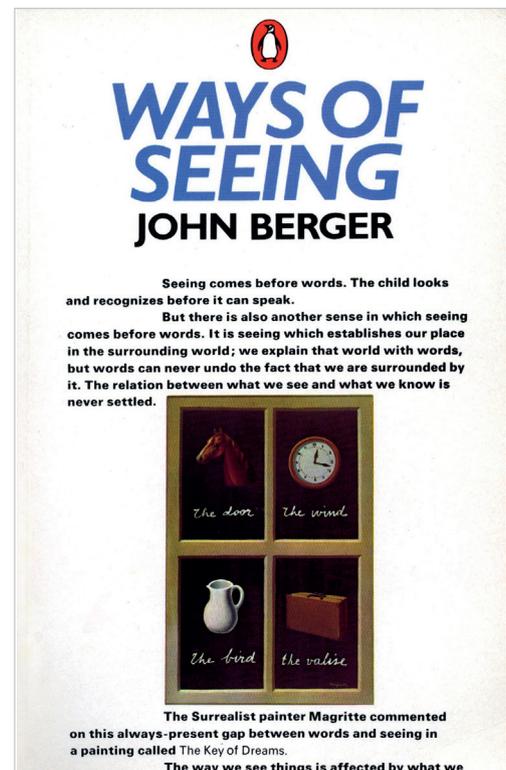


Imagen 8. Portada del libro *Ways of seeing* de John Berger, 1972.

No obstante, debe exigirse rigor metodológico en el estudio de la imagen: el análisis crítico y el desarrollo de teorías sobre la significación de las imágenes ha de articularse sobre la base de razonamientos y argumentaciones consistentes, que responden a diferentes concepciones y perspectivas metodológicas diversas en el estudio de las imágenes.

“ En todo acto de visión interviene una actividad intelectual, aunque sea inconsciente, que nos permite reconocer el objeto percibido, o su representación (imagen) ”

3. Tendencias y perspectivas en el estudio de las imágenes

A continuación, presentamos un recorrido, necesariamente contingente e incompleto, a través de diferentes propuestas de aproximación en el estudio de las imágenes, con especial atención a la producción científica española, que está muy atenta a los desarrollos de la investigación a nivel internacional. Es evidente que una metodología de análisis proporciona un modelo de interpretación de su objeto de estudio, es decir, es sobre todo el resultado de una concepción concreta de ese objeto: de facto, cualquier propuesta metodológica, en la práctica, es una teoría de la imagen o de la representación. Por otro lado, la propia naturaleza *inconsistente* de la imagen dificulta la posibilidad de acotar perspectivas de análisis perfectamente diferenciadas; con frecuencia las diferentes corrientes metodológicas están fuertemente interrelacionadas, hasta el punto de que muchas de ellas son interdependientes. Finalmente, parece necesario distinguir ámbitos de investigación divergentes, puesto que no es lo mismo abordar el estudio de las prácticas visuales del fotoperiodismo, de los discursos publicitarios, del documental, del cine de ficción, de las series de TV, del campo de las prácticas artísticas, etc. Y más especialmente cuando se aborda una temática tan compleja y abierta como la de “Imágenes y verdad: memoria, cuerpo y representación”.

3.1. Imagen y memoria: naturaleza histórica de las imágenes

En primer lugar, con frecuencia se suele olvidar que los productos culturales que nos rodean, muchos de ellos banales y/o cotidianos, forman parte y ayudan a construir una memoria colectiva y a configurar el imaginario social que compartimos. Precisamente es lo que pasa con la fotografía, el cine, la radio, la televisión o los videojuegos. Y no es poco relevante que las imágenes que nos rodean actúan, con frecuencia, como una especie de anestesia que nos hacen olvidar el pasado. En este sentido, la velocidad vertiginosa de los cambios sociales no deja espacio y tiempo para la reflexión y el análisis (Rosa, 2016; Virilio, 2017). No en vano, los textos de la cultura de masas forman parte del universo simbólico que vincula a las personas con su pasado, estableciendo una memoria que comparten todos los individuos socializados dentro de una colectividad (Berger; Luckmann, 2015). El caso español, sin ir más lejos, sigue arrojando trabajos (Castro-De-Paz, 2019) que hacen de la recuperación de la memoria audiovisual un ejercicio de replanteamiento de las luces y las sombras que han ido configurando nuestra historia reciente. Las imágenes del pasado actúan como potentes interlocutoras con los mensajes comunicativos del presente.

En este marco conceptual, Hans Belting propone el estudio de la imagen desde la antropología, en tanto que las imágenes se relacionan con la construcción de la identidad colectiva y sus desarrollos en la vida pública, que expresan

“la confrontación entre distintos mundos de imágenes que acompañaron el choque de los pueblos, las conquistas y colonizaciones, pero también la resistencia que se generó en el mundo de representación de los vencidos en contra de las imágenes de los vencedores” (Belting, 2007, p. 76),

que aborda a través del estudio de las fotografías de Edward Steichen y su colección *The family of Man*, las de Robert Frank en su serie *The Americans* o las del proyecto de la Agencia Magnum.

En los últimos años han visto la luz algunos trabajos acerca del álbum familiar, como relatos sobre la vida común, que construyen una visualidad doméstica, en la que se expresa la repetición de estereotipos culturales y su poder simbólico en nuestra cultura (Bravo-López, 2018) cuya relectura permite la reinterpretación y cuestionamiento de la historia familiar y de las identificaciones que promueven (Martín-Núñez; García-Catalán; Rodríguez-Serrano, 2020).

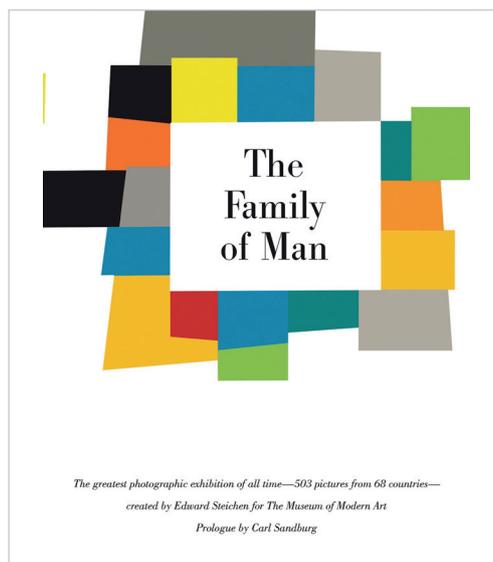


Imagen 9. Portada del catálogo de la exposición *The family of man*, 1955.

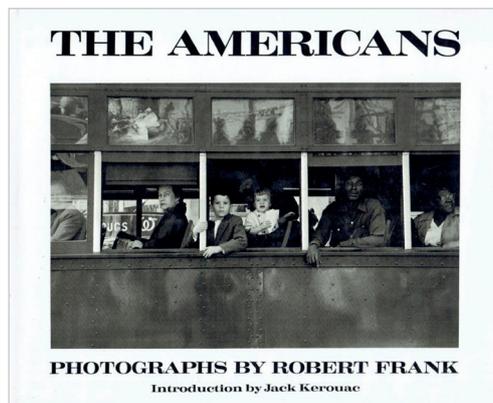


Imagen 10. Portada del libro *The Americans*, de Robert Frank, 1958.

3.2. Estudio de la imagen como representación

Numerosas aproximaciones al estudio de las imágenes parten de la clásica definición de Umberto Eco de la semiótica como disciplina que estudia todo lo que puede usarse para mentir, por lo que la semiótica sería una *teoría de la mentira*, en tanto que el signo gráfico, visual o auditivo, es “algo que está siempre en el lugar de otra cosa”, y su objetivo es mentir, crear “la ilusión de verdad” (Eco, 1978). Este es el punto de partida de Rodríguez-Ferrándiz cuando propone una aproximación al concepto de posverdad, a través de un recorrido por sus formas de representación actuales, desde el campo de la información y del periodismo al universo de la ficción y del entretenimiento, profundizando en sus raíces filológicas y filosóficas. Rodríguez-Ferrándiz encuentra en el análisis de la producción artística y de la obra teórica de Joan Fontcuberta un material de estudio muy relevante para desenmascarar las estrategias ilusionistas de la posverdad.

Como señala Rodríguez, la posverdad

“debe quizá su gloria, no sabemos si efímera, a que ha acertado a dar nombre al malestar producido por fenómenos distintos pero que parecen responder a un espíritu del tiempo, fenómenos que sugieren un fracaso del consenso intersubjetivo” (Rodríguez-Ferrándiz, 2018, p. 211).

Siguiendo en esta misma línea de trabajo, destaca también la reciente publicación de un ensayo de Rodríguez-Tranche sobre la misma temática, que aborda el estudio de la imagen en un contexto en el que estamos sometidos

“a un régimen de *hipervisibilidad* donde todo debe ser visto, antes que percibido o experimentado” (Rodríguez-Tranche, 2019, p. 19), y en el que “el discurso informativo es cada vez más argumentativo y menos expositivo, rehúye lo veritativo y se envuelve en lo especulativo” (Ibid., p. 22).

Especialmente interesante nos parece el análisis de imágenes que forman parte del universo de la *camera bystander*, fotografías y vídeos obtenidos con dispositivos móviles por ciudadanos anónimos, que parecen ofrecer una perspectiva más directa y cercana, pero que son, al mismo tiempo “inconsistentes, fragmentarias y frágiles”. Asimismo, nos parece muy pertinente el análisis de casos como el de la fotografía del niño sirio de tres años Aylan Kurdi, ahogado en Turquía, cuyo impacto mediático generó una “solidaridad digital” en 2015, que no ha tenido efectos para la erradicación de las causas de la tragedia humana de la emigración. De este modo,

“la máscara sobre la realidad es la inconsistencia de la palabra y la imagen para levantar acta de su acontecer en el mundo actual” (Rodríguez-Tranche, 2018, p. 215).

El género documental constituye un terreno fértil para la reflexión sobre el estatuto de las imágenes en el mundo contemporáneo. Por un lado, destacan trabajos que señalan cómo la mirada realista, trufada de emoción y pasión, impregna buena parte del universo audiovisual contemporáneo, un “realismo melodramático” que también se constata en la pintura, la fotografía, el cine documental y en el cine de ficción (Català-Domènech, 2009). Los fotolibros emergen en este contexto como dispositivos que contestan este realismo, al hibridar lo documental con procesos de creación propios de las prácticas artísticas que permiten hacer emerger otras visualidades y montajes que provocan un distanciamiento para acercarse honestamente a la realidad desde la subjetividad de la mirada (Martín-Núñez; García-Catalán, 2015). También las nuevas formas del documental expandido —más allá del objeto filmico o videográfico— han potenciado el desarrollo de un pensamiento complejo, gracias a las nuevas tecnologías de la imagen-red, de la imagen aumentada o de la imagen de síntesis, que han multiplicado las posibilidades expresivas del género documental, cuyos límites se han expandido (Català-Domènech, 2015). En suma, para este autor las imágenes actuales

“(...) han empezado a abandonar las pantallas y a instalarse en lo que podríamos denominar, de forma general, *ambientes*. La realidad virtual, los hologramas y la realidad aumentada (...) empiezan a configurar un nuevo paradigma de la representación audiovisual” (Català-Domènech, 2017, pp. 319-320).



Imagen 11. Fotografía de un grupo de cosmonautas soviéticos en 1967 y 1975. Joan Fontcuberta, *Serie Sputnik*, 1997.

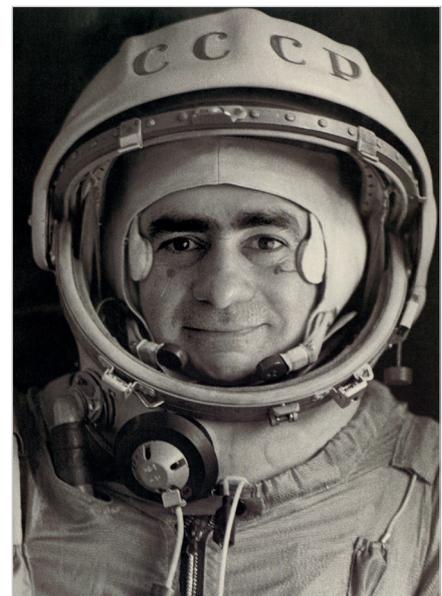


Imagen 12. Retrato oficial del cosmonauta Ivan Istochnikov. Joan Fontcuberta, *Serie Sputnik*, 1997.

A tal fin, reivindica un *pensamiento esférico*,

“(…) un pensamiento capaz de superar tanto el principio de no contradicción como la linealidad dialéctica” (**Català Domènech**, 2017, p. 279).

De este modo, el cine de no ficción, también llamado “cine de lo real” contemporáneo recoge prácticas experimentales, nuevas formas de interactividad y heterodoxias formales y conceptuales que vuelven su mirada

“hacia la comprensión de las nuevas fenomenologías del yo y la construcción de nuevas subjetividades: se trata de un cine que demuestra explícitamente su carácter persuasivo, construido, subjetivo, que hace declaración de principios al desvelar sus propios mecanismos discursivos” (**Arnau-Roselló, Gifreu-Castells**, 2020, pp. 21-22).

Así, podemos ver cómo el ensayo audiovisual, estudiado en profundidad por el equipo de Norberto Mínguez, ha emergido con fuerza en el nuevo siglo desde la experimentalidad y los márgenes del sistema como un “objeto complejo que se resiste a ser definido” pero que se caracteriza por una forma específica que se articula en cada texto de una forma propia y particular que

“inventa para cada ocasión sus propios mecanismos retóricos” y cuyo interés,

“no está solo en las ideas producidas, sino en el lenguaje que da lugar a ese pensamiento, en cómo se articula y en la ideología y debilidades que lo sustentan” (**Mínguez**, 2019, p. 10).

No es casual que esta forma haya emergido, precisamente, en una etapa de crisis económica, de pensamiento e industrial del espectáculo cinematográfico,

“aunque el cineasta no mencione la crisis en su obra, esta se encuentra agazapada en cada una de sus decisiones de producción y formales” (**Deltell-Escolar**, 2019, p. 147).

Por otra parte, también es destacable el desarrollo de una línea de investigación en torno al cine documental sobre “perpetradores”, esto es, responsables de actos de violencia de masas, genocidios y crímenes de guerra, como estrategia para denunciar estos crímenes contra la humanidad y luchar contra el olvido (**Canet**, 2020). En suma, se puede afirmar que el cine de no ficción constituye un vehículo importante para el análisis de los usos visuales de la memoria y representación del pasado, que está evolucionando de la forma de ensayo subjetivo y autorreflexivo, a la formulación de otras propuestas como el web documental, que puede calificarse como

“manifestación de un formato multimedia híbrido y esencialmente interpretativo” (**Arnau-Roselló**, 2021).

En este recorrido en torno a las investigaciones sobre el cine documental, también destaca el trabajo de Pilar Carrera y Jenaro Talens que, en la línea del resto de investigaciones citadas, ponen el énfasis en el hecho de que el film documental no tiene una relación más estrecha con lo real que el cine de ficción, al ser resultado de una visión, de la distorsión que genera un punto de vista enunciativo y la propia mediación técnica que supone toda producción audiovisual. A través de numerosos análisis textuales de films documentales, los autores muestran como el film documental es un artificio retórico, cuyo acto enunciativo nunca es transparente y está tan distorsionado como el cine de ficción (**Carrera; Talens**, 2018).

En otra obra reciente, Santos Zunzunegui e Imanol Zumalde abordan asimismo el estudio del cine documental, en primer lugar, con la articulación de un marco teórico que incide en el análisis del documental como un efecto de sentido basado en la construcción de una ilusión referencial, del *hacer creer*, es decir, de la verosimilitud de la imagen y, en segundo lugar, mediante la elaboración de una suerte de cartografía del cine documental que se apoya en numerosos análisis textuales como casos de estudio que muestran cómo el discurso documental poco tiene que ver con el referente o con la realidad, en tanto que

“el *saber* y el *creer* forman parte del mismo universo cognitivo” (**Zunzunegui; Zumalde**, 2019, p. 12).

Para finalizar este recorrido desde planteamientos cercanos a los postulados del pensamiento semiótico, creemos pertinente referirnos a dos obras colectivas que abordan el estudio de las representaciones de la crisis. Por un lado, el estudio coordinado por Nekane Parejo y Antonio Sánchez-Escalonilla desarrolla una serie de análisis de textos fílmicos y fotográficos que se corresponden con las llamadas “narrativas de conversión”, surgidas tras la crisis del 29 y los años del *New Deal*, y tras crisis políticas y económicas importantes, un tipo de represen-



Imagen 13. Promoción del falso documental *Operación palace*, Jordi Évole, 2014.

La propia naturaleza inconsistente de la imagen dificulta la posibilidad de acotar perspectivas de análisis perfectamente diferenciadas; con frecuencia las diferentes corrientes metodológicas están fuertemente interrelacionadas, hasta el punto de que muchas de ellas son interdependientes

taciones comprometidas con las demandas y preocupaciones de la ciudadanía en tiempos de crisis (Parejo; Sánchez-Escalonilla, 2016). Por otro lado, destacamos otro trabajo colectivo, titulado *La crisis de lo real*, a propósito del impacto en las representaciones audiovisuales de la crisis financiera de 2008, cuyos efectos perduran más de una década después del gran colapso. A tal fin, se ofrece una visión panorámica por las “topografías visuales del malestar” que se constatan a través del análisis de una selección de fotografías, textos fílmicos, series de televisión, textos publicitarios y videojuegos, como estudios de caso (Marzal-Felici; Loriguillo-López; Rodríguez-Serrano; Sorolla-Romero, 2018).

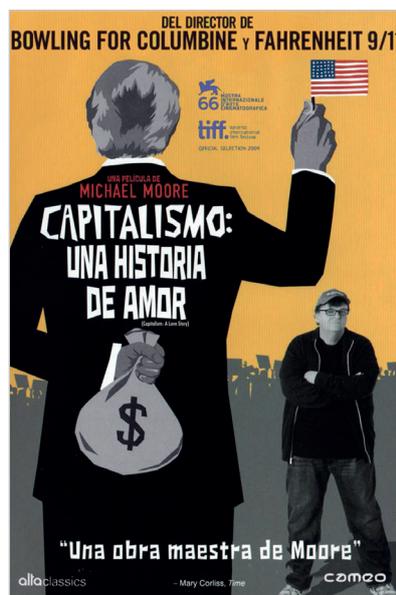


Imagen 14. Cartel del film *Capitalismo, una historia de amor*, Michael Moore, 2009.

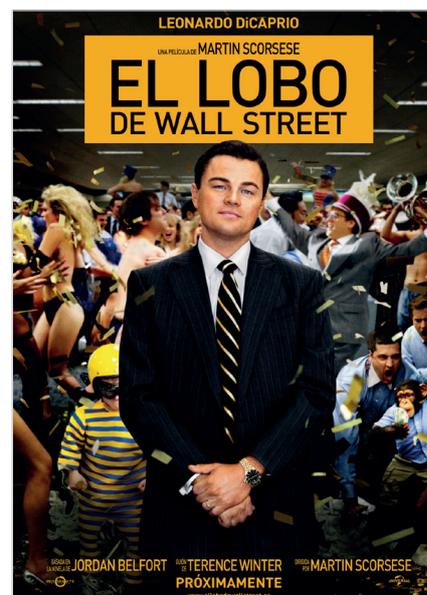


Imagen 15. Cartel del film *El lobo de Wall Street*, Martin Scorsese, 2013.

Si las tecnologías digitales han determinado la creación y comprensión de la imagen fotográfica, también en el campo del lenguaje cinematográfico son interpretadas por determinados teóricos como catalizador de una vertiente concreta de complejidad narrativa que afecta directamente a la comprensión y representación de la subjetividad del sujeto contemporáneo (Simons, 2014). Nos referimos al fenómeno de los llamados *mind-game films* (Elsaesser, 2009) o *puzzle films* (Buckland, 2009; 2014), que abarca relatos fílmicos que, desde la década de 1990, se vienen estrenando tanto en circuitos comerciales como en otros más minoritarios, un fenómeno transversal en diferentes géneros y cinematografías nacionales que parecen desafiar las convenciones del cine hegemónico desde su interior. Entre algunos trabajos recientes, se puede destacar el análisis de los recursos narrativos y estilísticos del cine posclásico, a través de la identificación de los recursos retóricos más frecuentes (Palao-Erando; Loriguillo-López; Sorolla-Romero, 2018), el análisis de los “malestares culturales” que subyacen a algunas de las narrativas fracturadas de una selección de films y series de televisión muy comerciales (Sorolla-Romero; Palao-Erando; Marzal-Felici, 2020), o la irrupción de los motivos visuales vinculados a las imágenes automáticas que responde a una transformación hacia una visión múltiple y poliédrica de la vigilancia en el siglo XXI (Salvadó; Oliva; Pintor, 2020).



Imagen 16. Cartel de la película *La llegada*, Denis Villeneuve, 2016.



Imagen 17. Cartel promocional de la serie de TV *Black mirror*, Charlie Brooker, 2011.

3.3. La imagen como producción simbólica: estudios culturales, estudios visuales y estudios de género

En este bloque, vamos a considerar un conjunto de trabajos cuyos análisis ponen el acento en la consideración de que todo texto audiovisual, en tanto que *producción simbólica*, guarda una relación estrecha con el marco cultural en el que surge y, en este sentido, está cargado de la ideología de su contexto social, político, económico, etc.

En primer lugar, destacan las investigaciones que siguen la estela de la corriente iconológica de Aby Warburg, Erwin Panofsky y Ernst Gombrich, basada en el estudio de la interacción de forma y contenido, entendiendo que las creaciones artísticas y culturales son procesos de simbolización. En este contexto, cabe subrayar los estudios sobre el desarrollo en el cine de las ficciones de la repetición, de los argumentos universales y de los motivos visuales, temáticas que han generado una producción científica muy notable en los últimos años (**Balló; Pérez-Torío**, 1997; **Balló**, 2000; **Balló; Pérez-Torío**, 2005; **Bou**, 2006; **Balló; Bergala**, 2016).

La adopción de la perspectiva de los estudios culturales está siendo muy fértil para entender cómo los medios de comunicación, en especial el medio televisivo, son agentes fundamentales en la construcción de la personalidad política, social y cultural de un país plurinacional, y con una historia reciente tan convulsa, como es el caso de España. La evolución de la programación televisiva, en sus géneros más variados, desde la información al entretenimiento más popular, ofrece claves para comprender las continuidades y transformaciones que se han ido produciendo en nuestro país, desde la dictadura franquista hasta nuestros días (**Palacio**, 2019). Una actualidad que está marcada por una realidad política, económica y social compleja y llena de contradicciones, donde la recuperación de la memoria histórica se ha convertido en un eje de reflexión fundamental, en cuya órbita ha florecido una amplia producción de documentales independientes, cuyas imágenes están sirviendo de ayuda para (re)conocernos en el pasado (**Cerdán**, 2007; **Cerdán; Fernández-Labayen**, 2017).

En los últimos años, el campo de los estudios visuales ha conocido un auge muy importante, en especial cuando se ha relacionado la evolución de las artes plásticas con el desarrollo de las tecnologías de la imagen (**Colorado-Castellary**, 2019). La expresión *cultura visual* relaciona la imagen con la historia de las artes, de las tecnologías, los medios de masas y las prácticas sociales de representación y recepción que, además, están profundamente vinculadas con las sociedades humanas, con la ética y la política, con la estética y la epistemología de la mirada (**Mitchell**, 2005, pp. 337-338). De este modo se ponen en relación las imágenes con el contexto(s) en las que se inscriben y se usan, como también plantea Ángel Quintana cuando analiza los profundos cambios del medio fílmico con la irrupción de la imagen digital (**Quintana**, 2011). Una serie de transformaciones que han provocado una crisis de valores, que se puede reconocer en el cine postmoderno (**Imbert**, 2019).

En efecto, la implementación y expansión de las tecnologías de la información ha tenido efectos muy notables en las prácticas artísticas contemporáneas, que se puede ver desarrollado actualmente en el *net art*: en las intervenciones en las redes sociales, en la creación de instalaciones en las redes, en la creación de *blog-arts*, en la realización de poéticas online del registro y de bases de datos, en la estética de la remezcla y de la recreación histórica, en la construcción de entornos de videojuegos para la intervención, etc. Se trata, pues, de una serie de manifestaciones artísticas que persiguen la reflexión crítica y la reacción del espectador, y que promueven el siempre necesario debate sobre la naturaleza del arte en el mundo contemporáneo (**Martín-Prada**, 2015; 2018). En la era postdigital, se plantean interrogantes sobre las derivas de la imagen en su relación con la tecnología y las redes, pero también con otros discursos visuales. La creación artística desde imágenes de archivo, gracias a la accesibilidad y digitalización de algunos archivos visuales, permite dar una nueva vida a las imágenes que, al ser releídas desde nuevas perspectivas, intervenidas y activadas en contextos diferentes al de su creación original, abren la posibilidad a realizar lecturas contrahegemónicas, derivando en ocasiones en un

“ Todo texto audiovisual, en tanto que producción simbólica, guarda una relación estrecha con el marco cultural en el que surge y, en este sentido, está cargado de la ideología de su contexto social, político, económico, etc. ”

“activismo digital” que “supone una remirada para mostrar lo que no se quiere ver”. Así pues, “no se trata de mirar lo que se desea, sino de mostrar cómo se desea lo que hemos mirado” (**Arquero-Blanco; Deltell-Escolar; García-Fernández**, 2019, p. 38).

Los discursos visuales –hegemónicos o contrahegemónicos– que vertebran nuestra realidad social han propiciado investigaciones que se preguntan por el funcionamiento afectivo-ideológico de las imágenes, por su lugar en los flujos de consumo (**Fernández-Porta**, 2012), por sus métodos de producción y sus canales de exhibición (**Steyerl**, 2018) o por sus relaciones con los cambios tecnológicos de creación y difusión que nos rodean, llegando incluso a cuestionar las metodologías que utilizamos para analizarlas y clasificarlas (**Fernández-Mallo**, 2018). De este modo, en el estudio y análisis de las imágenes surgen aproximaciones holísticas, metodológicamente transversales, que toman como punto de partida la estética postdigital (**Berry; Dieter**, 2018), la reflexión semiótica, el análisis textual, su relación con las narrativas periodísticas (**Jordan**, 2019) o los entrecruzamientos entre arte, comunicación y tecnología (**Pilcher**, 2020). En esta línea de trabajo, destacan análisis tan sugerentes como el de Javier Acevedo, acerca de la existencia de nuevos espacios digitales de protesta como *Tik Tok* e *Instagram*, en los que se desarrollan imaginarios activistas (**Acevedo-Nieto**, 2020), o los cua-

tro volúmenes de la serie *Reimagining Communication*, que los editores Michael Filimowicz y Veronika Tzankova acaban de publicar en *Routledge*, en los que se propone, desde una perspectiva multidisciplinar y plural, el análisis y estudio de las imágenes a través de cuatro ejes de reflexión diferenciados: la experiencia, la mediación, el significado y la acción (Filimowicz; Tzankova, 2020).

En el marco de los estudios culturales, han adquirido un especial protagonismo los estudios de género. Como señalan algunas estudiosas de referencia, el propósito de la investigación feminista es

“inestabilizar y dislocar los modos de producción del conocimiento que han mantenido tradicionalmente una jerarquía sobre las líneas de sexualidad y clase diferentes” (Doane; Mellencamp; Williams, 1983, p. 5),

así como aportar una posición, un lugar y una mirada nueva, alternativa a la mirada masculina hegemónica (Colaizzi, 2006). Esto implicará la deconstrucción de la “mirada patriarcal”, un elemento que preside los modos de representación occidentales –la pintura y la escultura– y que se ve ejemplarmente representado en los medios de masas como la fotografía, el cine o la televisión, en especial en el llamado “cine clásico” o cine hollywoodiense. Sin duda, uno de los referentes de las reflexiones feministas en el campo de estudios sobre la imagen fílmica es el clásico trabajo de Laura Mulvey, “Visual pleasure and narrative cinema”, considerado fundacional para muchos en este campo, al revelar la presencia de un falocentrismo y de los ideales del patriarcado en las representaciones audiovisuales (Mulvey, 1992).

Sin duda, la potente creación de propuestas artísticas –y políticas– que tratan de deconstruir los modelos de representación audiovisuales de las mujeres ha llevado al desarrollo de propuestas de trabajo que se encuadran bajo la etiqueta de “ciberfeminismos”, tanto en el plano de la teoría como de las praxis artísticas, como ha sido estudiado por varias autoras (Zafra; López-Pellisa, 2019). También en este contexto, podemos encontrar investigaciones sobre cine documental feminista en España, realizado por mujeres, a través de las miradas que construyen y de la revisión de las prácticas performativas que reivindican la identidad de género (Araña; Quílez, 2021).

Por otro lado, en el contexto de los estudios culturales, se constata un creciente interés desde el campo de los estudios poscoloniales por el estudio de las representaciones audiovisuales de minorías étnicas y de grupos sociales, así como la expansión de los imaginarios culturales de los países del primer mundo –con Estados Unidos a la cabeza– en todos los rincones del planeta. Se pueden considerar como seminales en este campo las obras de Dorfman y Mattelart, *Para leer al Pato Donald* (1972), así como el estudio de Gruzinski, *La guerra de las imágenes*: en ambos casos, se muestra cómo a través de las imágenes –que, en efecto, configuran un verdadero campo de batalla– se imponen unos imaginarios e ideologías sobre las economías, sistemas políticos y culturas más vulnerables (Dorfman; Mattelart, 1972; Gruzinski, 1994). Entre algunos trabajos recientes, destacamos el análisis iconográfico de una serie de pinturas coloniales de los siglos XVII y XVIII a través de las cuales se perseguía controlar las actitudes y sexualidad en los enlaces matrimoniales



Imagen 18. Logotipo de Tik Tok.



Imagen 19. Logotipo de Instagram.

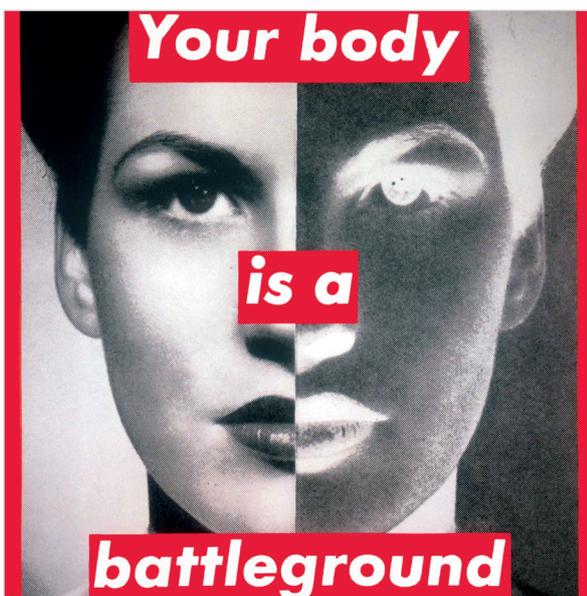


Imagen 20. Barbara Kruger, *Your body is a battle ground*, 1989.



Imagen 21. Cartel de la videoinstalación *Mater amatísima*, María Ruido, 2017.

(Cruz-Medina, 2019); o un estudio a través de obras de artistas de América Central, México y el Caribe hispano sobre la representación del cuerpo de las mujeres que pueden interpretarse como metáforas de “territorios invadidos” y de la incursión del patriarcado en la vida de las mujeres (Quiñones-Otal, 2019).

El género documental constituye un terreno fértil para la reflexión sobre el estatuto de las imágenes en el mundo contemporáneo

3.4. Ubicuidad de la imagen digital e implosión de aproximaciones al estudio de las imágenes

Probablemente, la obra de Henry Jenkins, *Convergence culture*, constituye uno de los referentes esenciales para el estudio de la imagen digital, dirigiendo su mirada hacia el fenómeno de la convergencia mediática, en la que han cobrado un especial protagonismo los consumidores y espectadores de los medios, ahora convertidos en prosumers (Jenkins, 2008), algunas de cuyas ideas también habían sido esbozadas en nuestro país por Lorenzo Vilches en *La migración digital* (Vilches, 2001).

Pero, probablemente, la obra más influyente en el estudio de las nuevas narrativas de la era de la convergencia es el ensayo de Carlos Scolari, *Narrativas transmedia*, que ofrece una caracterización muy completa del *transmedia storytelling*, a través del estudio de numerosos casos, que permiten comprender cómo se construyen las narrativas transmedia, identificar la tipología de narrativas transmedia en los campos de la ficción, del periodismo y del documental interactivo; tomar conciencia de la importancia de las redes sociales y del fenómeno *fan* para el desarrollo de estas narrativas; de la relevancia del *branding*, del *merchandising* y de prácticas como el *product placement* para la expansión del universo transmedia (Scolari, 2013). Se trata de una obra de clara vocación interdisciplinar que combina saberes procedentes de la semiótica, la literatura comparada, la narratología, la sociología, la economía de los medios, la teoría de la comunicación y la antropología.

El panorama audiovisual contemporáneo ha experimentado una profunda transformación en los últimos años, tanto en los modelos de producción y de negocio del audiovisual, como en las formas de consumo. Se trata de un contexto mediático dominado por los llamados GAFAM, que, gracias al desarrollo de las redes sociales, de internet, de la aplicación de la inteligencia artificial al análisis de los *big data* que las grandes corporaciones son capaces de recoger y procesar con gran habilidad, amenazan la diversidad audiovisual (Albornoz; García-Leiva, 2017).

Precisamente, algunos estudiosos como Aparici y García-Marín han señalado que la expansión de las interfaces para el consumo audiovisual, basados en algoritmos desarrollados que reproducen en primer lugar a los sujetos y los contenidos que mayor relación guardan con el usuario, terminan estableciendo un patrón endogámico de visualización de los relatos digitales que genera una evidente expulsión de lo distinto. Para estos autores, ello supone la imposición de un modelo que elimina la posibilidad de una comunidad política, deliberativa y participativa en la red de redes, al imposibilitarse la presencia del otro, con lo que el diálogo es inexistente (Aparici; García-Marín, 2019). Las redes sociales son, en realidad, “cajas de resonancia del yo” (Han, 2017) que producen discursos sin socialización (*YouTube*), que tienen como principal efecto una suma agregada de monólogos que anulan la posibilidad la conversación, lo que favorece la propagación de *fake news* y bulos.

La transformación del mundo como interfaz ha sido también objeto de estudio de la creadora e investigadora Ingrid Guardiola, para quien vivimos en un mundo absolutamente mediatizado, donde las imágenes nos están interpellando constantemente. El nuevo régimen de las imágenes anula nuestra capacidad de emoción y empatía, como ya anticipó Susan Sontag en *Ante el dolor de los demás*, al mostrar cómo las imágenes del horror configuran nuestro imaginario más cotidiano (Sontag, 2010). Se trata de un nuevo escenario en el que es más relevante ser visto que ver, donde es más importante tomar imágenes que lo que se fotografía (Guardiola, 2018).

La omnipresencia de las imágenes digitales también ha invadido el campo de la investigación en ciencias experimentales, donde la visualización de datos se ha convertido en una herramienta fundamental de trabajo (Cairo, 2017), que obliga a una atenta interpretación, porque se corre el riesgo de ofrecer una visión distorsionada de la realidad. Cuando se analizan las imágenes del SARS-CoV-2, algo tan frecuente en los medios de comunicación en estos tiempos, se constata que se trata de imágenes falsas o ilustraciones imaginarias, retocadas para la ilustración (Andreu-Sánchez; Martín-Pascual, 2020). Para William Mitchell, las imágenes que utiliza la ciencia serían

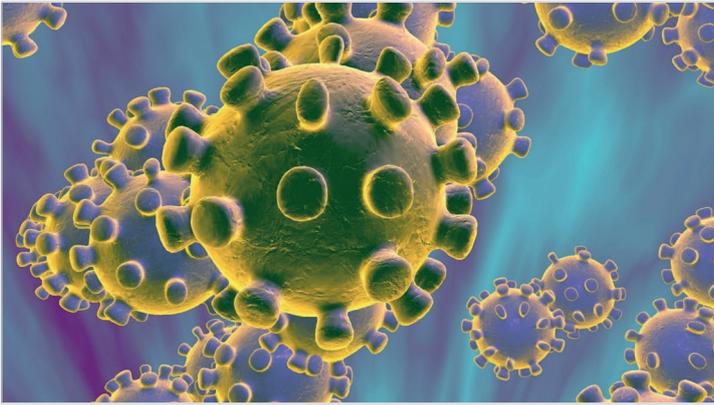
Vivimos en un contexto mediático que, debido al desarrollo de las redes sociales y de la inteligencia artificial, está amenazando la diversidad audiovisual

“metáforas” puesto que “el realismo es, para la fotografía y para las imágenes en general, un proyecto y no algo que les pertenece por naturaleza” (Mitchell, 2019, p. 68),

y que, en algunos contextos de la fotografía científica, se puede relacionar con la tendencia a espectacularizar la realidad, “construidas para seducir el ojo del espectador” (Marzal-Felici, 2012).

Josep-Maria Català señala que en el contexto de las ciencias naturales

“las imágenes son siempre una respuesta a la realidad desde la imaginación”, en definitiva, son también una interpretación de la realidad (Català, 2018, p. 14).



Imágenes 22 y 23. Representaciones del coronavirus SARS-CoV-2.

Finalmente, el estudio de la imagen en el contexto de la comunicación política es otro campo de reflexión muy fértil. En este sentido, Carlo Ginzburg afirma que en toda imagen coexiste la trama política coyuntural con un trasfondo a la vez histórico, religioso e iconográfico que vehicula el contenido emocional y los códigos de expresión del poder, que a menudo sobreviven a través de los tiempos (Ginzburg, 2014). En efecto, algunos autores, como Andreu Casero-Ripollés, han señalado cómo el reinado de la imagen ha comportado la apuesta por la introducción de los esquemas del espectáculo y la seducción en el terreno político, con el fin de captar la atención de la ciudadanía (Casero-Ripollés, 2009; 2012). En los últimos años, podemos destacar investigaciones que han estudiado la conexión de la enunciación mediático-electoral con la enunciación popular-reticular que encarna el fenómeno del 15M (Palao-Errando, 2016); el uso de las imágenes por los partidos políticos en la red *Instagram* para desarrollar una estrategia de persuasión orientada al *political fandom* (Quevedo-Redondo; Portalés-Oliva, 2017), y con una clara orientación hacia contenidos y estilos espectaculares (López-Rabadán; Doménech-Fabregat, 2018); o el análisis de las estrategias de desinformación de 12 partidos europeos de extrema derecha a través del análisis textual narratológico de las 36 piezas videográficas más visitadas en *YouTube* (Rodríguez-Serrano; García-Catalán; Martín-Núñez, 2019).

4. Por qué y para qué analizar imágenes

La hegemonía del mercantilismo en el mundo académico actual nos obliga a preguntarnos, con frecuencia, sobre la *utilidad* de reflexionar sobre las imágenes y en qué medida la Teoría de la Imagen constituye un *saber científico*, de naturaleza muy diferente al de las ciencias experimentales, y en qué medida los conocimientos que derivan de esta disciplina pueden revertir positivamente en los “saberes productivos” de la práctica profesional de los campos de la comunicación, de la publicidad o del periodismo. Hace más de treinta años, Santos Zunzunegui señalaba que

“...aun no habiendo una relación mecanicista entre un *saber interpretativo* y un *saber productivo*, el adecuado control de los circuitos de sentido y la articulación del mismo constituyen una base de primordial importancia para cualquier operación ulterior orientada a la producción de significación. Entender cómo “hablan” las imágenes no capacita en sí para la fabricación de artefactos icónicos (...). Pero parece un paso pertinente en el camino hacia una adecuada comprensión de la lógica de funcionamiento de [los] *medios*...” (Zunzunegui, 1989, p. 13).

Por su parte, William J. T. Mitchell reivindica una concepción de los estudios sobre la cultura visual desde una perspectiva más política y comprometida con la realidad que nos ha tocado vivir, heredero del pensamiento crítico de la Escuela de Frankfurt. En este sentido, señala como urgencia en la agenda investigadora la necesidad de recordar las representaciones del racismo y del sexismo en las guerras y conflictos actuales, que parecen haber sumido en el olvido otros conflictos. De este modo, Mitchell afirma que aunque es verdad que

“probablemente no podemos cambiar el mundo, podemos continuar describiéndolo críticamente e interpretarlo adecuadamente. En la era de las desrepresentaciones, desinformación y sistemática mendacidad, ese puede ser el equivalente moral de la intervención” (Mitchell, 1994, pp. 424-425),

lo que supone reivindicar la teoría de la imagen con una materia profundamente ética, que ha de comprometerse con nuestro presente.

Por otra parte, sumidos en plena pandemia sanitaria e informativa, se constata con claridad que la alfabetización mediática debería ser una absoluta prioridad en las agendas para nuestras autoridades educativas y representantes políticos (Aguaded; Vizcaíno-Verdú; Sandoval-Romero, 2019; Pérez-Tornero, 2020). Porque en un mundo en el que todavía se confunden las imágenes con la realidad, donde aún no se ha entendido que las imágenes son construcciones discursivo-enunciativas, esencialmente

“ En plena pandemia sanitaria e informativa, la alfabetización mediática debería ser una absoluta prioridad en las agendas para nuestras autoridades educativas y representantes políticos ”

marcadas por subjetividades, es más necesario que nunca que nuestros jóvenes, especialmente, pero sobre todo el conjunto de la ciudadanía, dispongan de las herramientas formativas para entender críticamente los discursos audiovisuales (Aparici *et al.*, 2009; Sampredo, 2018).

Todavía tenemos muy recientes las imágenes del 6 de enero de 2021, día en el que cientos de seguidores de Donald Trump irrumpieron con violencia en el Capitolio, sede del congreso y del senado de los Estados Unidos de América, considerada una de las democracias más antiguas del mundo, y referente de esta forma de gobierno en todo el planeta.

La rápida difusión de las imágenes por todo el mundo del asalto al Capitolio por una muchedumbre de seguidores incondicionales del ya expresidente causó un fuerte impacto en la opinión pública mundial, casi comparable a las imágenes del atentado de las Torres Gemelas en Nueva York, del 11 de septiembre de 2001.

Muchos analistas políticos y estudiosos de la imagen han relacionado estos hechos con los años de expansión de noticias falsas, bulos e imágenes manipuladas a través de las redes sociales, tendencia que se ha agudizado en las últimas décadas, en especial con la irrupción de las redes sociales. La visión de la crudeza de las imágenes del asalto al Capitolio puede (y debe) ser una oportunidad para tomar conciencia –a modo de “vacuna visual”– de la necesidad de vigilar con la máxima atención posible lo que ocurre en las redes sociales y en el espacio comunicativo, que todos compartimos. Es también la primera vez que las principales cadenas de televisión de los Estados Unidos –CBS, CNN, ABC y Fox– cortan “en directo” la retransmisión de unas declaraciones de un expresidente de los Estados Unidos, y que las redes sociales más importantes –Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Twitch, Snapchat y Parler– suspendían sus cuentas (hecho sin precedentes), ante las falsedades y mentiras del exlíder de la nación más poderosa del mundo.

En 2017, el periódico *The Washington Post* enunció un provocativo eslogan “Democracy dies in darkness” –*La democracia muere en la oscuridad*– que, en su momento, popularizó el famoso periodista Bob Woodward, a propósito del escándalo del *Watergate*, que provocó en 1974 la dimisión del presidente Nixon. En cierto modo, este importante periódico advertía ya entonces contra los efectos de la era Trump, que han sido mucho más dramáticos de lo que se esperaba. Es obvio que los medios de comunicación y las redes sociales, amplificadores de los discursos del odio y de las mentiras de Trump, han sido incapaces de poner coto a los excesos, en gran parte porque se trata de discursos que potencian la “cultura-espectáculo”, que una parte importante de la ciudadanía, no sólo “compra” muy bien, sino que además carece de herramientas para identificar la demagogia y la falsedad que se oculta en estos mensajes. Como dice Didi-Huberman,

“las imágenes no nos dicen nada, nos mienten o son oscuras como jeroglíficos mientras uno no se tome la molestia de leerlas, es decir, de analizarlas, descomponerlas, remontarlas, interpretarlas, distanciarlas fuera de los ‘clichés lingüísticos’ que suscitan en tanto ‘clichés visuales’” (Didi-Huberman, 2008, p. 44).

En este contexto, y en tanto que el sentido de una imagen no se agota en lo visible, sino que también remite a lo invisible, a “imaginarios sociales”, que expresa la relación existente entre los regímenes de la visión y el orden político, el estudio de la cultura visual se revela como una herramienta imprescindible para desenmascarar la manipulación de las masas y para conocer(nos) mejor (Abril, 2007; 2013). Porque el estudio de las imágenes ofrece una extraordinaria vía para explorar el mundo, abre un amplio horizonte para comprenderlo mejor, y constituye un reto formidable para nuestra inteligencia, dado que, como afirmaba Jameson,

“la fuerza transformadora de las tecnologías de la visión ha convertido a la imagen en la *depositaria de la función epistemológica* de nuestro tiempo” (citado por Brea, 2005, p. 14).

5. Referencias

Abril, Gonzalo (2007). *Análisis crítico de textos audiovisuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis. ISBN: 978 84 97564790



Imágenes 24, 25 y 26. Instantáneas del asalto al Capitolio, EUA, el 6 de enero de 2021.

- Abril, Gonzalo** (2013). *Cultura visual, de la semiótica a la política*. Madrid: Plaza y Valdés. ISBN: 978 84 15271741
- Acevedo-Nieto, Javier** (2020). "Espacio digitales de protesta. El imaginario activista de Tik Tok e Instagram". *Cine divergente. Revista de cine y ensayo*, 29 de julio.
<https://cinedivergente.com/espacios-digitales-de-protesta>
- Aguaded, Ignacio; Romero-Rodríguez, Luis M.** (2015). "Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo". *Education in the knowledge society (EKS)*, v. 16, n. 1, pp. 44-57.
<https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Aguaded, Ignacio; Vizcaíno-Verdú, Arantxa; Sandoval-Romero, Yamile** (eds.) (2019). *Competencia mediática y digital: Del acceso al empoderamiento*. Madrid: Grupo Comunicar Ediciones y AlfaMed. ISBN: 978 84 93731656
- Albornoz, Luis-Alfonso; García-Leiva, María-Trinidad** (2017). *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978 84 37636214
- Andreu-Sánchez, Celia; Martín-Pascual, Miguel-Ángel** (2020). "Imágenes falsas del coronavirus SARS-CoV-2 en la comunicación de la información al comienzo de la pandemia del Covid-19". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290309.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09>
- Aparici, Roberto; García-Marín, David** (2019). *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona, Gedisa. ISBN: 978 84 17690496
- Aparici, Roberto; García-Matilla, Agustín; Fernández-Baena, Jenaro; Osuna-Acedo, Sara** (2009). *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 97842082
- Araüna, Núria; Quílez, Laia** (2021). "Prácticas feministas en el cine documental español contemporáneo. Reflexiones a partir del análisis de *La casa de mi padre* (Francina Verdés, 2014) y *Mater amatísima* (María Ruido, 2018)". *Arte, individuo y sociedad*, v. 33, n. 1, pp. 105-119.
<https://doi.org/10.5209/aris.67516>
- Arnau-Roselló, Roberto** (2021). "Why remember? Representations of the past in non-fiction films: fabrication, re-construction and interpretation of the collective memory(s)". *Studies in documentary film*, online first.
<https://doi.org/10.1080/17503280.2021.1877388>
- Arnau-Roselló, Roberto; Gifreu-Castells, Arnau** (2020). "Cartografías de lo real: de las nuevas subjetividades a las narrativas expandidas". *adComunica*, n. 19, pp. 21-24.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.2>
- Arquero-Blanco, Isabel; Deltell-Escolar, Luis; García-Fernández, Emilio C.** (2019). "La imagen hiera. Tres modelos de activismo durante la crisis en España". En: Isabel Arquero-Blanco (ed.), *Algo que ver. 8 ensayos sobre la imagen fotográfica y cinematográfica*. Madrid: Fragua, pp. 37-51. ISBN: 978 84 70748479
- Balló, Jordi** (2000). *Imágenes del silencio: los motivos visuales en el cine*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33905963
- Balló, Jordi; Bergala, Alain** (eds.) (2016). *Motivos visuales del cine*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. ISBN: 978 84 16495504
- Balló, Jordi; Pérez-Torío, Xavier** (1997). *La semilla inmortal. Los argumentos universales en el cine*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33905482
- Balló, Jordi; Pérez-Torío, Xavier** (2005). *Yo ya he estado aquí: ficciones de la repetición*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33962294
- Barthes, Roland** (1992). "El tercer sentido". En: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós (1ª ed.: 1961). ISBN: 978 84 75094007
- Baudrillard, Jean** (1984). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós. ISBN: 978 84 72452985
- Belting, Hans** (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz Ediciones. ISBN: 978 987 1283 57 6
- Berger, John** (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili (1ª ed.: 1972). ISBN: 978 84 25229510
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas** (2015). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. ISBN: 978 950 5180097
- Berry, David M.; Dieter, Michael** (2018). *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1 137 43720 4
- Bou, Núria** (2006). *Diosas y tumbas. Mitos femeninos en el cine de Hollywood*. Barcelona: Icaria. ISBN: 978 84 7426 897 4

- Bravo-López, Laura** (2018). "Usos del álbum de familia en el arte contemporáneo". En: Pedro Vicente y José Gómez-Isla. *Álbum de familia y prácticas artísticas. Lecturas sobre autobiografía, intimidación y archivo*. Huesca: Diputación de Huesca, pp. 37-54. ISBN: 978 84 92749 71 3
- Brea, José-Luis** (2005). "Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad". En: José-Luis Brea (ed.), *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal. ISBN: 978 84 460 2323 4
- Buckland, Warren** (ed.) (2009). *Puzzle films: Complex storytelling in contemporary cinema*. Oxford: John Wiley & Sons. ISBN: 978 1 405 16862 5
- Buckland, Warren** (ed.) (2014). *Hollywood puzzle films*. London: Routledge. ISBN: 978 0 415622462
- Cairo, Alberto** (2017). "Visualización de datos: una imagen puede valer más que mil números, pero no siempre más que mil palabras". *El profesional de la información*, v. 26, n. 6, pp. 1025-1028.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.02>
- Canet, Fernando** (2020). "Introductory reflections on perpetrators of crimes against humanity and their representation in documentary film". *Continuum. Journal of media & cultural studies*, v. 34, n. 2, pp. 159-179.
<https://doi.org/10.1080/10304312.2020.1737429>
- Carrera, Pilar; Talens, Jenaro** (2018). *El relato documental. Efectos de sentido y modos de recepción*. Madrid: Ediciones Cátedra / Colección Signo e Imagen. ISBN: 978 84 376 3899 7
- Casero-Ripollés, Andreu** (2009). "La imagen del líder político en los tiempos de la hipervisibilidad mediática: entre la seducción y la fragilidad". *Image et manipulation*, 6ème Congrès du Grimh. Lyon: Université Lyon II - Louis Lumière. ISBN: 978 2 862725437
- Casero-Ripollés, Andreu** (2012). "El periodismo político en España: algunas características definitorias". En: Casero-Ripollés, Andreu (ed.), *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*. Tenerife: Cuadernos Artesanos de Latina, pp. 19-46. ISBN: 978 84 15698 09 8
<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80553>
- Castro-De-Paz, José-Luis** (2019). *Formas en transición: Algunos filmes españoles del periodo 1973-1986*. València: Shangrila. ISBN: 978 84 120775 1 3
- Català-Domènech, Josep-Maria** (2009). *Pasión y conocimiento. El nuevo realismo cinematográfico*. Madrid: Cátedra / Colección Signo e Imagen. ISBN: 978 84 37625256
- Català-Domènech, Josep-Maria** (2015). "Documental expandido. Estética del pensamiento complejo". En: Pablo Mora et al. (eds.), *Fronteras expandidas. El documental en Iberoamérica*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp. 17-39. ISBN: 978 958 716 876 1
<https://bit.ly/3p0VEIE>
- Català-Domènech, Josep-Maria** (2017). *Viaje al centro de las imágenes. Una introducción al pensamiento esférico*. Santander: Shangrila. ISBN: 978 84 947003 1 6
- Català-Domènech, Josep-Maria** (2018). "Más allá de la representación. ¿Es visible la realidad? (Imágenes y conocimiento)". *Arbor*, v. 194, n. 790, a485.
<https://doi.org/10.3989/arbor.2018.790n4010>
- Cerdán, Josexo** (2007). *Al otro de la ficción. Trece documentalistas españoles contemporáneos*. Madrid: Ediciones Cátedra / Signo e Imagen. ISBN: 978 84 376 2362 7
- Cerdán, Josexo; Fernández-Labayen, Miguel** (2017). "Memoria y fosas comunes: estrategias políticas del documental independiente". *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, n. 23, pp. 187-198.
<http://www.revistaatalante.com/index.php?journal=atalante&page=article&op=view&path%5B%5D=379>
- Colaizzi, Giulia** (2006). *Género y representación. Postestructuralismo y crisis de la modernidad*. Madrid: Biblioteca Nueva. ISBN: 978 84 974225735
- Colorado-Castellary, Arturo** (2019). *La mirada múltiple. Imagen y tecnología en el arte moderno*. Madrid: Ediciones Complutense. ISBN: 978 84 669 3620 0
- Cruz-Medina, Juan-Pablo** (2019). "Imágenes para sacralizar, controlar y someter. La pintura y el discurso matrimonial tridentino en el Nuevo Reino de Granada. Siglo XVII". *Anuario de historia regional y de las fronteras*, v. 24, n. 1, pp. 57-82.
<https://doi.org/10.18273/revanu.v24n1-2019003>
- Debord, Guy** (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 339 0579 6
- Debord, Guy** (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos (1ª ed.: 1967). ISBN: 978 84 8191 442 9

- Deltell-Escolar, Luis** (2019). "Oficio en las tinieblas: el ensayo audiovisual en un país en crisis". En: N. Mínguez, *Itinerarios y formas del ensayo audiovisual*, pp. 135-154. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 17690618
- Didi-Huberman, Georges** (2008). *Cuando las imágenes toman posición. El ojo de la historia, 1*. Madrid: A. Machado Libros. ISBN: 978 84 7774 823 6
- Didi-Huberman, Georges** (2012). *Arde la imagen*. Oaxaca: Serieve. ISBN: 978 607 95286 5 2
- Dikovitskaya, Margaret** (2005). *Visual culture*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 978 0 262541886
- Doane, Mary Ann; Mellencamp, Patricia; Williams, Linda** (eds.) (1983). "Introduction". In: *Revision: Essays in feminist film criticism*. Los Angeles: American Film Institute monograph series. ISBN: 978 0 890935859
- Dorfman, Ariel; Mattelart, Armand** (1972). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. Buenos Aires: Siglo XXI. ISBN: 978 84 15555032
- Eco, Umberto** (1978). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen. ISBN: 978 84 26401052
- Elsaesser, Thomas** (2009). "The mind-game film". In: Warren Buckland (ed.), *Puzzle films: complex storytelling in contemporary cinema*. Oxford: John Willey & Sons, pp. 13-41. ISBN: 978 1 405168618
- Fernández-Mallo, Agustín** (2018). *Teoría general de la basura (cultura, apropiación, complejidad)*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. ISBN: 978 84 17088033
- Fernández-Porta, Eloy** (2012). *Emocíonese así: anatomía de la alegría (con publicidad encubierta)*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33963444
- Filimowicz, Michael; Tzankova, Veronica** (2020). *Reimagining communication. v. 1: Experience. v. 2: Mediation. v. 3: Meaning. v. 4: Action*. London: Routledge. ISBN: 978 1 138499003
- Fontcuberta, Joan** (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. ISBN: 978 84 16495474
- Ginzburg, Carlo** (2014). *Miedo, reverencia, terror. Cinco ensayos de iconografía política*. México: Contrahistorias. ISBN: 978 970 94353 4 5
- Gombrich, Ernst H.** (1980). *Arte e ilusión*. Barcelona: Gustavo Gili. ISBN: 978 84 25209420
- Gruzinski, Serge** (1994). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 978 607 1610492
- Guardiola, Ingrid** (2018). *L'ull i la navalla. Un assaig sobre el món com a interfície*. Barcelona: Arcàdia. ISBN: 978 84 94717475
- Gubern, Román** (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili. ISBN: 84 252 1338 X
- Gubern, Román** (1996). *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33995345
- Gubern, Román** (2004). *Patologías de la imagen*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 84 33962119
- Han, Byung-Chul** (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder. ISBN: 978 84 25439650
- Imbert, Gérard** (2019). *Crisis de valores en el cine posmoderno (Más allá de los límites)*. Madrid: Ediciones Cátedra / Colección Signo e Imagen. ISBN: 978 84 37639321
- Jenkins, Henry** (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 49321535
- Jordan, Spencer** (2019). *Postdigital storytelling: Poetics, praxis, research (Digital research in the arts and humanities)*. New York: Routledge. ISBN: 978 1 138083509
- Ledo, Margarita** (2020). *El cuerpo y la cámara*. Madrid: Ediciones Cátedra / Colección +media. ISBN: 978 84 37641010
- López-Rabadán, Pablo; Doménech-Fabregat, Hugo** (2018). "Instagram y la espectacularización de las crisis políticas. Las 5W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña". *El profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 1013-1029.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.06>
- Martín-Núñez, Marta; García-Catalán, Shaila** (2015). "Un segundo más y los caciques desaparecerían. El flash político de Julián Barón". *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, n. 10, pp. 327-351.
<https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2015.v0i10.5989>

- Martín-Núñez, Marta; García-Catalán, Shaila; Rodríguez-Serrano, Aaron** (2020). "Conservar, conversar y contestar. Grietas y relecturas del álbum familiar". *Arte, individuo y sociedad*, v. 32, n. 4, pp. 1065-1083. <https://doi.org/10.5209/aris.66761>
- Martin-Prada, Juan** (2015). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal. ISBN: 978 84 46042471
- Martín-Prada, Juan** (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Madrid: Akal. ISBN: 978 84 46046059
- Marzal-Felici, Javier** (2012). "Reflexiones en torno a la semiótica de la fotografía en la era digital". En: Pilar Couto-Cantero, Gonzalo Enríquez-Veloso, Alberta Passeri, José-María Paz-Gago, *Proceedings of the 10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS)*. A Coruña: Universidade da Coruña, España, pp. 1489-1500. ISBN: 978 84 97495226
- Marzal-Felici, Javier; Loriguillo-López, Antonio; Rodríguez-Serrano, Aaron; Sorolla-Romero, Teresa** (2018). *La crisis de lo real. Representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo*. Valencia: Tirant Lo Blanch, Colección Tirant Humanidades. ISBN: 978 84 17203474
- Mínguez, Norberto** (2019). *Itinerarios y formas del ensayo audiovisual*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 17690618
- Mitchell, William J. T.** (1986). *Iconology. Image, text, ideology*. Chicago: The University of Chicago Press. ISBN: 978 0 226532295
- Mitchell, William J. T.** (1994). *Picture theory. Essays on visual and verbal representation*. Chicago: The University of Chicago Press. ISBN: 978 0 226532325. [Trad. cast. *Teoría de imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Madrid: Akal, 2009. ISBN: 978 84 46025719]
- Mitchell, William J. T.** (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago, Ill.: The University of Chicago Press. ISBN: 978 0 226532486. [Trad. cast. *¿Qué quieren las imágenes?* Vitoria: Sans Soleil, 2017. ISBN: 978 84 94611995]
- Mitchell, William J. T.** (2019). *La ciencia de la imagen. Iconología, cultura visual y estética de los medios*. Madrid: Akal. ISBN: 978 84 46047568
- Mulvey, Laura** (1992). "Visual pleasure and narrative cinema". In: Mandy Merck (ed.), *The sexual subject. A screen reader in sexuality*. London, New York: Routledge. [Publicación original en *Screen*, v. 16, n. 3, pp. 6-18] ISBN: 978 0 415074674 <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>
- Palacio, Manuel** (2019). *Histoire sociale de la télévision en Espagne*. Lyon: Grimh, Collection Zoom. ISBN: 978 2 862727288
- Palao-Errando, José-Antonio** (2016). "La reducción enunciativa: Podemos y la constricción de la voz de la multitud". *OBETS. Revista de ciencias sociales*, v. 11, n. 1, pp. 255-285. <http://doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.10>
- Palao-Errando, José-Antonio; Loriguillo-López, Antonio; Sorolla-Romero, Teresa** (2018). "Beyond the screen, beyond the story: The rethorical battery of post-classical films". *Quarterly review of film and video*, v. 35, n. 3, pp. 224-245. <https://doi.org/10.1080/10509208.2017.1409097>
- Parejo, Nekane; Sánchez-Escalonilla, Antonio** (eds.) (2016). *Imaginario audiovisuales de la crisis*. Pamplona: Eunsa. ISBN: 978 84 31331368
- Pérez-Tornero, José-Manuel** (2020). *La gran mediatización I. El tsunami que expropia nuestras vidas. Del confinamiento digital a la sociedad de la distancia*. Barcelona: UOCPress Comunicación. ISBN: 978 84 91807414
- Pilcher, Jeremy** (2020). *Culture, technology and the image: Techniques of engaging with the visual culture*. Bristol: Intellect. ISBN: 978 1 789381115
- Quevedo-Redondo, Raquel; Portalés-Oliva, Marta** (2017). "Imagen y comunicación política en Instagram. Celebrificación de los candidatos a la presidencia del Gobierno". *El profesional de la información*, v. 26, n. 5, pp. 916-927. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.13>
- Quintana, Àngel** (2011). *Después del cine: imagen y realidad en la era digital*. Barcelona: Acantilado. ISBN: 978 84 15277484
- Quiñones-Otal, Emilia** (2019). "Women's bodies as dominated territories. Intersectionality and performance in contemporary art from Mexico, Central America and the Hispanic Caribbean". *Arte, individuo y sociedad*, v. 31, n. 3, pp. 677-693. <https://doi.org/10.5209/aris.61786>
- Rodríguez-Ferrándiz, Raúl** (2018). *Máscaras de la mentira. El nuevo desorden de la posverdad*. Valencia: Pre-Textos y Ajuntament de València. ISBN: 978 84 17143299

- Rodríguez-Serrano, Aarón; García-Catalán, Shaila; Martín-Núñez, Marta** (2019). "Estrategias narrativas audiovisuales de desinformación en *YouTube* de la nueva extrema derecha europea". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280311.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.11>
- Rodríguez-Tranche, Rafael** (2019). *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Madrid: Alianza Editorial. ISBN: 978 84 91814771
- Rosa, Hartmut** (2016). *Alienación y aceleración: Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad*. Madrid: Katz Editores. ISBN: 978 84 15917236
- Salvadó, Alan; Oliva, Mercè; Pintor, Ivan** (2020). "La pantalla que todo lo ve: el motivo visual de la sala de control en la ficción contemporánea". *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, n. 30, pp. 167-181.
<http://www.revistaatalante.com/index.php?journal=atalante&page=article&op=view&path%5B%5D=798>
- Sampedro, Víctor** (2018). *Dietética digital. Para adelgazar al Gran Hermano*. Barcelona: Icaria Editorial. ISBN: 978 84 98888126
- Sartori, Giovanni** (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 84 30600793
- Scolari, Carlos-Alberto** (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto. ISBN: 978 84 23413362
- Simons, Jan** (2014). "Complex narratives". In: Warren Buckland (ed.), *Hollywood puzzle films*, London: Routledge, pp. 17-34. ISBN: 978 0 415622462
- Sontag, Susan** (1981). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa (edición original: 1973). ISBN: 978 84 35014175
- Sontag, Susan** (2010). *Ante el dolor de los demás*. Barcelona: Debolsillo Editorial. ISBN: 978 84 99082370
- Sorolla-Romero, Teresa; Palao-Errando, José-Antonio; Marzal-Felici, Javier** (2020). "Unreliable narrators for trouble times: The menacing 'digitalisation of subjectivity' in *Black Mirror*". *Quarterly review of film and video*, v. 38, n. 2, pp. 147-169.
<https://doi.org/10.1080/10509208.2020.1764322>
- Steyerl, Hito** (2018). *Arte duty free: El arte en la guerra civil planetaria*. Buenos Aires: Caja Negra. ISBN: 978 987 1622 64 1
- Vilches, Lorenzo** (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 74329223
- Virilio, Paul** (2006). *Velocidad y política*. Buenos Aires: La Marca. ISBN: 978 950 8891358
- Zafra, Remedios; López-Pellisa, Teresa** (2019). *Ciberfeminismo: De VNS Matrix a Laboria Cuboniks*. Barcelona: Holobionte Ediciones. ISBN: 978 84 94878268
- Zunzunegui, Santos** (1989). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Colección Signo e Imagen. ISBN: 978 84 37608155
- Zunzunegui, Santos; Zumalde, Imanol** (2019). *Ver para creer: Avatares de la verdad cinematográfica*. Madrid: Cátedra / Colección Signo e Imagen. ISBN: 978 84 37639536



<http://www.profesionaldelainformacion.com>

Bienvenido a EPI
Revista científica internacional

e-ISSN: 1699-2407
<https://doi.org/10.3145/EPI>

Revista internacional de
Información y Comunicación
indexada por WoS Social Sciences Citation Index (Q3),
Scopus (Q1) y otras bases de datos

Factor de impacto JCR:
JIF 2019=1,580

Scopus/SCImago Journal Rank:
SJR 2019=0,480