



Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales  
y Humanidades

ISSN: 0185-4259

revi@xanum.uam.mx

Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Iztapalapa  
México

Soto Ramírez, Juan

Nos otros entre las imágenes (o los usos sociales de las imágenes)

Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, núm. 78, enero-junio, 2015, pp.

103-137

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348247005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

# Nosotros entre las imágenes (o los usos sociales de las imágenes)

We are between images (or the social use of images)

Juan Soto Ramírez\*

Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa  
Departamento de Sociología

## Resumen

Este texto trata sobre los usos sociales de las imágenes. Está dividido en cuatro apartados. Se asume una idea central: las imágenes no poseen significados propios si no es gracias a la intermediación de las dimensiones sociales, ideológicas, políticas, culturales, etc., que perfilan un ‘modo de ver’. Se sostiene que las imágenes nunca están solas y que establecemos lazos sociales con ellas gracias a las formas en que las utilizamos para relacionarnos con la realidad a través de ellas, así como entre nosotros mismos. Vivimos entre las imágenes y no solo ellas entre nosotros.

**Palabras Clave:** iconolatría, representación, significados sociales, sentido y era digital.

## Abstract

This text discusses about the social uses of images. It's divided into four sections. It assumes a central idea: the images don't have own meanings. Their meanings it's given thanks the mediation of social, ideological, political, cultural and other dimensions that outline a 'way of seeing'. It argues that the images are never alone and establish social relationships with them. We use them for relate us with the reality and between us. We live between images and not only them among us.

**Key words:** iconolatry, representation, social meanings, sense and digital age.



**IZTAPALAPA**

*Aqua sobre lajas*

\* Doctor en Antropología Social por la ENAH.  
juansotoram@hotmail.com  
<http://juansotoram.es.tl/>

Una discusión sobre los usos sociales de las imágenes requiere una reflexión en dos sentidos. En el primero, de preguntarnos ¿de qué forma se usan las imágenes en la vida cotidiana? Y el segundo, de inquirir sobre las ideas o suposiciones que avalan o legitiman que ello suceda de la manera en que ocurre. Los usos que damos a las imágenes son diversos, pero siempre son de índole social y están vinculados a procesos culturales. Por ello no es posible asumir que haya una sola forma de pensarlas o discutirlas. Es decir, existen diversas aproximaciones metodológicas para su análisis y cualquier empeño en hacer un inventario de todas ellas estaría, de entrada, limitado. Esto por una cuestión básica: sería imposible hacer un inventario exhaustivo de las formas existentes para analizar una imagen. En el caso de las fotográficas esto parece ser demasiado claro. Hay diversas ‘perspectivas metodológicas’ para su análisis y, seguramente, esta lista tendría restricciones. Así, podemos referirnos, sin entrar en detalles y solo con fines ilustrativos (Marzal, 2007:101-167), a la aproximación biográfica que es una tradición inscrita en la historia del arte y en el análisis de los productos de la cultura de masas; la aproximación histórica que enfatiza el trabajo descriptivo e interpretativo para la formulación de juicios históricos sobre la obra (la lectura de la fotografía desde una perspectiva histórica); la aproximación sociológica que considera la fotografía como un documento que guarda relación con la ‘estructura social’; la aproximación tecnológica que toma en cuenta la perspectiva del dispositivo técnico (la tecnología fotográfica y su evolución histórica); las aproximaciones psicológicas (del estilo y la forma); la aproximación iconológica que centra su atención en las diferentes ‘capas de significación’; la aproximación semiótica que considera la fotografía como un lenguaje; la aproximación hermenéutica preocupada por la descripción de las características y condicionantes de la experiencia fotográfica; la aproximación deconstrucciónista, que reivindica el valor de la instancia receptora desde una radical subjetividad que trasciende la materialidad del texto fotográfico; la aproximación de los estudios culturales que considera la fotografía como un producto cultural; etc. Como podrá verse, el panorama es bastante amplio y no existe una sola vía o estrategia para trabajar, metodológicamente hablando, con las imágenes. ¿Qué hacemos con ellas?, y

¿cómo vivimos entre ellas? Son dos preguntas que no se responden del todo si nos apegamos a las tradiciones enunciadas. Sabemos, por ejemplo, que las personas suelen portar fotografías en sus billeteras. Y sabemos también que algunos besan de vez en cuando esos pedazos de papel haciendo pública esa 'marca de afecto' por la persona de la cual se ha obtenido una imagen. Y, salvo que uno tenga una curiosidad específica sobre esta clase de fenómenos, no indaga sobre lo que está ocurriendo. No solemos plantearnos interrogantes al respecto en tanto que dichos sucesos cotidianos relacionados con las formas de utilizar las imágenes se han 'naturalizado'.

Las diversas maneras en que hemos aprendido a utilizar las imágenes han modificado sustantivamente: *a) nuestra relación con la realidad; y b) las relaciones entre nosotros mismos.*

La Guerra Civil española (1936-1939) fue la primera guerra atestiguada ('cubierta') en sentido moderno: por un cuerpo de fotógrafos profesionales en la línea de las acciones militares y en los pueblos bombardeados, cuya labor fue de inmediato vista en periódicos y revistas de España y el extranjero. La guerra que Estados Unidos libró en Vietnam, la primera que atestiguaron día tras día las cámaras de televisión, introdujo la teleintimidad de la muerte y la destrucción en el frente interno. Desde entonces, las batallas y las masacres rodadas al tiempo que se desarrollan han sido componente rutinario del incesante caudal de entretenimiento doméstico de la pequeña pantalla. Crear en la conciencia de los espectadores, expuestos a dramas de todas partes, un mirador para un conflicto determinado, precisa de la diaria transmisión y retransmisión de retazos de las secuencias sobre ese conflicto. El conocimiento de la guerra entre la gente que nunca la ha vivido es en la actualidad producto sobre todo del impacto de estas imágenes (Sontag, 2003:8).

Y podríamos agregar que la primera guerra transmitida en vivo y que se anunció como un suceso televisivo a escala mundial fue la del Golfo (1990). Y que el primer atentado terrorista teletransmitido en vivo, también a escala mundial, fue el del 11 de septiembre del 2001 ocurrido en Nueva York.

Luis Rojas Marcos, presidente del Sistema de Sanidad y Hospitales Públicos de Nueva York, testigo presencial del suceso, mostró ese efecto descentralizador en su libro *Más allá del 11 de septiembre* (2002) al decir: "Por unos segundos creí que me encontraba en Hollywood" (Verdú, 2003:114). Gracias a las imágenes es difícil, a veces, distinguir entre la realidad del suceso y la fantasía editada de la realidad. No siempre ocurre así, pero esa iconolatría que hemos desarrollado permite que los referentes visuales sean tomados como guías para pensar, vivir, describir

y experimentar la realidad: ‘como en un cuento de hadas,’ ‘como de película,’ ‘como de telenovela,’ etcétera.

El punto de partida real es progresivamente invisible y lo retransmitido alcanza el estatus de axioma siendo, entonces, la realidad su espejo. De esta manera el efecto y la causa se conmutan, porque cuando la apariencia triunfa por completo desaparece la apariencia y la pantalla se convierte en un cristal que permite ver todo lo que hay que ver. Todo lo que hay por ver (Verdú, 2003:114-115).

En algún momento de la historia, la fantasía imitó a la realidad (así se producía la ficción), y en nuestros días es la realidad, muy a menudo, la que imita a la fantasía. En esta ‘comutación’ parece ocurrir una fusión o confusión entre ambas (realidad y fantasía), gracias al poder evocativo y de certificación de la realidad de las imágenes mismas. Hemos llegado a un momento interesante en donde la certificación de los acontecimientos o los sucesos de la vida en general se da gracias a las imágenes. Millones de turistas cuando viajan a París se toman una fotografía en la que aparece la Torre Eiffel como evidencia de que estuvieron ahí.

De acuerdo con Dubois (1983:20-21), a lo largo de la historia, los teóricos y críticos de la fotografía han establecido distintas posiciones en torno a la relación entre la imagen y el referente. Posiciones que, desde su punto de vista, fue importante rescatar en algún momento y que cambiaron con el tiempo. Desde esa perspectiva se pueden identificar al menos tres momentos: la fotografía como espejo de lo real (semejanza entre la fotografía y su referente); la fotografía como transformación de lo real (negación de la neutralidad de la fotografía); y la fotografía como huella de un real (deconstrucción semiológica y denuncia ideológica).

En este texto se asume que las imágenes no son simples reflejos fieles de la realidad, meras imitaciones y que, en consecuencia, no hay imágenes ‘neutrales’ en tanto que, técnicamente hablando, desde el momento del ‘encuadre’ se establece ya una relación de inclusión-exclusión que es, en consecuencia, siempre intencional. No hay imágenes inocentes. En el caso de la fotografía podemos decir que “solo adquiere su valor pleno con la desaparición irreversible del referente, con la muerte del sujeto fotografiado, con el paso del tiempo” (Barthes, 1980:22). En su uso, la fotografía vuelve eterna la presencia de lo ausente. Y en ello radica su valor afectivo a nivel social.

## La iconolatría como una actitud ‘natural’ del mundo contemporáneo (o el enigma del huevo frito)

Es común escuchar cotidianamente que somos ‘bombardeados’ con imágenes. Que las imágenes ‘viven’ entre nosotros, pero lo cierto es que vivimos ‘entre’ ellas y a partir de ellas. Y generalmente no nos preguntamos ¿qué hacemos con las imágenes en nuestras vidas? ¿Para qué las utilizamos en lo cotidiano o en el ámbito profesional? ¿Cómo han modificado nuestras vidas a nivel social a lo largo de la historia? ¿Cómo han transformado históricamente nuestra sensibilidad colectiva?, etc. También hemos oido decir que vivimos en un mundo donde la imagen ha cobrado una relevancia tal que pensamos a través de ellas. G. Sartori (1997:11) hace ya más de una década sosténia que: “el vídeo está transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra está destronada por la imagen”. Añadía incluso que “todo acaba siendo visualizado”. No obstante, esta afirmación parece un tanto exagerada, pues los medios son ‘selectivos’ en el momento de decidir (por nosotros) sobre los contenidos que se pondrán en circulación. Existe una notoria diferencia entre “quienes piden más imágenes y quienes desconfían profundamente de las imágenes que recibimos” (Gubern, 2000:21). Pero debemos decir que incluso quienes desconfían profundamente de las imágenes que recibimos pueden demandar más imágenes. Es decir, esta demanda y esta desconfianza son situacionales. Se puede desconfiar de los contenidos televisivos de un noticario, pero disfrutar el cine. Lo cierto es que la ‘producción’ de imágenes en el mundo contemporáneo resulta ser insospechada. Y esto se debe, en gran medida, a las tecnologías. Hemos llegado a un punto en que la vida de las personas se puede documentar antes de su nacimiento. El ‘registro maníaco’ de la vida cotidiana está a la orden del día. Gracias a las tecnologías y a internet la banalidad se ha exaltado. Y ha devenido espectáculo. Internet nos revela, por un lado la estupidez de las multitudes y, por otro, su sabiduría (Sibilia, 2008:12). La gente del mundo contemporáneo suele fotografiar lo que se come, lo que se bebe, etc., y exhibirlo sin mayor recato por internet. Es decir, la vida social, gracias a su exhibición, se convierte en un espectáculo, por un lado y, por otro, la intimidad es cada vez más pública. En general, la gente documenta o registra casi todo lo que ‘vé’ gracias a algún recurso tecnológico. La gente ‘produce’ imágenes y las pone a circular en las redes sociales, pero estas imágenes son, en muchas ocasiones, tan triviales que no pueden dejar de llamar la atención.



**Imagen 1.** Tomada del blog La dieta definitiva.  
Tres trucos para preparar huevos fritos 'sin freírlos'.<sup>1</sup>

Esta 'opulencia audiovisual' (Gubern, 2000:33-36) en la que vivimos ha favorecido, entre otras cosas, que las fronteras entre la realidad construida con imágenes y la de los 'objetos tangibles' se vuelva borrosa: "nunca sabemos si, como en *La rosa púrpura del Cairo*, algún personaje ha saltado de la pantalla y se pasea ahora por las fiestas mundanas de nuestra cotidianidad" (Gubern, 2000:39). Gracias a las tecnologías nuestras capacidades de pensar y de mirar se han modificado radicalmente. No es la percepción de la realidad la que se ha modificado sino nuestra forma de pensarla. A menos que algo extraordinario sucediera, no volverá a ser la misma. La fotografía, el cine, la televisión y el video transformaron nuestros modos de mirar y pensar la realidad. "Las computadoras, como las cámaras, se han revelado también como dispositivos tecnológicos productores de sentido. Es más: se han convertido en prótesis de nuestras capacidades de mirar y pensar" (Fontcuberta, 1996:104). La

<sup>1</sup> A decir de Gubern (2000:175): "Guy Debord calificó con pertinencia a nuestra sociedad como *sociedad del espectáculo*, la pulsión escópica colectiva hace que esta misma sociedad pueda contemplarse al mismo tiempo como una *sociedad mirona*, en la que ella misma, y en especial sus sujetos públicos, se ofrecen como sujetos de deseo y objetos de espectáculo a la mirada colectiva". Las personas, documentando sus vidas a través de imágenes simples como las fotografías y el video, están haciendo de ellas un espectáculo donde son los protagonistas. Nos convertimos paulatinamente en públicos y protagonistas. Actividades tan superficiales como desayunar un huevo frito; en esta lógica del derecho a mirar y ser mirado, parecen cobrar relevancia en la vida cotidiana. Imagen tomada de: <<http://dietetadefinitiva.blogspot.mx/2011/12/tres-trucos-para-preparar-huevos-fritos.html>>

comunicación sensorio-afectiva (de las personas en una situación de interacción social) compite así con la comunicación meramente informativa (de las personas y las imágenes). Así como “los signos tienden a suplantar a las personas y las cosas, como la flor de plástico a la flor natural o los peces estampados en la cortina al medio acuático” (Gubern, 2000:165), las imágenes en nuestro mundo social tienden a suplantar también a las personas y las cosas. Es decir, más que los medios (la fotografía, el cine, el video y la televisión), las imágenes se interponen entre la mirada humana y la sociedad. Son una especie de filtro de información entre la realidad y nosotros mismos. Gracias a las nuevas tecnologías, el registro de la vida cotidiana se ha desbocado. De acuerdo con el portal de *The Microsoft Network*, Latinoamérica MSN Noticias,<sup>2</sup> se estima que al día se suben a la red social de Facebook 350 millones de fotografías. Y de acuerdo con el portal de *Infoabe*,<sup>3</sup> en Instagram se han compartido más de 20 mil millones de imágenes desde el lanzamiento de la aplicación en 2010, mientras que la red social ha superado ya los 200 millones de usuarios activos poco después de que Facebook la comprara. Las relaciones sociales que hemos establecido con las imágenes se mueven entre el derecho a mirar y a ser mirado. De acuerdo con P. Bourdieu (1996:16), “Ser —decía Berkeley— es ser visto”, ser visto en televisión, por mencionar un caso. Debemos recordar que según Barthes (1980:22), “la esencia de la fotografía es precisamente esta obstinación del referente en estar siempre ahí”. Las selfis, por ejemplo, no solo permiten que el referente (en este caso la persona) pueda conservarse ‘eternamente’, sino que también permite (a las personas) ‘estar presentes’ y ser parte, así, de las dinámicas sociales de exhibición del yo en las redes, propias del mundo contemporáneo.

Bourdieu (1996:16) sostenía que “al no contar con una obra que les permita estar continuamente en el candelero [muchos filósofos y escritores] no tienen más remedio que aparecer con la mayor frecuencia posible en la pequeña pantalla, y por lo tanto han de describir a intervalos regulares, cuanto más cortos mejor, unas obras cuya función principal, como observaba Gilles Deleuze, consiste en asegurarles que serán invitados a salir por televisión”. La televisión garantiza, en este sentido, no solo una forma de acercar a los ‘intelectuales’ a los públicos sino que los reviste también de una especie de prestigio por el simple hecho de aparecer en ella. No solo hay tele-espectadores sino tele-intelectuales también. Más allá de los ámbitos

<sup>2</sup> Fuente consultada el 17 de mayo del 2014: <[http://noticias.latam.msn.com/xl/ciencia\\_tecnologia/17-de-mayo-d%C3%ADa-internacional-de-internet?page=3#image=3](http://noticias.latam.msn.com/xl/ciencia_tecnologia/17-de-mayo-d%C3%ADa-internacional-de-internet?page=3#image=3)>

<sup>3</sup> Fuente consultada el 26 de marzo del 2014: <<http://www.infobae.com/2014/03/26/1552965-cuantas-fotos-se-suben-al-dia-instagram>>

académicos, que es precisamente donde se mueve el ‘hombre de la calle’ (al no tener acceso a los medios como la televisión), las redes sociales son un medio propicio para fijar su presencia por medio de las imágenes en el mundo de la vida social. Las redes sociales permiten documentar y exhibir lo que las personas hacen, con quiénes se relacionan, lo que son sus pasatiempos, lo que comen, adónde viajan, dónde trabajan, y así, sucesivamente. Hacen de las redes sociales una ventana para la exhibición social del *yo*, y, más que un lugar de ‘exhibición narcisista’ como lo señaló Bourdieu (1996:17), una especie de escaparate donde la iconolatría es claramente observable. Las redes sociales se han ido configurando, entre otras cosas, como un espacio donde la adoración de las imágenes es una condición básica y necesaria para ‘estar ahí’. Para mirar y ser mirados. Somos partícipes de una especie de ‘explosión escopofílica’ (Gubern, 2000:175), basada en la *iconomanía*, *iconofilia*, *icnología* e *ido-lomanía*. Y parece ser irrefragable. Nada más banal que una imagen de un huevo frito en un muro de Facebook.

## La suposición de la relación de identidad entre el objeto representado y su imagen

Para discutir la relación entre la imagen y el objeto representado es necesario apelar a tres posiciones epistemológicas que apuntan hacia dos consideraciones básicas: el realismo y el valor documental (de la imagen fotográfica, por ejemplo). De acuerdo con Dubois (1983:51), “la primera de estas posiciones ve en la foto una reproducción mimética de lo real”. Esta sería la perspectiva icónica. Y será preciso decir que verdad y verosimilitud no son conceptos equivalentes. Que incluso suelen ser confundidos cuando de las imágenes se trata. Existe una diferencia sustantiva entre el objeto, su imagen y su representación. En tanto que

la verdad es un tema escabroso; la verosimilitud, en cambio, nos resulta mucho más tangible y, por supuesto, no está reñida con la manipulación. Porque, hay que insistir, no existe acto humano que no implique manipulación [...] La manipulación por tanto está exenta *per se* de valor moral. Lo que sí está sujeto al juicio moral son los criterios o las intenciones que se aplican a la manipulación (Fontcuberta, 1996:108).

En este sentido, podemos afirmar que no son las imágenes por sí solas las que han modificado nuestra relación con la realidad. Han sido los múltiples usos sociales que les hemos dado los que han modificado profundamente nuestro nexo con la reali-

lidad. Una imagen fotográfica de una persona, por ejemplo, es una ‘copia’ de aquella. Y aunque su carácter es verosímil, no por ello es verdadera. Imagen que, por efecto metonímico, es tratada como si fuese el objeto mismo. Se mira a la parte como si fuese el todo. Cualquiera que haya besado una fotografía de algún ser querido (que en un sentido estricto es un pedazo de papel impreso) podrá entender esta relación donde la parte —representada— es tratada como si fuera el todo, es decir, el objeto.

Todavía en el neolítico, las tribus que habitaron hace nueve mil años el valle del Éufrates practicando la agricultura adoptaron una costumbre que, de alguna manera, prefiguraba la función retratista. Cuando un familiar moría, lo enterraban dentro de sus casas, pero cortándole la cabeza para conservar su cráneo, como nosotros hacemos con las fotografías de los fallecidos, para acordarse de ellos (Gubern, 2000:42).<sup>4</sup>

De hecho las que conocemos como fotografías tamaño infantil son una especie de pequeñas cabezas —de nosotros mismos y de otras personas— que llevamos a todas partes. A las imágenes, históricamente, se les ha pensado como extensiones de la persona.

El ensayo de Lévy-Bruhl *El alma primitiva* (1927) es otro clásico en antropología en la que se trata la relación del hombre con sus imágenes. Las referencias etnográficas con las cuales trabaja le enfrentan con el problema de la relación de identidad que ciertas culturas establecen entre la imagen y su original. Observa, por ejemplo, que hay pueblos que establecen entre la persona y su doble una relación de identidad sin que puedan apreciarse similitudes visuales entre la persona y lo que representa su doble (Ardévol y Muntañola, 2004:26).

La idea de que poseer la imagen de alguien sea garantía de apropiarse o manipular su persona tiene su basamento en la suposición de que la imagen es portadora de ciertas ‘fuerzas vivas’. De que la manipulación de la imagen —representación del objeto— tiene consecuencias materiales en el mundo —real—. Y sabemos que no es así pero en la imaginación colectiva de alguna manera se sigue suponiendo que sí. Sabemos que clavar alfileres en una fotografía no provocará dolencia alguna ni

<sup>4</sup> Algunos investigadores (Santana, Velasco, Ibáñez y Braemer, 2012:205-216) han sugerido que estos ‘descabezamientos’ podrían ser más bien el resultado del ejercicio de la violencia hacia determinados miembros de los grupos sociales de aquel entonces y no de un ritual de veneración, pero sin importar si se trataba de un acto de veneración o de venganza, el descabezamiento bien podría leerse como un ejercicio de memoria.

tampoco ciertas afecciones en la persona. No obstante, en el imaginario popular estas suposiciones tienen aún cierta vigencia. Sin esa suposición sobre la relación de identidad entre el objeto y su imagen, la utilización de imágenes en el ámbito de la brujería no tendría sentido. Y lo mismo podría decirse de la utilización de las imágenes en la esfera religiosa. Las personas no podrían sentirse protegidas por estas o por aquellas imágenes que usan para combatir el mal desde las paredes de sus casas. Dicho lo anterior resulta claro que la brujería sin la fotografía no podría ser la misma. Una buena cantidad de encantamientos, hechizos y maldiciones tienen como requisito el uso de una imagen para alcanzar los fines de tal o cual conjuro. La fotografía, de alguno u otro modo, coadyuvó para que la brujería pasara a formar parte del mundo moderno y tecnológico. Tanto en el ámbito sagrado como en el profano, las imágenes se utilizan como una puerta de acceso al dominio metafísico de las fuerzas sobrenaturales.

Como símbolo, la imagen encarna un principio vivo y activo, ya sea un dios, una persona o una fuerza natural o sobrenatural, que tiene una existencia real, de forma que, una vez realizada la transferencia, no hay diferencia entre el original y la copia, los dos son idénticos. Como representación, el ser humano establece entre el original y la copia una relación de similitud, la copia 'representa', ocupa el lugar del original, pero no lo sustituye (Ardévol y Muntañola, 2004:28).

“En las memorias que publicó en 1900 al cabo de una larga vida, Nadar refiere que Balzac también sufría de un «vago temor» de que lo fotografiaran” (Sontag, 1973:222).



**Imagen 2.** Cráneo tratado del Neolítico Precerámico B de Jericó.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Imagen tomada de: <<http://historiae2014.wordpress.com/2014/06/03/neolitico-pre-ceramico/>>.

La segunda consideración tiene que ver con el hecho de que “toda imagen es analizada como una interpretación-transformación de lo real como una creación arbitraria, cultural, ideológica y perceptualmente codificada” (Dubois, 1983:51). Esta sería la perspectiva simbólica. En 1992 la cantante irlandesa Sinead O'Connor conmocionó a muchos fieles cristianos cuando en el programa de televisión llamado *Saturday Night Live* de la cadena NBC rompió una imagen de Juan Pablo II, jerarca del Vaticano en aquel entonces. La cantante Madonna, quien en su video llamado *Like a prayer* había cantado frente a una cruz en llamas, consideró que romper dicha imagen había sido irrespetuoso. Si no se asumiera que las imágenes tienen una carga simbólica, actos como el descrito anteriormente perderían sentido. Aunque una bandera no es propiamente una imagen de algo, la carga simbólica que se le atribuye es tal que entonces cobra sentido quemarla en señal de protesta, por ejemplo. Ya se trate de una bandera de algún país o de un equipo de futbol.



**Imagen 3.** Momentos en que Sinead O'Connor rompió una imagen de Juan Pablo II en el show de televisión de la cadena NBC, *Saturday Night Live*, que se transmitía en vivo.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Tomada de: <<http://www.cinepremiere.com.mx/24353-no-te-metas-con-el-papa.html>> [8 de junio de 2014].

La tercera consideración se relaciona con el hecho de que la imagen fotográfica “es inseparable de su experiencia referencial [...] La foto es *ante todo un índice*” (Dubois, 1983:51). Se trata de la perspectiva del índice. La imagen fotográfica no confirma otra cosa que la existencia de aquello que le dio origen. Situación que al día de hoy sería difícil sostener en tanto que “el uso de la tecnología digital y sus extensas posibilidades de alterar la imagen (modificando el color, acentuando el contraste o la textura, integrando fragmentos de diferentes procedencias) escandalizará a los fundamentalistas del documentalismo tradicional” (Fontcuberta, 1996:101). Algunos se preguntan si la fotografía digital es propiamente “fotografía”. De acuerdo con estas tres perspectivas podemos reconocer que a la fotografía en particular y a las imágenes en general se les da un tratamiento que va desde la ‘verosimilitud’ al índice.

## ¿Qué pasó con las imágenes en el ‘mundo digital’?

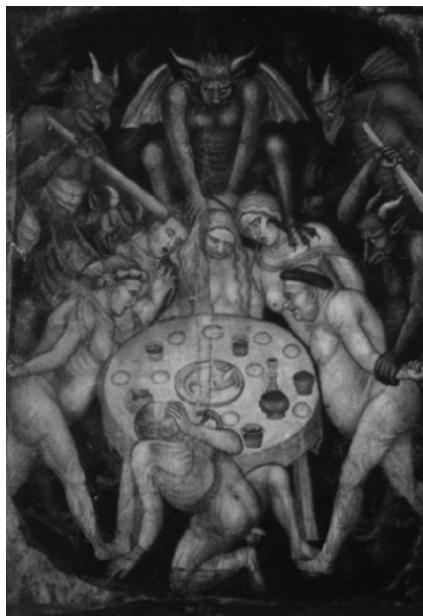
Antes de comenzar este apartado sería pertinente decir que no existe una manera única de pensar los múltiples modos en que las imágenes y sus usos se han modificado. Cada autor que se atreve a hacerlo parece identificar ciertos períodos, aunque la mayoría de las veces no ponga en claro cuáles fueron sus parámetros metodológicos para hacerlo. El único punto de vista en común que parecen tener las distintas aproximaciones es que el tratamiento de las imágenes en lo que podemos llamar el ‘mundo digital’ es distinto (aunque no del todo) al periodo anterior. De ahí en adelante las distintas propuestas apuntan hacia horizontes epistemológicos y poéticos diversos. Es decir, el punto de coincidencia estriba en reconocer que gracias a las tecnologías la producción de las imágenes, su circulación y su recepción se modificaron (pero no del todo, valga la insistencia). Fontcuberta (2010:12) ha afirmado que “los valores de registro, de verdad, de memoria, de archivo, de identidad, de fragmentación, etc., que habían apuntalado ideológicamente la fotografía en el siglo XIX son transferidos a la fotografía digital, cuyo horizonte en el siglo XXI se orienta en cambio hacia lo virtual”. Asume también que la fotografía digital responde a las características de un ‘mundo acelerado’ y a la supremacía de la inmediatez. Es decir, los usos sociales de las imágenes se han modificado con el paso del tiempo. La historia social de las imágenes apunta hacia un lugar distinto que la de las imágenes en la historia.

Hace más de 20 años, el francés A. Moles (1981:151-153) reconoció la existencia de tres etapas en la masivización de la imagen y una anterior a ellas a la cual llamó “prehistoria de la imagen”. A esta última también la podríamos llamar la ‘edad cero’ de la imagen. De acuerdo con esta propuesta, las edades de la imagen quedarían

así: *a*) prehistoria de la imagen; *b*) 1<sup>a</sup> etapa de la copia; *c*) 2<sup>a</sup> etapa de la trama fotográfica *d*) 3<sup>a</sup> etapa de la toma de conciencia. Y podemos agregar una 4<sup>a</sup> etapa, que es precisamente en la que nos encontramos y es la ‘éra digital de la imagen’. Otra propuesta, mucho más reciente (Brea, 2010), destaca la existencia de ‘tres eras de la imagen’: imagen materia; filme; y *e-image*. ¿Qué fue lo que caracterizó cada una de estas etapas, de acuerdo con estas propuestas? Esa que podríamos denominar ‘edad cero de la imagen’ se remonta al tiempo en que “las imágenes eran el producto único de un artesano único y eran cosa de magia por su rareza y su estatus de reflejo de una realidad” (Moles, 1981:151). Al ser productos únicos (y en eso coinciden ambas propuestas), las imágenes estaban al alcance casi exclusivamente de las élites. Debemos recordar que hasta antes del Renacimiento la pintura era casi exclusivamente de carácter religioso y los autores eran anónimos, sin que esto quiera decir que no se conozcan nombres de aquella época.

La primera etapa de la imagen fue la correspondiente a la copia múltiple del grabado, “grabado en cobre, madera, litografía, etc., que se remonta prácticamente a la época del Renacimiento y a la multiplicación de las prensas. De hecho, se conjuga ampliamente con el desarrollo de la imprenta” (Moles, 1981:151). No obstante, hay que apuntar que esta reproducción era limitada y, obviamente, no tenía las dimensiones que tiene en la actualidad, en tanto que cualquiera que se lo proponga le resultará muy sencillo encontrar una copia de una obra de Van Gogh, Picasso, Rivera o Frida Kahlo en casi cualquier cadena de centros comerciales. En aquella época podemos situar el comienzo de lo que podríamos denominar el principio de la ‘masivización de las imágenes’. Al día de hoy, las tecnologías y los medios digitales permiten su reproducción indiscriminada y esto ha desencadenado su uso abrumador. La historia reciente nos inunda con muestras, “tanto del microcosmos de lo privado como del macrocosmos de lo público, que despliegan la aptitud de la imagen —que no oculta ser extensión de la política y la economía— para básicamente construir otro plano de realidad” (Fontcuberta, 2010:11). En nuestros tiempos la materialidad de la imagen resulta, a veces, obsoleta en tanto que una imagen digital “no tiene lugar porque está en todas partes” (Fontcuberta, 2010:13), ya que su superficie de inscripción es la pantalla.

Desde la era de la imagen-materia hasta el nacimiento del filme (Brea:2010), encontramos una modificación en la forma discursiva de la imagen que va de la pintura al cine, pasando obviamente por la fotografía. Etapa que se inauguró con el descubrimiento de la trama fotográfica.



**Imagen 4.** “En los muros del Campo Santo de Pisa o de la iglesia de San Gimignano en Toscana (cuyos frescos fueron pintados por Tadeo di Bartolo en 1396), su gigantesca figura cornuda domina las de los demonios que se dedican a castigar a los pecadores y a los minúsculos condenados que él recoge con sus manos antes de engullirlos con furor” (Muchembeld, 2000:35).<sup>7</sup>

Son el fin del siglo XIX y el principio del siglo XX los que marcan la promoción cuantitativa de las imágenes un poco por doquier. El ascenso del afiche pegado sobre la pared, la invención de la tarjeta postal (la imagen por correo), la reproducción en color de los cuadros —antaño únicos— de los museos y la expansión de las artes gráficas crean la *masivización* (Moles, 1981:152).

En esta época se puede apreciar ya una sobreproducción de imágenes gracias a los métodos de reproducción. Algo que caracterizó técnicamente esta era (Brea, 2010), fue la reproducibilidad. La imprenta y la cámara fotográfica fueron determinantes para el abaratamiento de las imágenes y fueron fortaleciendo su masivización. Situaron las imágenes casi al alcance de todos con el paso del tiempo. Susan Sontag (1973:215) nos recuerda ya que Feuerbach, en la segunda edición de *La esencia del*

<sup>7</sup> Tomada de: <<http://www.fineart-china.com/htmlimg/image-45439.html>> [9 de junio de 2014].

cristianismo, apuntaba que “«nuestra era»»prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser» —con toda conciencia de su predilección—”. En el siglo XIX apareció el positivismo y se inventó la fotografía. A esta última se le atribuyó, hasta antes de la aparición de la fotografía digital, un alto sentido de objetividad en materia de representación. Durante más de un siglo se asumió que “las fotografías no mienten”. La imagen fotográfica gozó de una de las cualidades que el positivismo pregonaba hasta la fecha: la objetividad, entendida como reflejo fiel de la realidad e independiente del observador. Podemos decir que

[...] la fotografía no miente, pero los fotógrafos decididamente sí. Y lo extraordinario es que aun así, aun a sabiendas de esa inevitable intervención humana, sus manifestaciones seguían siendo acogidas con una extendida necesidad de creer, con una credulidad generalizada, sin duda debido a la fatalidad de su propia genealogía tecnocientífica (Fontcuberta, 2010:10).

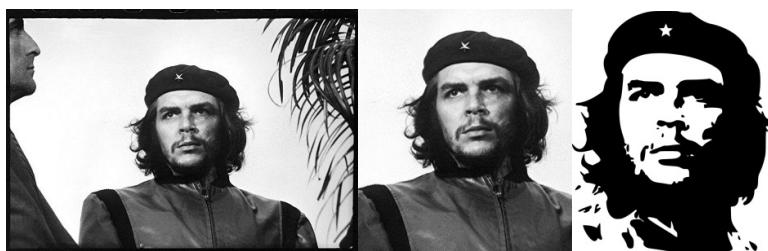
Sin embargo, es claro que ese carácter objetivo en materia de representación atribuido a las imágenes no es más que un mero ejercicio de imaginación. La potencia simbólica del filme (Brea, 2010) radica en la existencia de un ‘sujeto emancipado’. La fotografía puede ser considerada pues no una herramienta inocente “sino más bien un medio activo por el cual la sociedad se estructura” (Pultz, 1995:10).



**Imagen 5.** Imagen de Joseph Nicéphore Niépce en su cuarto de trabajo.  
La primera fotografía de la historia, tomada alrededor de 1826.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> <<http://ifoton.com/la-primer-fotografia-de-la-historia>> [9 de junio de 2014].

En un inicio, las imágenes fueron tratadas como referentes ‘objetivos’ del mundo y a partir de entonces comenzaron a cobrar una relevancia que no tenían en ese momento. Gracias a la fidelidad que se les atribuyó en materia de representación comenzaron a utilizarse como un modo y un medio de ‘certificación’ o ‘acreditación’ de la realidad. No obstante hay que decir que “las fotografías no se encargan de corroborar nuestra verdad o de asentar nuestro discurso sino exclusivamente de cuestionar las hipótesis en que otros pueden fundamentar su verdad” (Fontcuberta, 1996:100). Las imágenes fotográficas aún gozan de ese prestigio de ‘autenticar’ lo real. Pero habremos de entenderlas ya de otro modo muy distinto pues “la fotografía se limita a describir el envoltorio y su cometido es por tanto la forma. Nos seduce por la proximidad de lo real, nos infunde la sensación de poner la verdad la alcance de nuestros dedos [...] para terminar arrojándonos un jarro de agua fría a la cabeza” (Fontcuberta, 1996:100). El ‘realismo fotográfico’ ha sido puesto ya en tela de juicio. Más bien en lo que habrán de centrarse las discusiones en torno a las imágenes será tanto en su uso, su manipulación y los efectos que causan en los espectadores. Se trata de “cierto retorno hacia el referente, pero desembarazado ya de la ilusión del ilusionismo mimético” (Dubois, 1983:51).



**Imagen 6.** Obsérvese el proceso de transfiguración de la famosa imagen del Che Guevara<sup>9</sup> quien estando en un entierro fue fotografiado por Alberto Díaz (1960). “El nuevo encuadre]<sup>10</sup> que recorta el rostro del Che cerrando el ángulo contrapicado transforma a tal grado este retrato, que su amplia circulación y apropiación lo convertirá en un ícono y después en un símbolo” (Laboratorio Audiovisual de Investigación Social, 2014:114). La última imagen de esta secuencia fue creada por el irlandés Jim Fitzpatrick imitando el estilo de Warhol. Imagen que a su vez fue plagiada para que después fuese impresa en una cantidad insospechada de objetos.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> <[http://es.wikipedia.org/wiki/Che\\_Guevara\\_\(fotograf%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Che_Guevara_(fotograf%C3%ADa))>

<sup>10</sup> Resultado de la edición de la primera obtenida de la fuente ya mencionada.

<sup>11</sup> <[http://es.wikipedia.org/wiki/Jim\\_Fitzpatrick](http://es.wikipedia.org/wiki/Jim_Fitzpatrick)> [9 de junio de 2014].

Supongamos que alrededor del mundo haya millones de personas que desconozcan el proceso de ‘transfiguración’ de la imagen del Che Guevara. Quizá desconozcan el origen del famoso retrato que le ha dado vuelta al mundo. De cara a ello “la cuestión central que debemos plantearnos es la siguiente: ¿qué relación existe entre la proliferación de la fotografía *en esta forma* y los intereses de las entidades comerciales que fomentan dicha proliferación?” (Slater, 1985:140). En este caso muy particular, del registro se pasó al documento y de este a su ‘comercialización’ y proliferación a nivel social. Y cabe aclarar que no todas las imágenes atraviesan por esta transfiguración, pero en este caso es importante resaltarlo en tanto que ilustra la importancia de los usos sociales de las imágenes. Se asume pues que toda manipulación técnica es ya, de entrada, una manipulación social cuyo fin puede ser propagandístico, publicitario, etc. El rostro del Che Guevara ahora se imprime en playeras, carteles, tazas, plumas, vasos, banderas, postales, etcétera.

No fue sino hasta que la proliferación de las imágenes y su reproducibilidad se hicieron evidentes que apareció una “*toma de conciencia* de una actitud teórica, de la construcción de una doctrina. Sería la de una teoría de la comunicación visual en la que el operacionalismo se ve situado en su justo lugar y en la que el empleo del estímulo visual pertenece por derecho a una *estrategia de la comunicación*” (Moles, 1981:153). Fue precisamente aquí cuando surgió lo que podríamos considerar una teoría de la imagen que apeló no solo a sus dimensiones didácticas sino a las reflexiones sobre los efectos de su manipulación en la sociedad. Y también podemos decir que se trató de un tiempo en el “que la imaginación de los fotógrafos estaba restringida porque solo podían aspirar a ser meros grabadores de la realidad” (Boltanski, 1995:50). Fue en función de la aparición de esta ‘toma de conciencia’ que podemos afirmar que “la historia de los instrumentos de producción de la obra [en este caso artística] es el complemento indispensable de la historia de los instrumentos de producción de la obra, en la medida en que toda obra es, por así decirlo, hecha dos veces por el creador y por el espectador, o, mejor dicho, por la sociedad a la que pertenece el espectador (Bourdieu, 1968:201). En otras palabras, una imagen es un punto de convergencia de distintas miradas: la del creador, la del espectador y la del analista. No es posible pensar las imágenes como meras abstracciones del tiempo y del espacio. Para su comprensión es necesario entender sus condiciones de producción, de circulación y de recepción. Y es a partir de esta idea que podremos comprender que los significados de las imágenes no son independientes de quienes las observan. Esa vieja y trillada idea de que “una imagen dice más que mil palabras” es un tanto imprecisa. Los significados de las imágenes no son independientes de los observadores quienes, a su vez, pertenecen a un tiempo histórico y social, así como a un espacio geográfico

y cultural. Los significados de las imágenes son socialmente situacionales. Nuestro conocimiento del mundo, nuestras suposiciones y nuestras ideas sobre él, nuestras creencias y nuestras cosmovisiones son determinantes para definir el modo en que vemos las cosas. “Lo que sabemos o lo que creemos afecta al modo en que vemos las cosas” (Berger, 1972:13). Las imágenes no hablan por sí solas. “Pedir que una fotografía ‘hable por sí sola’ o ‘valga más que mil palabras’ parece absurdo” (Ardévol y Muntañola, 2004:23). Resulta imposible seguir pensando que los significados no sean situacionales y producto de las relaciones múltiples que establecemos con las imágenes. Dichas relaciones son políticas, ideológicas, afectivas, históricas, etc. Y convergen en un mismo tiempo y en un mismo espacio. El significado de una imagen cambia con el tiempo en la medida en que cambia la “perspectiva anclada en una comunidad de prácticas” (Ardévol y Muntañola, 2004:22). Es decir, nuestras miradas están ancladas a comunidades de interpretantes y los significados de las imágenes no están predispuestos en ellas mismas de manera previa a la relación que los observadores establecen en un tiempo y un espacio con aquellas. En consecuencia, no existen imágenes alegres o tristes, agresivas o tranquilas, divertidas o aburridas, asquerosas o deliciosas, etc., sino que su significado aparece justo en el momento en que se establece una relación con ellas. Su significado no es relativo al punto de vista del observador sino que se define de manera relacional. Alguien puede considerarse alto de estatura hasta que se topa con los jugadores de un equipo de basquetbol.

El salto de la era del filme a la de la *e-image* (Brea, 2010), de la imagen analógica a la imagen digital, implica entre otras cosas un serio cuestionamiento sobre tres aspectos: *a)* El uso de *software* de tratamiento de imagen; *b)* El aprovechamiento de los «ruidos» o «parásitos» ('infografismo'); y *c)* La interactividad entre artistas, obras y público (Fontcuberta, 1996:106). Cualquiera que haya visto la película de Lars von Trier (2014), titulada *Nymphomaniac*, podrá saber que en composición presentada en la imagen 7 aparecen algunos de sus personajes. Pero sin haber visto la película, cualquier podría saber que quizás estos personajes están teniendo un orgasmo. Existen algunos ‘signos visibles’ que nos pueden ayudar a suponerlo. Los ojos cerrados, las bocas abiertas o semiabiertas, las cabezas echadas ligeramente hacia atrás, los torsos desnudos y la tensión muscular, se interpretan en función de una relación histórica y cultural que nos remite a la representación contemporánea de un orgasmo o algo muy parecido. La manipulación deliberada de cualquiera de las figuras del mosaico anterior podría producir efectos diferentes en el observador. Para probar esto, podemos aislar a uno de los personajes y con solo girar unos 90 grados hacia la derecha la imagen obtendríamos un resultado distinto. Se podría suponer que la persona representada está muerta o se ha desmayado. La sustracción

de la imagen del mosaico y su orientación podrían dar otra impresión a los observadores. Esto ayuda a pensar cómo nuestra relación con las imágenes es determinante aunque nuestra posición en torno a ellas sea la misma.



**Imagen 7.** Algunos de los personajes de la película *Nymphomaniac* son presentados a los espectadores de manera ‘cuidadosa’. La selección de los ‘signos visibles’ y articulados entre sí ofrecen una idea de que los personajes están en una misma situación social que no es precisamente la de peligro.<sup>12</sup>

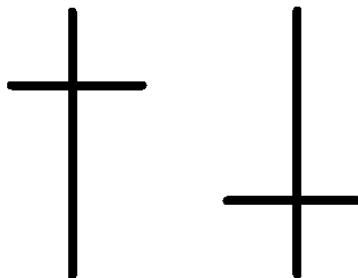
Es decir, la producción de significados se da en forma relacional más que relativa al punto de vista.



**Imagen 8.** La ‘manipulación’ deliberada de esta imagen puede producir efectos distintos en el observador en tanto que la producción de significados siempre es relacional. Se podría pensar que el hombre de esta imagen se ha desmayado o incluso que está muerto y no tanto que está teniendo un orgasmo como podría suponerse cuando se presenta como parte del mosaico mostrado anteriormente [edición mía de la imagen en Photoshop].

<sup>12</sup> <[www.subdivx.com/X12X16X184949XoXoX1X-comenta-las-ultimas-peliculas-que-viste->](http://www.subdivx.com/X12X16X184949XoXoX1X-comenta-las-ultimas-peliculas-que-viste->) [9 de junio de 2014]

Esta sustracción que es en sí una ‘manipulación’ de la imagen, no es una mirada reduccionista sobre el problema, no menor, de cómo interpretamos las imágenes según su posición y contigüidad. Al estar fuera del mosaico, la impresión que puede generar en los espectadores esta imagen puede ser otra totalmente distinta a que si estuviese en su ‘contexto original’. Colocarla en un ‘sentido’ distinto puede producir interpretaciones diferentes. No se trata de un simple ‘ voltear la imagen’. Debemos recordar algo muy elemental: “la idea de sentido tiene la connotación de dirección, de intención, de guía de un símbolo hacia un significado” (Fernández, 1994:204). La posición de un símbolo, su orientación, su acomodo, tienen que ver con la producción de sentido. “Un Símbolo es un Representamen cuyo carácter Representativo consiste precisamente en que es una regla que determinará a su interpretante” (Peirce, 1931:270). El siguiente ejemplo pretende ilustrar y aclarar tal situación.



**Imagen 9.** En esta imagen se pretende ilustrar cómo la simple modificación del ‘sentido’ del símbolo (la cruz) puede propiciar distintas interpretaciones. Sagrado (derecha), versus profano (izquierda) [diseño y edición de la imagen míos en Paint, 10 de julio de 2014].

En la imagen anterior se pretende mostrar la forma en que el ‘sentido’ es importante en el proceso de interpretación de la imagen. La simple ‘inversión’ del símbolo puede prestarse para la construcción de dos significados opuestos (cristo-anticristo; sagrado-profano). No se trata pues de un ‘simple despliegue de una imagen’. Se trata de dos producciones de sentido distintas que se encuentran relacionadas con la orientación y el acomodo en que se está presentando el símbolo a los espectadores. Y es claro que sin los antecedentes históricos y culturales del ‘cristianismo’, seguramente el significado de esta imagen sería otro totalmente distinto. Repetimos ‘lo que sabemos afecta lo que vemos’.

La etapa digital de la imagen implica un salto y un proceso de transformación. Un salto de lo analógico a lo digital, de los átomos a los bits. Hemos entrado en

una fase muy interesante para la reflexión académica. Estamos presenciando, sin lugar a dudas, el proceso de digitalización del mundo analógico. Casi todo lo que uno pueda imaginar tiene su símil en la red. “El cambio de los átomos por los bits es irrevocable e imparable” (Negroponte, 1995:24). No obstante, parece difícil hablar de una ‘cultura digital’. Y esto es importante. Era o etapa digital de la imagen no es lo mismo que ‘cultura digital’.

Experimentamos los nuevos medios y tecnologías en contextos viejos y familiares y no necesariamente en una forma “pura”. Se podrían reunir suficientes ejemplos de esta mezcla para demostrar que lo que tenemos no es tanto una cultura digital, en el sentido de que los nuevos medios estén superando y desplazando a los viejos, como un aumento en la digitalización de los medios anteriores (Henning, 1995:286).

Esta transformación sustantiva a nivel global ha puesto en evidencia que la información se vuelve cada vez más accesible (Negroponte, 1995:24). Podemos decir que las herramientas de trabajo han cambiado y han enriquecido el ‘vocabulario’ de la imagen, pero sus dimensiones expresivas, en esencia, siguen siendo las mismas. El encuadre, el uso de las diagonales, los puntos fuertes, etc., siguen rigiéndose bajo los mismos principios. No obstante, las imágenes, se han ‘masivizado’, es decir, se han vuelto accesibles para millones de personas alrededor del mundo. Las juventudes de hoy tienen más acceso a la información y menos acceso al poder (Hopenhayn, 2007). Podemos decir que “su educación está teniendo lugar fuera de las clases ante las mil pantallas, en sus dormitorios o en los cibercafés” (Verdú, 2005:38). Y esto plantea una situación paradójica: mientras la información prolifera, la desinformación aumenta. La era de la información es de los desinformados. Internet se ha convertido, paulatinamente, en un medio eficaz para dar a conocer lo que ocurre a nivel local en casi cualquier parte del planeta. Mediante la digitalización no solo de las imágenes, sino de la información en general, los escándalos locales se convierten en escándalos mundiales, por ejemplo. Gracias a esta mundialización de la información podemos entender fenómenos como el hecho de que la muerte de la princesa Diana le haya sacado las lágrimas a algunas amas de casa en México.

Hace treinta años, utilizar una computadora al igual que pilotear una nave espacial y hacerla alunizar, estaba limitado a aquellos pocos privilegiados especialmente capacitados en la casi magia necesaria para conducir esas máquinas, que solían no tener lenguaje (solo había conmutadores y luces que se encendían y apagaban) o utilizaban uno muy primitivo. En mi opinión, hubo un esfuerzo subconsciente para mantener todo esto en

el misterio, limitado al monopolio de los iniciados, como ciertas ciencias monásticas o ritos religiosos durante la Edad Media (Negroponte, 1995:108).

El acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación ha modificado profundamente nuestra estancia en el mundo y ha transformado nuestros modos de comunicarnos y relacionarnos. La manipulación de las imágenes digitales no solo es una cuestión cotidiana sino que es casi una condición esencial de los mundos de ficción a los cuales nos enfrentamos tanto en los medios impresos como en los digitales. En la denominada “prensa del corazón” o el también llamado “periodismo de espectáculos” es común encontrar notas con titulares como: ‘20 famosas sin Photoshop’. Y es común que a continuación presenten una lista de cantantes, actrices, etc., dejando ver cómo son en la vida real y cómo se ven en el mundo de ficción.



**Imagen 10.** En el sitio web Antes y después, de Argentina, uno puede encontrar imágenes como estas en donde se exhibe a distintos personajes como la presidenta argentina Cristina Kirchner y el futbolista Ronaldinho (entre otros), tal como lucen en la vida real y después de haber manipulado sus imágenes con la ayuda del tan conocido software Photoshop.<sup>13</sup>

“La computación ya no solo tiene que ver con computadoras, tiene que ver con la vida” (Negroponte, 1995:26). La vida no es la misma después de las computadoras. La percepción social de la realidad tampoco es la misma después del Photoshop. Y para entender esto quizás sea pertinente entender cómo funciona la red. Tal como lo señaló Oguibe (2002:135), opera en varios niveles: como medio (que puede ser manipulada); como vehículo (para la transmisión, distribución y evaluación); y como una herramienta (que posibilita la comunicación y la colaboración). ¿Cuáles son pues las implicaciones que tiene o ha tenido la emergencia y consolidación de la

<sup>13</sup> <[www.antesydespues.com.ar/20-famosas-sin-photoshop/#&panel1-17](http://www.antesydespues.com.ar/20-famosas-sin-photoshop/#&panel1-17)> [9 de junio de 2014].

etapa digital de las imágenes? La primera es que el acceso a ellas es casi ilimitado (es decir, presenciamos la exacerbada masivización de las imágenes); la segunda es que la producción de imágenes en la vida diaria (las imágenes digitales no se desgastan y pueden reproducirse infinitamente, a diferencia de las imágenes analógicas), tal como se vio al principio de este texto, sigue en aumento; la tercera es que ha liberado una especie de frenesí por la acumulación de imágenes que no se había visto antes en la historia social de la humanidad; y la cuarta es que ha coadyuvado a la consolidación de una cultura basada en la iconolatría cuyos modos de expresión por excelencia son: el *mironismo* y el *voyeurismo* (los cuales podemos leer casi como un par de 'actitudes naturales' propias de nuestra época).

## Las imágenes no están solas

Afirmar que los significados son relationales no implica hacer a un lado la idea de que las relaciones que establecen los espectadores u observadores con las imágenes siempre se encuentran en un 'marco' temporal y espacialmente definido. Es decir, toda relación social entre los observadores y las imágenes o entre los observadores mismos, siempre está en un contexto (determinado por dos ejes: el temporal y el espacial). No hay interacción posible en un no tiempo y en un no espacio, socio-lógicamente hablando. Sería imposible sostener una afirmación de ese tipo. Todo ocurre en un tiempo y en un espacio determinados. Idea que ya se había señalado cuando de hacía mención sobre la forma en que los significados de las imágenes, por ejemplo, cambian con el tiempo. Una imagen puede ser la misma, pero en dos momentos de la historia puede ser interpretada de distintas maneras. En distintas geografías culturales le puede ocurrir lo mismo. Los significados de las imágenes cambian en tanto que las relaciones, determinadas por el tiempo y el espacio sociales, cambian. No porque las imágenes posean significados específicos sino porque los 'modos de ver', que están determinados por el contexto, cambian también. Por ello es pertinente abrir un punto de discusión sobre el hecho de que 'las imágenes no están solas'. Nunca lo han estado.

Al referirse al 'estilo' (en el arte), Gombrich<sup>14</sup> (1999:241), empleando una metáfora tomada de la medicina, señaló que existían dos 'formas de aproximación': la "diag-

<sup>14</sup> Sabemos que Gombrich se ha declarado un individualista. Que está en contra de las visiones colectivistas. Lo ha dicho de la siguiente manera: "no he visto nunca un espíritu y siento una aversión instintiva por todas las formas de colectivismo, ya se llamen racismo, nacionalismo o, si me permiten el término, espíritu de la época. Soy un individualista y no puedo creer que seamos

nóstica” y la “farmacológica”. La primera considera que el ‘estilo’ es una manifestación o síntoma de la época. La segunda que el arte es un estímulo o un sedante. Si es un estímulo, en consecuencia, hay que proceder a su censura. Si es un sedante, entonces habría que desaparecerlo o alinearlo a las políticas del Estado, por ejemplo. A menos que algo excepcional ocurra, solemos apreciar el arte (y las imágenes en general) con la ‘mirada de la época’. Nuestras miradas individuales tienen una procedencia individual. Tienen su origen en la colectividad. Nuestra subjetividad individual (sería una locura negar su existencia) es de manufactura social. Nuestras miradas están ‘domesticadas’ por las sociedades y las culturas a las que pertenecemos. Ni los latidos del corazón se escapan a tener un nexo con la sociedad (cualquier enamorado lo sabe mejor que otros). Palabras demás, Goffman (1956:41-58) explicó magistralmente la forma en que el ‘rubor’ (ese proceso fisiológico del sonrojamiento) está ‘domesticado’ por la sociedad.

Los significados de las imágenes no solo son relacionales sino también contextuales (y esto no debe sorprender a nadie pues siempre que ‘vemos’, lo hacemos en un contexto social determinado temporal y espacialmente). Es decir, dependen del momento histórico y, obviamente, de la situación en la que se presentan. Las imágenes no están solas, su significado depende del ‘modo de ver’ de la época (y por tanto de la situación social). Vemos con la mirada propia de la época a la que pertenecemos (y también con la mirada de nuestro género, posición social y económica, raza, preferencias políticas, etcétera).

Toda imagen encarna en un modo de ver [...] El modo de ver del fotógrafo se refleja en su elección del tema. El modo de ver del pintor se reconstituye a partir de las marcas que hace sobre el lienzo o el papel. Sin embargo, aunque toda imagen encarna en un modo de ver, nuestra percepción o apreciación de una imagen depende también de nuestro modo de ver (Berger, 1972:16).

El encuentro entre las imágenes y los observadores, que siempre ocurre en un contexto, es un encuentro de miradas, de modos de ver, pues.

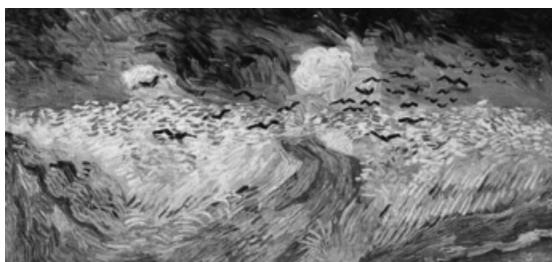
Cuando miramos una pintura o una fotografía, miramos cómo ha mirado el artista y, al mismo tiempo, ponemos en juego nuestro conocimiento sobre cómo debemos mirar una

---

solo marionetas bailando de los hilos movidos por un marionetista invisible que represente el espíritu de la época o, quizás, la lucha de clases” (Gombrich, 1995:241). No obstante, su propuesta para pensar el estilo y el arte son útiles pues, sin ningún temor, se puede decir abiertamente que este texto ha adoptado una postura colectivista. Y hay que agregar que el hecho de que Gombrich se declare un individualista no tiene que llevarnos a todos, por inercia, a hacer lo mismo.

obra de arte. Una pintura o una fotografía son miradas recreadas o reproducidas en la tela o en el papel. Cada imagen incorpora una forma de mirar. La forma en que miramos depende, en buena medida, de lo que hemos aprendido a buscar o de lo que esperamos encontrar. Al mirar una imagen, miramos una forma de mirar y nuestra relación con la mirada (Ardévol y Muntañola, 2004:18).

El significado de una imagen depende de su articulación discursiva, por ejemplo, en el tiempo y en el espacio a través de la mirada de una comunidad particular de interpretantes. Lo que uno dice de una imagen influye no en ella misma, sino en el modo de verla. Berger (1972:36) sugiere que el 'modo de ver' el cuadro *Campo de trigo con cuervos* no puede ser el mismo después de decir: "Este fue el último cuadro que pintó Van Gogh antes de suicidarse". Podemos preguntarnos cómo influye el contexto en las condiciones de recepción de la obra. Bueno, podríamos suponer que la valoración de una obra no es la misma cuando su autor está vivo y cuando ha muerto.



**Imagen 11.** "Campo de trigo con cuervos" de Van Gogh o "El último cuadro que pintó Van Gogh antes de suicidarse", como usted prefiera.<sup>15</sup>

Berger (1972:17) también afirmó que cuando la gente mira una obra de arte lo hace "de una manera condicionada por toda una serie de hipótesis aprendidas acerca del arte", situación que termina por oscurecer el pasado, por un lado, y mistificarlo por otro. Estas hipótesis sobre el arte, podemos decirlo sin temor a equivocaciones, se aprenden en las interacciones sociales que, obviamente, tienen ocurrencia en un contexto sociohistórico particular. Y, siguiendo esta misma línea de reflexión, podríamos decir que en la medida en que los significados de las imágenes dependen de los 'modos de ver' (en tanto que en los modos de ver se juega, como lo habíamos dicho,

<sup>15</sup> <[www.cuadrosylienzo.com/campo-trigo-cuervos-p-3536.html](http://www.cuadrosylienzo.com/campo-trigo-cuervos-p-3536.html)> [9 de junio de 2014].

el género, la raza, la posición social y económica, las preferencias políticas, etc.), no sería desafortunado afirmar que los textos en general mistifican a las imágenes y estas a su vez falsean el pasado en tanto que le arrebatan momentos específicos que los hacen vivir para siempre. A veces a través del texto que se produce para describirlas.

Hemos visto hasta el momento que una imagen puede estar sujeta a múltiples interpretaciones. A sabiendas de que el conocimiento no está distribuido socialmente de manera homogénea, podríamos asumir que estas desigualdades influyen en las condiciones de recepción del arte (en particular) y de las imágenes (en general). No todas las personas se acercan al arte. No a todas las personas les gusta asistir al cine a ver una película. Y de los que asisten no a todos les gusta mirar ‘cine de autor’. Muchos adolescentes van al cine por razones extracinéfilas (Gubern, 2000:31). En torno a las imágenes cinematográficas, por ejemplo, se desarrolla una especie de ‘cultura sin culto’ “El día de los espectadores es el miércoles, rescatado de la mediocridad para que no quede jornada sin su acontecimiento propio, día de la semana sin su ración de poder” (Verdú, 2005:21).

Podemos preguntarnos ¿a qué se debe que a algunas personas les guste el arte y a otras no? Bueno, debemos recordar que “toda operación de desciframiento exige un código más o menos complejo y más o menos completamente dominado” (Bourdieu, 1968:193). Y en una obra de arte podemos reconocer dos niveles de significación: uno inferior y uno superior. Así como también es posible distinguir entre significaciones iconográficas e interpretaciones iconológicas; y, por último, entre el simple *goce* y la *delectación*. La aprehensión de una obra de arte, por ejemplo, descansa, entre otras cosas, en conceptos que pueden ser ‘demostrativos’ o ‘caracterizantes’. Los conceptos demostrativos “designan y atrapan las propiedades sensibles de la obra” (Bourdieu, 1968:194), mientras que los conceptos caracterizantes aprehenden los rasgos estilísticos de la obra. Los conceptos demostrativos solo definen un sentido fenoménico que versa sobre el sentido de las cosas y el sentido de las expresiones mientras que los conceptos caracterizantes nos permiten distinguir contenidos intrínsecos.

La imagen de *La última cena*, que de alguna u otra manera ha pasado a formar parte del patrimonio cultural e histórico de la mitología cristiana, es de fácil identificación. Casi cualquier persona en el mundo podría decir de qué se trata, que fue pintada por Leonardo de Vinci, que el personaje que aparece en el centro es Jesús (el hijo de un dios que lo envió a la tierra para lavar los pecados de los hombres). Y que se encuentra acompañado por sus 12 apóstoles, de los cuales uno lo traicionará. Si no supiéramos que se trata de una representación de un pasaje de la Biblia, podríamos hacernos la pregunta de ¿por qué esa pintura se llama la última cena y nadie está cenando? Sin esa información que liga la imagen con el pasaje de un

libro, difícilmente podríamos adivinar que se trata de una persona que ha anunciado que va a morir y que será traicionada por uno de los comensales ahí representados. Acceder a las significaciones iconográficas es relativamente sencillo en comparación con lo que implica desarrollar interpretaciones iconológicas.



**Imagen 12.** Polémica y célebre obra de Leonardo de Vinci: *La última cena*. Una reproducción de estas en cualquiera de sus múltiples versiones podría estar en la sala de su casa, ya que es el lugar que en el mundo contemporáneo, se le ha asignado para ser colocada.<sup>16</sup>

Difícilmente las personas que pueden decir el nombre del cuadro podrán afirmar cuáles fueron los procedimientos técnicos que se utilizaron para lograr una obra de arte de tal magnificencia. Seguramente tampoco podrán decir en qué año se pintó y cuáles son los puntos de fuga que el autor utilizó para representar a los personajes que están agrupados de tres en tres. Y así, sucesivamente. Y con esto no se quiere apelar a un ejemplo superficial sobre la denominada 'alta cultura'. Lo que se intenta es, precisamente, ilustrar la diferencia entre el *goce* y la *delectación* de una obra artística o de una imagen cualquiera. "Aquellos para quienes las obras de cultura erudita hablan una lengua extraña, están condenados a importar en su percepción y apreciación de la obra de arte categorías y valores extrínsecos —los que organizan su percepción cotidiana y orientan sus juicios prácticos" (Bourdieu, 1968:196). Sin códigos de desciframiento, es decir, sin aquellos basamentos sobre

<sup>16</sup> <<https://eukleria.wordpress.com/galeria/multimedia/>> [9 de junio de 2014].

los que descansa el entendimiento de las ‘capas de significación’, las obras de arte no son más que objetos inaccesibles a la razón. Esto podría hacernos entender por qué muchas personas se aburren en los museos o se duermen en las salas de cine donde se exhibe ‘cine de autor’. Sin los códigos de desciframiento el arte no es más que algo sumamente aburrido. Esto sin olvidar que “cada época organiza el conjunto de las representaciones artísticas según un sistema institucional de clasificación que le es propio” (Bourdieu, 1968:200).

Y así como la falta de códigos pesa sobre el desciframiento y el acercamiento a las imágenes, la suposición de la existencia de códigos donde no los hay también representa un problema que apunta hacia la sobreinterpretación. Eco (1992:51) llamó la atención sobre las diferencias entre la interpretación sana y la interpretación paranoica. La diferencia entre una y otra “radica en reconocer que esta relación [entre el adverbio «mientras» y el nombre «cocodrilo»] es mínima y no, al revés, deducir de este mínimo lo máximo posible”. De la interpretación se pasa a la sobreinterpretación donde

[...] la sobreestimación de la importancia de los indicios nace con frecuencia de una propensión a considerar como significativos los elementos más inmediatamente aparentes, cuando el hecho mismo de que son aparentes nos permitiría reconocer que son explicables en términos mucho más económicos (Eco, 1992:52).

En el caso de las imágenes implica reconocer o identificar ‘significados’ donde realmente no los hay. Sobreinterpretar es demasiado sencillo. Los fanáticos religiosos, por ejemplo, insisten en ‘ver’ imágenes con contenido sacro en múltiples lugares. Se dice esto porque se quiere dejar en claro que la sobreinterpretación es un fenómeno que parte de lo iconográfico, pero se sitúa más allá de lo iconológico.

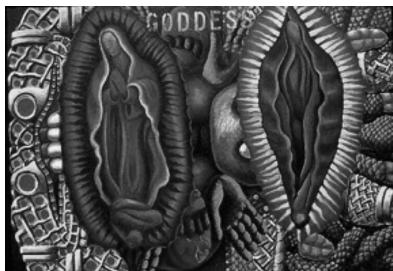
Las ‘apariciones’ (imágenes con contenidos religiosos) suelen ocurrir en espacios ‘socialmente permitidos’, no en sitios ‘corruptos’ o ‘indecentes’. Y esta es una característica de dichas imágenes. Las apariciones son, digamos, altamente selectivas y de buena condición moral, son ‘políticamente correctas’. No ocurren en una montaña de excremento de vaca, en una toalla sanitaria usada o en los genitales de algún animal. ¿Por qué es así? Porque entonces dicha situación pondría en duda el carácter sagrado de tal suceso, es decir, lo sagrado en lo profano. Digamos que las divinidades saben elegir muy bien los sitios donde se manifestarán a sus creyentes. Las representaciones religiosas, lo sabemos muy bien, tratan de evitar el contenido sexual a toda costa en tanto que cualquier temática asociada al ‘sexo’ se considera ‘profana’. La asociación entre sexo y religión podría considerarse como ofensiva para muchos seguidores

de distintos cultos. Es común que esta asociación genere censura y descontento a la vez. Motivo por el cual una buena cantidad de artistas se han valido de ello para generar distintas representaciones donde esta combinación resulta ser un buen pretexto para sus creaciones.



**Imagen 13.** Apariciones de la virgen de Guadalupe<sup>17</sup> en una plancha y dos comales.

<sup>17</sup> Por la sobreinterpretación de las imágenes, en unas simples manchas se pueden identificar códigos o significados con contenido ‘sacro’. El 5 de septiembre de 2008 se reportó la aparición de una virgen en una plancha en Caracas, Venezuela (<http://villanueva24h.blogspot.mx/2008/12/por-didier-hernandez-la-virgen-santisima.html>); en Aguascalientes, México (en una nota del 12 de diciembre del 2012), el vocero de la Diócesis Carlos Alvarado Quezada dijo que “debemos tener mucho cuidado con todo esto de las apariciones de la virgen, de las imágenes, que tenemos que hacer estudios, que la misma Iglesia propone que hagan estudios bien precisos de lo que es una aparición” (<http://www.novedadesdetabasco.com.mx/noticia/98326/iglesia-pide-no-caer-en-fanatismo-sobre-falsas-apariciones-de-virgen/>); el 12 de diciembre del 2013 se publicó una nota titulada “Estas son las apariciones más bizarras de la virgen de Guadalupe” (<http://www.diariocambio.com.mx/2013/opinion/cupula/item/39366-estas-son-las-apariciones-mas-bizarras-de-la-virgen-de-guadalupe>). [10 de junio de 2014].



**Imagen 14.** En esta obra *Goddess*<sup>18</sup> (1991) del artista chileno Alfred. J. Quiroz, representación de la virgen de Guadalupe, se alude a los labios vaginales o viceversa.

Gracias a los códigos de desciframiento, el párroco de la iglesia, la abuela de la familia, el profesor de comunicación social, el sociólogo y el estudiante universitario de arte o de filosofía verán de modos muy distintos la imagen anterior. A unos podrá resultarles ofensiva. A otros no. No vemos con los mismos ojos que muchos de nuestros antecesores ni miraremos de la misma forma que muchos de nuestros sucesores. Ni tampoco vemos de la misma manera que muchos de nuestros contemporáneos. “Muchas imágenes que fueron conflictivas u ofensivas han podido dejar de serlo por la transformación de su contexto personal o social y de los valores dominantes implícitos en ellos. Muchos desnudos que escandalizaban en la cultura victoriana, dejaron de impresionar al público unas décadas más tarde. Pero no siempre el cambio de contexto pudo desembarazarse de las inercias burocráticas” (Gubern, 2004:337).

Con la finalidad de ilustrar cómo lo que se consideró ofensivo en una época, en otra no, hagamos un ejercicio de memoria. En 1942, en México, el presidente Manuel Ávila Camacho, a través del regente del Distrito Federal, Javier Rojo Gómez, dio inicio a un programa de ‘embellecimiento de la ciudad’. Fueron el arquitecto Vicente Mendiola y el escultor Juan Olaguibel los comisionados para realizar una obra cuyo resultado fue *La Flechadora de las Estrellas del Norte*, mejor conocida por los habitantes del Distrito Federal como *La Diana Cazadora* (inspirada en

<sup>18</sup> A decir del autor de la obra: “Cuando era un adolescente estaba hojeando un libro de educación sexual y había ahí una imagen en una página completa de una vagina médica anatómica. El primer pensamiento que se me pasó por la mente fue que se parecía a la Virgen de Guadalupe. Si uno mira a la imagen de la Virgen por alrededor de un minuto (similar a mirar a la imagen en negro, verde y naranja de la bandera de Estados Unidos que se encuentra en las enciclopedias que describen la ilusión óptica y la retención de imágenes retina) y mirando a una pared blanca, uno ve en colores opuestos una imagen vaginal, que tradicionalmente es un ícono de ‘diosa’” (<http://latinoartcommunity.org/community/ChicArt/ArtistDir/AlfQui.html>) [16 de junio de 2014].

Helvia Martínez Verdayes quien tenía en aquel entonces 16 años y trabajaba como secretaria). Posterior a la inauguración de la obra y con la presión de los sectores conservadores de la sociedad mexicana de aquel entonces, se soldó a la escultura un “taparrabos” (calzón), de bronce. Taparrabos que al ser desmontado produjo daños en la escultura y, por tal motivo, se tuvo que fundir una nueva que se encuentra en la avenida del Paseo de la Reforma, en medio de una fuente.



**Imagen 15.** *La Flechadora de las Estrellas del Norte*,<sup>19</sup> mejor conocida por los habitantes del Distrito Federal como *La Diana Cazadora*, escultura que en su momento resultó ofensiva para la sociedad mexicana de los años cuarenta y que actualmente se considera un referente escultórico del Distrito Federal.

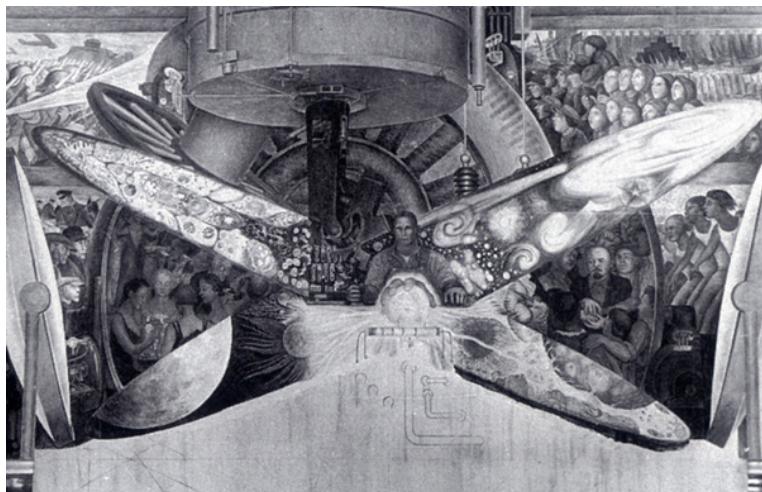
La punición figurativa<sup>20</sup> de la obra, es obvio, no estaba en ella misma sino en el modo de ver de la sociedad de aquel entonces. De una comunidad de interpretantes particular, situada en un contexto y en una situación determinadas.

<sup>19</sup> Imagen tomada de: <<http://www.infohardt.com/viajes/dianacazadora.html>> [16 de junio de 2014].

<sup>20</sup> Román Gubern (2004:333) señala que “en un cierto momento de la historia del cristianismo, los padres de la Iglesia decidieron prohibir que se dibujasen o grabasen cruces en el suelo, por el riesgo inadmisible de que fueran pisadas” y agrega que “los mayas representaron a sus enemigos prisioneros en sus escalinatas, para que sus vencedores pudieran humillarles *pisando sus cuerpos*” y que en 1991 “el presidente Sadam Husein hizo instalar en el suelo de la entrada del lujoso hotel Al Rashid de Bagdad una imagen del presidente de Estados Unidos, George Bush (padre), para que todos sus residentes y visitantes tuvieran que pisarla forzosamente al entrar y al salir del edificio”.

Y no es que todas las obras de arte o que todas las imágenes en general posean una dimensión punitiva sino que es gracias a la relación que establecen los observadores con las imágenes o con las obras de arte lo que fabrica o construye significados punitivos de estas en cuanto a sus órdenes de representación y de contenidos temáticos. Podríamos decir que las imágenes, en general, pueden sugerir distintos significados dependiendo del contexto social, la geografía cultural y la historia, pero que no poseen significados por sí mismas y marcan una frontera “entre lo simbólico y lo real, lo conceptual y lo ontológico, lo mágico y lo existencial” (Gubern, 2004:333).

Ya solo por sumar un último y célebre ejemplo, podemos recordar que la obra del pintor mexicano Diego Rivera *El hombre en el cruce de caminos* también conocido como *El hombre controlador del Universo* fue retirada (y después destruida) del vestíbulo del edificio del Rockefeller Center en 1933 por el hecho de considerar que contenía un retrato de un hombre muy parecido a Lenin.



**Imagen 16.** *El hombre en el cruce de caminos* (también conocido como *El hombre controlador del Universo*, de Diego Rivera, cuyo contenido resultó ser punitivo para John D. Rockefeller Jr.).<sup>21</sup>

<sup>21</sup> <[www.inehrm.gob.mx/Portal/PtMain.php?pagina=exp-murales-diego-rivera-galeria](http://www.inehrm.gob.mx/Portal/PtMain.php?pagina=exp-murales-diego-rivera-galeria)> [16 de junio de 2014].

Para cerrar esta reflexión podríamos agregar que: “hace ciento cincuenta años no existía la fotografía, ni la radio ni el teléfono. No existía la televisión, el vídeo, el ordenador, el móvil o Internet. El despliegue de estos *convertidores* emplazados entre nuestra vida y la realidad ha alterado el entendimiento directo e indirecto de las cosas y acaso ni dios llegó a tal confusión en sus mejores días” (Verdú, 2003:119). Las imágenes no están solas, nosotros vivimos entre ellas y forman parte de nuestro entorno. Convivimos con ellas y las consideramos como si fuesen entidades vivientes. Muchas veces como si tuvieran autonomía e independencia. “Somos así más vivientes al hacernos imágenes: «imaginándonos»” (Verdú, 2003:121). Al día de hoy, es casi imposible pensar la realidad sin la intermediación de las imágenes, sean estas fotográficas, cinematográficas o de video, cuyo carácter puede ser propagandístico, publicitario, de entretenimiento o simplemente doméstico. Las imágenes juegan un papel de intermediación no solo entre nosotros y la realidad sino entre nosotros mismos. Nunca están solas.

## Bibliografía

- Ardévol, Elisenda y Muntañola, Nora (2004), “Visualidad y mirada” en Ardévol, E. y Muntañola, N., *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, pp. 17-46.
- Barthes, Roland (1980), *La cámara lúcida*, Paidós, Barcelona.
- Berger, John (1972), *Modos de ver*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Boltanski, Christian (1995), “¿Nos seguirá commoviendo una fotografía?” en Martin Lister (comp.). *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Paidós, Barcelona, pp. 49-75.
- Bordieu, Pierre (1961), Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística” en Navarro, D. (comp. y trad.), *Image 1 Teoría francesa y francófona del lenguaje visual y pictórico*, Criterios, La Habana, 150-188.
- (1996), *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona.
- Brea, José Luis (2010), *Las tres eras de la imagen*, Akal, Madrid.
- Dubois, Philippe (1983), *El acto fotográfico*, Paidos, Barcelona.
- Eco, Umberto (1992), *Interpretación y sobreinterpretación*, Cambridge University Press, Gran Bretaña.
- Fernández Christlieb, Pablo (1994), *La psicología colectiva un fin de siglo más tarde*, Anthropos, Barcelona.

- Fontcuberta, Joan (1996), *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Gustavo Gili, Barcelona.
- (2010), *La cámara de Pandora*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Goffman, Erving (1956), “Rubor y organización social”, en Félix Díaz (ed.), *Sociología de la situación*, La Piqueta, Madrid, pp. 41-58.
- Gombrich, Ernst (1995), *Los usos de las imágenes*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Gubern, Roman (2000), *El eros electrónico*, Taurus, Madrid.
- (2004), *Patologías de la imagen*, Anagrama, Barcelona.
- Henning, Michelle (1995), “Encuentros digitales: pasados míticos y presencia”, en Martin Lister (comp.), *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Paidós, Barcelona, pp. 281-303.
- Hopenhayn, Martín (2007), “Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana”, disponible en <<http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=oCBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.pensamientoiberoamericano.org%2Fxnumeros%2F3%2Fpdf%2FpensamientoIberoamericano-77.pdf&ei=reOCVIOcCMyLyATu-4HYCw&usg=AFQjCNGAcR7s-E4NgHyViYTnLroOhaWgywg&sig2=g670HqtXrvyejATV1z1Z7Q>> [20 de noviembre de 2014], pp. 49-71.
- Ibáñez, Jesús (1991), *El regreso del sujeto*, Siglo XXI Editores, Madrid, 193 pp.
- Laboratorio Audiovisual de Investigación Social (2014), *Tejedores de imágenes*, Instituto Mora, México.
- Marzal, Javier (2007), *Cómo se lee una fotografía*, Cátedra, Madrid.
- Moles, Abraham (1981), “La imagen como cristalización de lo real” en Navarro, D. (comp. y trad.), *Image 1 Teoría francesa y francófona del lenguaje visual y pictórico*, Criterios, La Habana.
- Muchembeld, Robert (2000), *Historia del diablo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Negroponte, Nicholas (1995), *El ser digital*, Océano, México.
- Oguibe, Olu (2002), “La conectividad y el destino de los no conectados” en Navarro, D. (ed. y trad.), *Criterios Revista Internacional de Teoría de la Literatura y las Artes, Estética y Culturología*, La Habana, 33, pp. 135-149.
- Peirce, Charles S. (1931), *Obra lógico semiótica*, Madrid, Taurus.
- Pultz, John (1995), *La fotografía y el cuerpo*, Akal, Madrid.
- Santana J. et al. (2012), “Crania with mutilated facial skeletons: a new ritual treatment in an early pre-pottery Neolithic B cranial cache at Tell Qarassa

- North - South Syria", en *American Journal of Physical Anthropology*, 149 (2), octubre, , pp. 205 -216.
- Sartori, Giovanni (1997), *Homo videns*, Taurus, Madrid.
- Sibilia, Paula (2008), *La intimidad como espectáculo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Slater, Don (1985), "Comercialización de la fotografía de masas" en Jorge Luis Marzo (ed.). *Fotografía y activismo*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Sontag, Susan (1973), *Sobre la fotografía*, Alfaguara, México.  
(2003), *Ante el dolor de los demás*, Santillana, Madrid.
- Verdú, Vicente (2003), *El estilo del mundo*, Anagrama, Barcelona.  
(2005), *Yo y tú, objetos de lujo*, Debate, , Barcelona.