

► **Claudia Álvarez** confiesa que **Yahir** es el amor de su vida!

TVNOTAS

¡Semanal e irresistible!

¡Sin maquillaje!



Traemos las pruebas del divorcio de Juan Zepeda ¡y su luna de miel con Ninel!

¡EXCLUSIVA!
Que a **Adriana Cataño** la atacó un espíritu!

Pendlope Menchaca
"Quiero subirme..."

¡EXCLUSIVA!
Presentamos al nuevo **Gabriel Spang**

Elizabeth Gutiérrez

De Amor comprado al portafolios!

El ex marido de Lucía Méndez ¡estrena novia!

entretejidos

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

Así lucen las integrantes de **Pandora**

NOTAS

Joan Sebastian dio su secreto! que lo curó del cáncer!

"Fue en el DF, y gracias a Dios ya la libré"

Mientras Cristian

La realidad, la modalidad, el discurso de sobriedad, las representaciones sociales y la imagen digital

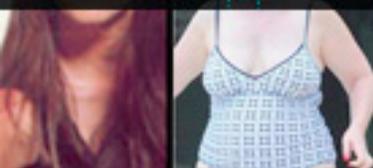


¡Destrozada!

Anahí cancela boda

y llora con sus amigas!

le... so el cuer...



La realidad, la modalidad, el discurso de sobriedad, las representaciones sociales y la imagen digital

Cristina Ángeles Huesca

La realidad, la modalidad, el discurso de sobriedad, las representaciones sociales y la imagen digital

Resumen

El presente artículo explica los elementos teórico-metodológicos que ayudan a delimitar el concepto de confiabilidad, basado en cuatro conceptos: realidad de Watzlavik, modalidad de Hodge y Kress, discurso de sobriedad de Bill Nichols y representaciones sociales de Serge Moscovici, a estos cuatro conceptos se suma una consideración de la caracterización de la imagen digital como representación visual de la realidad.

Palabras claves: confiabilidad, discurso de sobriedad, imagen digital, modalidad, realidad, representación social, representación visual

The reality, the modality, the sobriety speech, the social representations and the digital image

Abstract

This article explains the theoretical and methodological elements that will help to define the concept of reliability, based on four concepts: reality of Watzlavik, modality of Hodge and Kress, discourse of sobriety by Bill Nichols and Serge Moscovici's concept of socialrepresentations, added to these four concepts the article includes a characterization of the digital image as a visual representation of reality.

Keywords: *reliability, sobriety speech, digital image, modality, reality, social representation, visual representation*

Introducción

El presente texto tiene por objetivo exponer los conceptos teórico-metodológicos que ayuden a comprender el fenómeno de las representaciones visuales de la realidad, para definir lo que se entiende por confiabilidad en ellas. Los conceptos utilizados conforman una batería teórica, capaz de sustentar análisis posteriores de representaciones visuales de la realidad.

El artículo está dividido en cinco apartados: el primero es sobre la realidad, propuesto por Paul Watzlawik; modalidad, propuesto en la Semiótica Social de Hodge y Kress; los discursos de sobriedad delimitados por Bill Nichols; las representaciones sociales de Serge Moscovici. También se da una caracterización de la imagen digital, con el fin de ofrecer una delimitación del término de confiabilidad, que englobe consideraciones de todos los conceptos antes expuestos.

Realidad según Watzlawik

Se retoma el concepto de realidad propuesto por Paul Watzlawik en su libro titulado: ¿Es real la realidad: confusión-desinformación-comunicación? En dicho texto Watzlawik considera que, lo que llamamos realidad, es mero resultado de la comunicación. El propio autor asume esta tesis como paradójica, ya que la realidad es evidencia de que una cosa es y la comunicación es el modo de describirla o informar sobre ella. (Watzlawik 7) En ese texto demuestra dos puntos importantes: el primero se refiere a nuestra percepción de la realidad, argumentando que es ilusoria, porque constantemente la reparamos y apuntalamos, para que sea coherente con nuestro concepto de realidad, en vez de modificarlos, dadas nuestras percepciones; el segundo punto establece que no hay engaño más grande que: pensar que sólo hay una realidad. (Watzlawik 7)

Para demostrar su tesis y definir la realidad, Watzlawik se vale de tres conceptos clave: confusión, desinformación y comunicación:

a) Confusión

“Una situación o un estado de confusión puede definirse como la contraimagen de la comunicación.” (Watzlawik 13) El autor aborda la confusión desde el punto de vista de la comunicación y la plantea como una situación en la que la información que recibe el receptor, no se entiende o cambia el sentido original que el emisor pretende comunicar. Esta confusión supone una clara falta de adecuación de la realidad por parte del receptor, en quien surge la perplejidad y la incertidumbre; ya que el mensaje no se concreta, lo cual parece una acepción negativa de la confusión, pero no es así, la confusión también ofrece ventajas comunicativas, por paradójico que parezca. Esto es, que de manera natural ante una confusión, pasado el estado de perplejidad, se busca esclarecer la incertidumbre, buscar motivos, causas. Pero suceden dos cosas ante esta reacción, primero la búsqueda fracasa, no hay resultados y entonces el panorama se amplía, se comienza a ver relaciones inexistentes entre las cosas y hasta se llega a disparates; lo segundo que puede pasar es el aferrarse a la primera explicación concreta, que el confundido encuentra.

b) Desinformación

... este estado de incertidumbre puede producirse no sólo debido a fallos o a paradojas involuntarias, sino también en virtud de unos determinados experimentos, cuya finalidad es investigar el comportamiento de los organismo en búsqueda de orden. (Watzlawik 59)

Es decir, que hay casos de confusión que son generados, que no son accidentales o perturbaciones en el concepto de realidad y

donde puede que ni el orden exista; el fin es proponer un nuevo orden o bien, generar una explicación, absurda tal vez, pero que estructure y reconfigure la percepción, sin que sea discordante con el concepto de realidad. Situaciones como esas las hay a lo largo de la vida: cosas que pasan y que no tiene explicación, ya sea por la falta de experiencia o por desconocimiento, pero finalmente todas llevan a una búsqueda de organización y clarificación. En esos casos donde hay orden, el sujeto cree que hay una relación inmediata y perceptible entre su comportamiento y lo que ocurre, esta relación que el sujeto cree es llamada contingencia (Watzlawik 61), pero hay casos en los que dicha relación es verdaderamente inexistente, es decir, no contingente. Estas respuestas no relacionadas, producto de la desinformación se adhieren a la concepción de realidad del sujeto, determinando así su relación e interpretación de la misma. Se genera de ese modo la formación de reglas, quedan orden a las creencias y es en función de ellas, que se da el comportamiento con la sociedad. Estas reglas contribuyen a reforzar un concepto dado de cómo es la realidad y entender lo que percibimos en pro de dicho concepto. De ese modo emerge un gran sistema que sustenta una realidad, es decir, se generan interdependencias entre el concepto de realidad, la experiencia y la información que se posee o no.

Watzlawik plantea dos órdenes de realidades, porque si bien señala que existe una, que si es única y para todos igual, también está la otra que no es una sola sino la multiplicidad de ella. Habla entonces de dos conceptos de realidad: uno de primer orden, que se refiere a las propiedades físicas de las cosas y otro de segundo orden, que refiere a la adscripción de un sentido y desde donde se da un valor a las cosas. Es este segundo concepto el que se da en la comunicación y por tanto, en las representaciones.

c) Comunicación

En cuanto a la comunicación, Watzlawik señala varios factores que impiden o dificultan a la misma, influyendo en la realidad de segundo orden; como ya se dijo, es en la comunicación donde se configura el segundo orden de realidad referente al valor y significado asignado. Resulta tan importante la comunicación para este segundo orden de realidad, dada la semántica y lo que ocurre en ella, ya que el nombrar es una forma de ordenar, pero también de atribuir sentido y valor. (Watzlawik 163) Así es como nosotros ordenamos la realidad, en función de lo que por realidad concebimos; pero qué hay si en el fondo la realidad (la de primer orden), posee un orden que resulta inaccesible a nuestro conocimiento.

Watzlawik propone tres posibles respuestas: la primera es que el mundo no tenga orden en sí, pero la realidad entonces equivaldría a la confusión y todos seríamos esquizofrénicos; la segunda establece que la realidad tenga orden en medida que nosotros se lo otorguemos, es decir, según puntuemos las cosas y amortiguemos así el estado de desinformación, pero en ese caso, vivimos nuestras atribuciones como algo externo o ya dado, y no nos detenemos en reflexionar sobre lo que nosotros hemos construido; la tercera supone un orden creado por un ser superior, un orden en el que no tengamos influencia alguna y del cual dependemos nosotros mismos, en este último caso, la comunicación con ese dios sería la única y urgente solución. (Watzlawik 218) Generalmente nosotros nos movemos entre la segunda y tercera opción, porque es donde se logra una adecuación del ser con la realidad.

Modalidad de Hodge y Kress

La semiótica social propuesta por Robert Hodge y Gunther Kress en el libro *Social Semiotics*, retoma el problema de la realidad señalando que debe ser objeto de estudio

de cualquier semiótica, entendida como una relación semiótica-realidad.

Un concepto clave para la semiótica social, en esta relación semiótica-realidad es el de modalidad (modality), que se refiere al tipo de valor de verdad que se le puede dar a un texto en tanto propuesta. Ya Peirce apuntalaba este término y mencionaba que había tres tipos de modalidad: la actualidad, la necesidad y la posibilidad. (Hogde y Kress 26) A partir de lo propuesto por Peirce, Hodge y Kress desarrollaron toda una teoría general de la modalidad. En dicha teoría, como toda la semiótica social, trata todos los actos y procesos como procesos sociales.

Es así que la verdad (truth) y la realidad (reality), son categorías desde un punto de vista semiótico. Entendida así la modalidad, juega un papel importante en todo acto semiótico y actúa en diversos ejes, mismos que pueden aumentar dado el lenguaje a estudiar, por ejemplo: la seguridad – inseguridad, lo asertivo, la afinidad, etc. Un texto es altamente modal o bajo modal, en función de alguna de estas categorías que expresa la modalidad.

Además la modalidad dirige las construcciones sociales de sistemas de conocimiento y lo hace por medio de marcas modales, que en el caso de los lenguajes visuales son interpretadas como una secuencia de modalidades, porque en una imagen hay varias modalidades o bien una modalidad con varias categorías. Y sobre ellas descansan los prejuicios y juicios modales.

Pero no es una interpretación arbitraria, se hace mediada por la normativa de un modelo semiótico al que se pertenece socialmente y que genera tanto en el productor como el receptor, valores asumidos y modos de representación de realidad. Es decir, que al pertenecer a una sociedad se sigue cierto patrón de cómo representar la realidad, mismo que se asume y reproduce.

La modalidad está presente en todo texto, lo ordena en función de lo que se sabe ver y le atribuye valores, y relaciones del productor con el receptor. Además de que lo acerca o lo aleja de la realidad, lo legitima y lo vuelve creíble o no, aunque se aleje de los referentes. Además de expresar y condensar cuestiones axiológicas, ideológicas y de relación, la modalidad guarda una estrecha relación con el control. Lo cual resulta una obviedad, ya que si se vale de formas específicas para decir algo y hacer que sea creíble, entonces está restringiendo. Esto es un claro mecanismo de control, pero va más allá, porque en el fondo lo que la modalidad controla, es qué versión de la realidad se asume, maneja, representa y refuerza.

Discurso de sobriedad Bill Nichols

El norteamericano Bill Nichols teorizó sobre el nexo de lo real y sus representaciones visuales, específicamente en el cine, en el género del documental, mismo que de alguna manera acuñó en el libro *La representación de la realidad* (1997). En él busca, marcar las diferencias en el cine de ficción, describirlo, definirlo y estudiarlo ampliamente. Es en este texto que introduce el concepto de discurso de sobriedad, en medio de la discusión de los discursos ficcionales y no ficcionales, así como su respectiva relación con lo real.

Para Bill Nichols existen dentro de las representaciones visuales, sistemas de no ficción, lo cual entiende como discursos de sobriedad. (Nichols 32) Estos discursos son aquéllos en los que se cree ciegamente como la ciencia, economía, religión, etc. Según Nichols, estos sistemas dan por hecho su poder instrumental, refiriéndose a la capacidad y casi obligación que poseen de alterar el mundo propio; lo cual se puede notar cuando causan reacciones y alteran conductas. Ahora bien, lo que hace a los discursos de sobriedad tan poderosos o auténticos, es su efecto

moderador, es decir, el considerar su relación con lo real como directa y casi transparente. En palabras de Nichols: "Son vehículos de dominio y consciencia, poder y conocimiento, deseo y voluntad." (Nichols 32)

Podría decirse que entre otras cosas un discurso de sobriedad es un pronunciamiento serio, como las noticias por ejemplo, donde el papel de las imágenes, en tanto representaciones de la realidad, pareciera aumentar o restar esa seriedad. Ya que según señala Nichols, las imágenes fascinan o distraen según el modo en que se presenten e interpreten. Dentro de su planteamiento sobre los discursos de sobriedad, se cuestiona el nexo entre la imagen y la realidad, ya que entre las palabras y la realidad parece existente, pero con la imagen es distinto, ya que puede o no acercarse a los discursos: la relación se da por su tipo de representación social que tiene, pero también parece alejarse. Nichols señala la dependencia ideológica de las imágenes, ya que sólo lo perteneciente al imaginario puede ser percibido.

Nichols también habla de modalidad en el documental, pero no es la misma a la expuesta por Hogde y Kress, ya que el primero más bien la entiende como estrategias, convenciones y restricciones que establecen características de un texto. En este caso se refiere por modalidad a las estrategias, modos y características asumidas, que hacen que un documental, sea un documental y no una historia de Hollywood. Nichols puntualiza, que las modalidades de representación son formas básicas de organizar textos en relación con ciertos rasgos o convenciones recurrentes. Y son estos modos o modalidades, junto con la legitimación del mensaje, las que construyen un discurso de sobriedad, un discurso que se toma por serio cuando se cumple con ciertas características identificables y aprendidas, las cuales hacen que el espectador crea el mensaje y prácticamente borre la distancia

entre representación de la realidad y lo real.

Representación social de Moscovici

Al hablar de representaciones sociales, se trata de un modelo relativamente reciente de la psicología social, propuesto por un psicólogo francés de origen rumano, llamado Serge Moscovici. Este modelo se empezó a esbozar desde su obra temprana *El psicoanálisis, su imagen y su público* (Moscovici 1979), en la que comienza a introducir el término de representaciones sociales y ofrece algunas características de ellas. Posteriormente en *Social Representations: Explorations in Social Psychology* (Moscovici 2000) aborda el concepto de lleno, lo describe ampliamente y hasta propone una metodología para aplicar en el análisis psicológico de las sociedades.

“La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos.” (Moscovici 1979 17). Es así que podemos entender que la representación social es un conjunto de conocimientos y actividades, que permiten que el individuo se relacione de manera cotidiana con el mundo. Vuelve inteligible la realidad física, social y cohesiona al grupo social, ya que permiten el intercambio entre sus miembros y además logra liberar la imaginación de cada uno de ellos, porque establece la propia realidad y otras no conocidas. Hay quien pone al mismo nivel las representaciones sociales y el sentido común, ya que las representaciones sociales son una forma de reconstrucción mental de la realidad generada. En ese sentido, se parte del intercambio de información entre los miembros del grupo y es en esta especie de paradigma, que las representaciones sociales tienen que ver con la detonación de la imaginación del individuo; porque sirven de base, de punto de partida de lo que se conoce y entonces, desde ahí se buscan

nuevas posibilidades. Esto es gracias a la doble modalidad de las representaciones sociales, ya que por un lado se trata de una forma de conocimiento que reproduce las características de un objeto y por el otro, reconstruye ese conocimiento adquirido.

También respecto a las representaciones sociales, Moscovici señala que poseen unas condiciones de emergencia específicas, dimensiones propias y una dinámica particular; a continuación se explican:

a) Condiciones de emergencia de las representaciones sociales: requieren de ciertas circunstancias para poder emerger y que permiten que sean pensadas y luego constituidas; tienen su origen normalmente en crisis o conflictos. Moscovici señala que a nivel de grupo, hay tres determinadas condiciones de emergencia: dispersión de la información, focalización del sujeto individual y colectivo, y la presión a la inferencia. La dispersión de la información se refiere a que, la información que posee un individuo y a la que puede acceder suele no ser suficiente o bien estar desorganizada. La focalización se da, ya que una persona o una colectividad están implicadas en la interacción comunal, misma que conmueve los juicios y opiniones, es decir, de acuerdo a los intereses de una persona o un grupo se crea sentido de pertenencia y por lo tanto, también se da la exclusión; se genera así representaciones sociales propias de un grupo específico y excluyente de otros. Finalmente la presión a la inferencia se refiere a la presión social ejercida en el individuo, para que este ejerza determinadas opiniones, posturas y acciones, dado un hecho que afecte al grupo al que pertenece y en el que está focalizado.

b) Dimensiones de la representación social: Moscovici también llama a las representaciones sociales como universos de opinión, susceptibles de análisis y les

atribuye tres dimensiones: la información, el campo de representación y la actitud. Las dimensiones tienen que ver con la forma en cómo se organizan los conocimientos propios de un grupo, respecto a un objeto social. (Moscovici 1979 45) La dimensión de información tiene que ver con la riqueza de datos o explicaciones que el grupo tiene sobre la realidad y que, se ponen en práctica en las relaciones cotidianas de los individuos que forman un grupo específico. El campo de representación se refiere a la jerarquización como organización del contenido de una representación, esta jerarquización varía de acuerdo al grupo e incluso dependiendo del individuo.

Finalmente la actitud es la orientación, ya sea favorable o no, y en relación con la representación social; se trata de una dimensión conductual.

c) Dinámica de la representación social: Moscovici señala que durante sus investigaciones, pudo notar dos procesos básicos que explican como lo social, por lo general, transforma el conocimiento que se tiene en una representación colectiva y como esta representación se va reconfigurando así misma. Estos dos procesos son: la objetivación y el anclaje; ambos procesos resultan ser complejos, ya que en ellos se puede notar la interdependencia de lo psicológico con lo social. La objetivación se refiere a la selección y descontextualización de elementos que forman un núcleo figurativo, es decir, parte de lo abstracto hasta formar un edificio teórico esquematizado.

Por ejemplo: se van tomando imágenes conocidas que sean consistentes con una metáfora hasta acoplarlas así a un significado, en específico se toman las perlas y se aísla el concepto, para acoplarlo a la metáfora de los dientes y así se van generando estructuras. Otro ejemplo claro y que de

hecho se vuelve una estructura, es el paso o traducción del conocimiento científico a un lenguaje coloquial. Es en este proceso, donde la representación social va adquiriendo un armazón de valores. Por otro lado está el anclaje, que es cómo la representación se liga con un marco referencial del grupo al que pertenece, de tal manera que se convierte en una herramienta o instrumento para interpretar la realidad y tomar acciones sobre ella. Por lo tanto, tiene una función reguladora en la interacción colectiva dentro del universo simbólico popular.

Caracterización de la imagen digital

La imagen no es la misma desde que se incursionó en los procesos digitales, la naturaleza de la imagen cambió así como su tratamiento, interpretación, difusión y hasta lo que representa. Bajo esa condición, existe una estrecha relación entre la dimensión tecnológica y la dimensión social, cuyo resultado es tangible en cómo cambian las representaciones, lo que se representa y las atribuciones a la imagen como real, como verídica, como confiable, etc.

Específicamente en la fotografía el impacto parece ser mayor, ya que se pasó de los procesos químicos que de alguna manera parecían garantizar la relación entre referente y retratado, para ahora generar una desrealización (Henning 283). Esto refiere a una reducción de la imagen a datos numéricos, cuya implicación más importante es el hecho de abrir la posibilidad de creación, tanto de imágenes, como de espacios que fotográficamente son inexistentes. Es decir, físicamente no tienen existencia, aunque son un legado de la edición de la fotografía. La invención de espacios, si bien ya se daba en la fotografía análoga, ahora resulta sorprendente y es casi imperceptible esa condición.

Qué pasa con estas imágenes cuando de

noticias se trata. No es un secreto que ya varios fotógrafos a nivel mundial han sido despedidos por alterar las fotografías periodísticas, bajo el argumento de que estas imágenes deben ser una ventana abierta al mundo real, sin embargo, esas imágenes modificadas también son reales.

Henning supone que ante el simulacro que genera la edición de la imagen fotográfica, se podrían generar pérdidas de realidad en el sentido que, el espectador dejara de distinguir entre el mundo simulado, el hiperreal y el mundo real. (Henning 284) Se menciona incluso que esta nueva forma de hacer fotografía, podría alterar la actual percepción y el valor que se le da. Sin embargo, el valor y significado que la tecnología y las posibilidades que ofrece, va cobrando significado a manera que se le va dando un uso social. Por ejemplo, en la fotografía de modas el trucaje y retoque son bien valorados, aunque esto no sucede en el fotoperiodismo.

En ese sentido resulta que: sí hay un cambio abismal en la caracterización de la imagen análoga y digital. En la análoga la magia era ver aparecer la imagen en el papel, en la imagen digital la magia es todo aquello que se puede crear, que se puede representar, incluso sin referente y que se ve como real. Eso supone la creación de nuevas formas de representación visual de la realidad. Lo cual tiene una implicación en lo social, porque se cambia la atribución de lo real en la fotografía, por la de presunción de real, ya que pretende ser una representación de la realidad desde la parte conceptual, no necesariamente por la parte física. En consecuencia, ahora el verdadero proceso fotográfico ya no se da al obturar una cámara, sino después de hacerlo.

Confiabilidad

Y bien ¿qué es la confiabilidad entonces? De entrada podría decirse que son esa serie de estrategias, de modos, de estructuras

de ordenar una representación visual. Lo anterior, de acuerdo con una concordancia parcial o total con el concepto de realidad y las representaciones sociales que de ello derivan y que fueron ya aprendidas. Esas condiciones generan en el espectador validez, credibilidad, significado, pertenencia, identificación, al grado de considerarlas si bien, no reales si cercanas a la realidad. Eso es la confiabilidad, es decir, el ver una imagen de una modelo y estar conscientes del retoque pero no verlo, ver una imagen de una modelo dos hombros, un error muy común en las revistas y no ver los dos brazos. Esta confiabilidad tiene que ver con apreciar una imagen en el periódico y dar por hecho que: en tanto está ahí y se ve, es posible y por lo tanto, puede que eso se vea y exista en algún lugar; es este principio de presunción lo que da cercanía con la realidad. También la confiabilidad tiene que ver con expresar valores mediante la modalidad, con coincidir lo suficiente con la información ya dada, con que la imagen responda a alguna pregunta y por ende se le tome como real.

Ante la caracterización ya expuesta de la imagen digital, no es posible hablar en términos de veracidad, sino de confiabilidad de un constructo que ayuda a interpretar como real lo que en una imagen se ve, dejando de lado su carácter de representación.

En síntesis, la confiabilidad surge porque un texto es convincente, porque es aceptado por un grupo, porque genera identificación, porque es una imagen que permite cierta duda, ofrece flexibilidad, pero se presenta como información en respuesta de preguntas. Ya no se cuestiona si los medios de información manipulan o no, se sabe que eso puede pasar; los medios no buscan decir la verdad, tampoco ocultarla, sino decir algo en lo que la gente confíe y las haga sentir cómoda y entonces consume, porque la imagen es coherente con la representación social de realidad que tiene.

Es así que la confiabilidad es muy cercana a la modalidad de Hodge y Kress, a las representaciones sociales de Moscovici, al discurso de sobriedad de Nichols y se basa en una realidad como la de Watzlawik. Esa realidad ahora se representa mediante imágenes digitales y genera: estructuras de mensajes visuales capaces de alterar estructuras mentales; estructuras en el imaginario que alteran las representaciones sociales. Todo en su conjunto abre posibilidades de pensamiento y de modos de ver.

Conclusiones

Ante lo expuesto, el plano de la realidad puede parecer más simple o tal vez más complejo. Resulta que como bien señala Watzlawik, la realidad sólo es una antes de ser percibida, porque al ser procesada por cada individuo, se vuelve una multiplicidad de realidades que se generan con base a lo aprendido, a lo que se conoce y a los modos de ver y pensar previos, además de también expresarse digitalmente.

Es evidente que hay un mecanismo por el que a pesar de saber que la imagen digital se caracteriza por el retoque y trucaje, se le toma por confiable; esa confiabilidad va más allá de una manipulación o de una desinformación. Esa confiabilidad es una convención asumida así, pero poco explicada. Se sabe que eso ocurre, pero no cómo ocurre; es difícil estudiarla, sí porque es como la división de lengua y habla, el habla es cambiante, la confiabilidad también.

Pero es posible identificar sus estructuras, predecir hacia donde se dirige y así poder acceder a un imaginario donde las estructuras estén en constante cambio y la información en constante reorganización. Donde la concepción de realidad se ve alterada y cambia comportamientos, así como también la vida de las personas.

Fuentes de consulta

Dyer, Geoff. El momento interminable de la fotografía. Vol. 3. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2010. 3 vols. Impreso.

Frizot, Michel. El imaginario fotográfico. Vol. 1. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2009. 3 vols. Impreso.

Henning, Michelle. «Encuentros digitales: pasados míticos y presencia electrónica.» Lister, Martín. La imagen fotográfica en la cultura digital. Barcelona: Paidós, 1997. Impreso.

Hogde, Robert y Kress, Gunther. Social Semiotics. Ithaca: Cornell University Press, 1988. Impreso.

Kress, Gunther y Leeuwen, Theo Van. Reading images: the grammar of visual design. 2ª edición. New York: Routledge, 2006. Impreso.

Lister, Martín. La imagen fotográfica en la cultura digital. Barcelona: Paidós Multimedia, 1997. Impreso.

Moscovici, Serge. El Psicoanálisis, su imagen y su público. 2ª ed. Buenos Aires: Huemul, 1979. Impreso.

Moscovici, Serge. Social Representations: explorations in social psychology. Cambridge: Polity Press, 2000. Impreso.

Nichols, Bill. La representación de la realidad cuestiones y conceptos sobre el documental. Barcelona: Paidós Ibérica S.A., 1997. Impreso.

Paniagua Ramírez, Karla. El documental como crisol. Análisis de tres clásicos para una antropología de la imagen. México D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios en Antropología Social, 2007. Impreso.

Sontag, Susan. Sobre la fotografía. México: Ediciones Alfaguara, 2006. Impreso.

Watzlawik, Paul. ¿Es real la realidad? Confusión-desinformación-comunicación. Barcelona: Herder, 1989. Impreso.

Entretejidos.

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 1, volumen 1, No. 1, Septiembre 2014 a Marzo 2015, es una publicación electrónica semestral editada por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, S.C. con dirección en Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06040 en México D.F. Tel. (55) 57094370, www.iconos.edu.mx, entretejidos@staff.iconos.edu.mx. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes, siempre y cuando se den crédito a los autores y se licencien sus nuevas creaciones bajo condiciones idénticas y que siempre sean no comerciales. El objetivo de esta publicación es exponer los hallazgos y las perspectivas de toda la comunidad afín al espíritu y temática de esta publicación electrónica digital, orientada a difundir aportaciones de investigaciones relacionadas con la epistemología del pensamiento complejo y que reflexionen entorno a la cultura, así como con las producciones del ámbito de las tecnologías digitales, desde diferentes campos de estudio y a través de artículos originales, artículos de divulgación, revisiones críticas, estudios de casos, trabajos históricos, actualizaciones, reseñas y críticas.

Aparición: Septiembre 2014 a Marzo 2015

Año: 1

Volumen: 1

Número: 1-2014/15

ISSN: 2395-8154

Comité Editorial

Dr. Jorge Alberto Manrique (UNAM)

Dra. Julieta Haidar (ENAH)

Dr. Julio César Schara (UAQ)

Dra. Teresa Carbó (CIESAS)

Dr. Diego Lizarazo (UAM-Xochimilco)

Dra. Graciela Sánchez (UACM)

Dr. Félix Beltrán (UAM-Azcapotzalco)

Dr. Ignacio Aceves (UAM-Azcapotzalco)

Equipo Editorial

Editor en Jefe: Dr. J. Rafael Mauleón

Editores de proyectos: Mtra. Luvia Duarte.

Editor de desarrollo: Mtro. Tiberio Zepeda

Editora Web: Mtra. Roselena Vargas

Diseño Web: ICONOS Diseño

Corrección de estilo: Luis Chirinos

Relaciones Públicas: Mtro. Francisco Mitre