

## EL GIRO ICÓNICO ANTECEDENTES, ESTUDIOS DE CASOS Y PERSPECTIVAS\*

BERND ROECK  
UNIVERSITÄT ZÜRICH, SUIZA

### IMÁGENES DE LA NADA

La instalación de James Turrell, *Thought When Seen*, concebida en 1988 e instalada por última vez en 2021 en el Museo Sprengel de Hannover, puede ilustrar lo difícil que es captar las “imágenes” teóricamente.<sup>1</sup> Atraviesas a tientas un pasillo sin luz por unas cuantas esquinas y finalmente llegas a una habitación completamente oscura donde te sientas en una silla de mimbre. Sólo después de unos seis minutos se puede distinguir débilmente la propia mano; su sombra permanece, incluso si se cierran los ojos. En este *dark room*, se ve una ausencia casi total de luz y se *escucha* —a menos que haya otro público presente— un silencio total. La radicalidad con la que Turrell muestra la nada al posmodernismo tardío y revela la realidad como una construcción del pensamiento se asemeja al rechazo igualmente radical de toda objetualidad que Malévich hizo con su *Cuadrado negro*, en 1915, durante el apogeo de la vanguardia rusa: habló de él como el “icono desnudo de mi época”. Él ofrecería “lo real [*das Königliche*] en su laconismo” (Malévich, 1968: 45).

Lo que ambas obras tienen en común es que son realmente silenciosas. Su discurso nunca será descifrado del todo. Asimismo, es imposible narrarlas. Los que dicen que el *Cuadrado negro* es un cuadrado negro olvidan mencionar que sus lados no tienen exactamente la misma longitud, por lo que estrictamente hablando no es un cuadrado. Tampoco mencionan el fino craquelado que presenta el cuadro al examinarlo de cerca, y que es una peculiaridad de su materialidad. Más aún, las “imágenes” que Turrell presenta con su instalación desafían cualquier descripción verbal.

Como en estos casos, toda éfrasis tiene sus límites en las formas visibles, los colores... ¡y los vacíos! que pueden ser aprehendidos solamente con los ojos —además de los sentimientos difícilmente determinables que se desencadenan cuando se les mira—. Su examen puede basarse únicamente en las

\* Traducción directa del alemán de Gustavo Leyva.

<sup>1</sup> Sobre Turrell: Clark Lunberry, “Soliloquies of Silence: James Turrell’s Theatre of Installation”, *Mosaic: An Interdisciplinary Critical Journal*, vol. 42, 1/ Sound, part I, 2009, pp. 33-50.

referencias lingüísticas de la imagen, apenas en su presencia visual (*cf.* Boehm, 1994: 326). El intento, quizás el más ambicioso, de dejar que las imágenes hablen simplemente a través de ellas y formular así una especie de teoría de la cultura, el monumental Proyecto-Mnemosyne, de Aby Warburg, fracasó (*cf.* Haus der Kulturen der Welt, 2020). Su obra, estrecha pero enormemente densa y muy influyente, muestra las posibilidades y los límites de la interdisciplinariedad en el tratamiento de las imágenes. Entre otras cosas, integra cuestiones y métodos de la psicología, la filosofía, la historia cultural y la historia del arte, la etnología y la sociología (*cf.* Gombrich, 1970; Roeck, 1996; Hensel, 2011; Beyer, Bredekamp, Fleckner y Wolf, 2018). Su investigación práctica ejemplifica que las imágenes —como el ciclo de frescos del Palacio Schinfañoia en Ferrara— pueden ser fuentes de primer orden para las transferencias culturales a través de amplios espacios y milenios (*cf.* Warburg, 1922; Roeck, 2007).

#### SOBRE EL CONCEPTO DE IMAGEN

En el siglo XVIII, el *Diccionario Universal* de Zedler definía “imagen” como “la representación de una cosa compuesta que toca el ojo” (Zedler, 1733, Sp. 1824).<sup>2</sup> Es decisivo que una imagen siempre represente “algo más”. Por tanto, es “más” que una mera materia o un objeto de uso; condensa los pensamientos de su productor en signos —o sistemas de signos— haciéndolos así visibles y desencadenando sentimientos. Es *visible*, a diferencia, por ejemplo, de las ideas de Platón, que son inaccesibles a la percepción sensible. Incluso en el pensamiento griego, el término *εἰκών* puede significar también una alegoría o una imagen ilusoria; uno puede pensar en imágenes, hacerse una imagen, imaginarse algo. Pero siempre es cierto que ninguna imagen puede describirse completamente con palabras. Así, pues, las ciencias que se ocupan de las imágenes se refieren siempre a la visión, tanto si analizan el original de una imagen como si trabajan con imágenes, es decir, con imágenes de la imagen. No toda imagen es una obra de arte. Pero toda obra de arte puede entenderse como una imagen. Esto también se aplica a la arquitectura de todo tipo. Ella tiene siempre una dimensión semántica y al mismo tiempo “iconológica” (*cf.* Goodman, 1988: 31, 44; Erben, 2006; Führ, Friesen y Sommer, 1998; Roeck, 2004a). La catedral es una metafísica construida. Ella ofrece una imagen del cielo. Y los castillos —Versalles sería el ejemplo de todos los ejemplos— impresionan por sus propias dimensiones y ofrecen así imágenes de poder (*cf.* Völkel, 2001). Del mismo modo, los paisajes o las estructuras urbanas pueden interpretarse sociohistóricamente o sociológicamente (*cf.* Warnke, 2002). La mera presencia o ausencia de plazas en el paisaje ur-

<sup>2</sup> Los ejemplos citados están tomados del arte: “Bild, Bildniß, Ebenbild, Imago, Effigies, Statua, Image, Portrait, Statue”.

bano permite sacar conclusiones sobre las estructuras de la esfera pública. E incluso la “nada” que Turrell pone en escena ofrece una imagen, la imagen de una representación. Cualquier imagen que se muestre, surge en el cuerpo y se percibe en el cuerpo, sufriendo cambios de este modo. Aquí, en el medio corporal, toda imagen adquiere su realidad final, la única realidad aprehensible (*cfr.* Belting, 2011).

En las últimas décadas, las imágenes, en el sentido más amplio del término que acabamos de describir, se han incluido más intensamente que nunca en los análisis de una gran variedad de disciplinas, lo que probablemente se deba, entre otras cosas, a su disponibilidad casi ilimitada en la era digital. Hace tiempo que la historia del arte se interesa no sólo por los cuadros que pueden calificarse de “obras de arte”, sino también por las imágenes más allá de los museos y las galerías (*cfr.* Elkins, 1999).

En el siguiente apartado se pretende informar sobre la larga historia de los “giros visuales”, “icónicos” o “pictóricos” y mostrar, con la ayuda de ejemplos, qué cuestiones estaban en primer plano.

#### LAS APORÍAS DE LA ICONOLOGÍA

Las palabras y las imágenes son inconmensurables. Sin embargo, transmiten significados, sean cuales sean, a través de la experiencia de los sentimientos mediante la vista y el tacto (*cfr.* Alexander, 2008). En lo que respecta a las artes, los mensajes de las imágenes —esculturas, instalaciones, películas incluidas— rara vez son unívocos. Por lo tanto, quedan abiertos a interpretaciones subjetivas, posiblemente contradictorias, que pueden no tener ya mucho que ver con lo que el autor pretendía comunicar originalmente. Por supuesto, las obras de arte son casos especiales, aunque a veces son especialmente reveladoras cuando se trata, por ejemplo, de cuestiones de historia social o cultural. Además, las imágenes de todo tipo —desde escudos que crean identidad hasta mapas, caricaturas o grafitis en la pared (*cfr.* Baudrillard, 1978)— son potenciales objetos de análisis académico.

No importa si la imagen tiene un título, caracteres escritos y una firma, o se presenta sólo como color y forma. Aquí, *una vez visto, es pensado*, para ofrecer una variación del título de la instalación de Turrell. El análisis objetivo se sustrae en gran medida. La decisión de si un objeto debe entenderse como “obra de arte” corresponde, en última instancia, únicamente a quienes lo observan. Las cualificaciones correspondientes están influidas por los contextos —también se podría hablar de *passepourtouts* o marcos— en los que se encuentra o en los que se ha colocado. No sólo las imágenes enmarcan los acontecimientos (*cfr.* Butler, 2009: 10 y ss.), sino que los acontecimientos también están cargados con imágenes.

El examen científico de las imágenes seguía siendo en el siglo xx un ámbito propio de la historia del arte o de los artistas. La atención se centró en

los autores y autoras de las obras. El culto al genio y el hecho de que toda obra de arte sea tendencialmente trascendente impidieron un enfoque socio-histórico más objetivo. La filosofía de la historia y la estética de Hegel influyeron de forma decisiva en su utilización como fuente para cuestiones históricas. Él considera las obras de arte como emanaciones del espíritu en su respectiva etapa de desarrollo. En su opinión, ellas contienen el ADN de la época, por así decirlo. El arte expresa “lo divino, los intereses más profundos del ser humano, las más amplias verdades”; así, el arte es considerado por Hegel como la “revelación de la idea ética en fenómeno sensible”, la belleza es la “apariencia sensible de la idea”<sup>3</sup> (Roeck, 2004b). Una restricción que hace Hegel se pasa fácilmente por alto: su definición sólo se aplica al arte “libre”, desvinculado de los “fines finitos”. En el trasfondo de estas especulaciones siempre queda el “genio” bendecido por Dios, capaz de visiones que deben permanecer cerradas para el común de los mortales. La abstrusa construcción de Hegel tuvo una enorme influencia. Influyó en Nietzsche y Warburg, en Riegel y Wölfflin y, entre otros, en Erwin Panofsky (*cf.* Audrey, 2009 y 2012).

El método iconológico formulado por Panofsky, siguiendo las sugerencias de Warburg, distingue tres estratos de significado en una obra de arte: en primer lugar, el tema primario o natural que se presenta a la vista: objetos, personas, animales, plantas. Un segundo nivel, “el tema secundario o convencional”, corresponde a los procedimientos iconográficos tradicionales y aún practicados, cuyas raíces se encuentran en las prácticas exegéticas clásicas. Este nivel requiere el desciframiento de rompecabezas pictóricos: por ejemplo, un hombre con una cruz, estigmas y pelo castaño, con una barba y un halo, se supone que representa a Cristo; una calavera, una pompa de jabón o unas flores marchitas señalan la transitoriedad, la nada de todo lo terrenal, etcétera.

La verdadera promesa de la iconología reside en su tercer nivel. Es revelar el “contenido” propio de la obra de arte, lo que se esconde en las “profundidades” bajo su superficie. “Se aprehende identificando aquellos principios subyacentes que revelan la actitud fundamental de una nación, una época, una clase, una convicción religiosa, modificada inconscientemente por una personalidad y condensada en una sola obra” (Panofsky, 1980: 33).<sup>4</sup> El desciframiento iconológico debía hacerse por “intuición sintética” (sea lo que sea que Panofsky haya querido decir con esto). Se trataba de descubrir la “autorrevelación involuntaria e inconsciente de un comportamiento *fundamental* hacia el mundo” y de mostrar —esto era de pensamiento hegeliano— “cómo, bajo condiciones históricas cambiantes, las tendencias generales y esenciales del espíritu humano se expresan a través de ciertos temas y representaciones”.

Los autores y autoras que se refieren a la “iconología” de Panofsky en sus intentos de hacer que las imágenes sean útiles para sus preguntas, ¿saben

<sup>3</sup> Pruebas basadas en Erwin Panofsky (1980).

<sup>4</sup> Énfasis en lo siguiente: BR.

realmente qué ambiciones hipertróficas tenía su inventor cuando desarrolló su concepto? En un famoso ensayo —por el que incluso Pierre Bourdieu quedó fascinado— Panofsky quiso demostrar una especie de *Zeitgeist* escolástico, que también podía captarse en la catedral gótica, pero no fue más que un error interesante (*cfr.* Panofsky, 1951 y 1967). La tesis de Panofsky de que la “actitud suprapersonal de toda una época” puede reconstruirse a partir de “momentos estilísticos” es tan disparatada que no es necesario refutarla. El historiador Karl Lamprecht demostró cómo *no* es posible hacer tal cosa con su intento de captar las épocas culturales mediante un “habitus total” que se puede revelar, entre otras cosas, por medio de las imágenes (*cfr.* Roeck, 2004: 31-34; Chickering y Lamprecht, 2021).

#### MUNDOS DEL ARTE

A los admiradores de la iconología de Panofsky quizá se les haya escapado que, en años posteriores, el propio maestro juzgó despectivamente el concepto lleno de contenido: “Deshazte de él, ya no lo necesitamos”, con estas palabras lo cita Rosalie Green.<sup>5</sup> Obviamente, esta recomendación no se siguió. En cualquier caso, son los elaborados procedimientos de la iconografía y no el ominoso “Nivel III” de la iconología los que revelan lo que se suele entender por el significado “más profundo” de una imagen (*cfr.* Solaroli, 2015; Marin, 2001; Mitchell, 1986: 26). Si con ello se pretende describir un método que tiene en cuenta los contextos sociales, intelectuales y la historia de las mentalidades en el momento de interpretar las imágenes (o las obras de arte en general), ello no se corresponde con la terminología de Panofsky, pero sí con un uso ya establecido. En cualquier caso, los análisis iconográficos (en el sentido de la segunda etapa del esquema de Panofsky) también requieren tratar las imágenes de la misma manera que las fuentes escritas.

Una hermenéutica de la imagen que recoja los estímulos provenientes de la etnología podría, como toda hermenéutica, tomar la tensión entre la extrañeza y la familiaridad que surge al tratar con el objeto como una oportunidad para la comprensión (*cfr.* Gadamer, 1965: 279; resumen de Roeck, 2004: 71). El procedimiento requiere abordar el *medio* del que procede una imagen y al que ella se refiere: el *mundo del arte* en el sentido de Arthur C. Danto (*cfr.* Danto, 1964; Becker, 2008). Como es sabido, su estudio tiene una larga tradición que se remonta a la teoría del medio de Hippolyte Taine y a tres importantes ensayos de Jacob Burckhardt, el gran cruzador de fronteras entre la historia de la cultura y la del arte (*cfr.* Burckhardt, 2000). Hubert Janitschek, director del doctorado de Aby Warburg, también intentó situar las obras de arte en el marco de la historia social (*cfr.* Janitschek, 1879).

<sup>5</sup> Irving Lavin (1992: 33): “... deshacerse de ella, ya no la necesitamos”.

El campo de la “sociología del arte” tomó forma en la primera mitad del siglo xx. Los fundadores del discurso fueron, entre otros, Warburg, cuyo enfoque se correspondía con las tendencias holísticas de principios de siglo, Georg Simmel, Siegfried Krakauer y Arnold Hauser (*cfr.* Steuerwald, 2017). Los panoramas monumentales de este último —todo está conectado con todo— son ahora sólo historia de la ciencia.

Por supuesto, la historia social del arte no examina únicamente los objetos, sino que recurre a otras fuentes, como los contratos entre artistas y mecenas, y examina las estructuras de los talleres, las técnicas de trabajo, los salarios y los precios (*cfr.* B. Cole, 1983; Baxandall, 1980; Wackernagel, 1938; de Marchi; Marchi y Miegroet, 2006; M. Cole, 2002). Sea cual sea la naturaleza de una imagen, su tema y su forma de ejecución reflejan las condiciones de los mercados del arte. Ello habla de la posición social de los productores, de los artistas, del poder de los mecenas y de la educación de sus asesores, que a menudo tenían una influencia considerable en la iconografía de las obras.

En lo que respecta al arte moderno y contemporáneo, las estrategias de las grandes galerías, financieramente fuertes, están adquiriendo gran relevancia. Ellas y algunos críticos y expertos son decisivos para determinar la calidad de una obra y, por tanto, su precio. La historia del arte, sin embargo, se vuelve hacia el pasado, pero, al mismo tiempo, es la dueña de la eternidad, sacralizando o condenando ciertas obras, añadiéndolas a un canon o expulsándolas de él. El examen de las imágenes en sentido estricto —desde los iconos bizantinos hasta las pinturas renacentistas, pasando por las fotografías y las instalaciones de todo tipo— ha sido en gran medida su dominio.

#### PERCEPCIONES

Se ha investigado poco sobre las *sensibilidades* específicas de cada época (*cfr.* Missfelder, 2012 y 2018; Roeck, 1995 y 2001). Se trata de diferentes formas de percibir las imágenes y otras impresiones de los sentidos. La Edad Media y los primeros tiempos de la modernidad tenían, sin duda, “paisajes sonoros” diferentes a los de nuestra época y está claro que en mundos comparativamente pobres en imágenes, la impresión de un espacio pintado de forma realista o de un retrato “realista”, por ejemplo, debía ser mucho más intensa que en la época de las ilusiones 3D generadas por ordenador y de las imágenes que pueden activarse millones de veces a través de internet. El humanista Bartolomeo Fazio, por ejemplo, quedó impresionado por la construcción en perspectiva de la biblioteca en la que Antonello da Messina muestra a San Jerónimo estudiando; ante el *Retablo de Gante*, de van Eyck, un ejemplo temprano del “juego de realismo” flamenco (*cfr.* Harbison, 2012), la gente se agolpaba cuando se exponía con motivo de las fiestas (*cfr.* Baxandall, 1964; Mander, 1991: 30). Cuando se abría un altar, las imágenes abrumadoramente

realistas del interior podían tener en el público el efecto de una visión (*cf.* Schlie, 2002: 227 y s.).

Sin embargo, son muy escasas las fuentes que permiten sacar conclusiones sobre la percepción de las imágenes por parte de los hombres de la Edad Media y del inicio de la época moderna. Ocasionalmente se encuentran notas en informes de viaje o diarios (*cf.* Frangenberg, 1990). Las funciones y los efectos de las imágenes religiosas se explican en una instrucción de oración de 1454, citada a menudo, en la que se señala que los sufrimientos de Cristo son más fáciles de memorizar y recordar si uno los sitúa en la mente en lugares familiares; también hay que identificar a Cristo y a los santos con personas conocidas (*cf.* Baxandall, 2002; Lentes, 2000: 22 y s.). Los dramas espirituales siguieron estrategias similares cuando integraron en la trama acontecimientos cotidianos contemporáneos (*cf.* Zielske, 1982; Roeck, 2020: 283). Pero tales conjeturas apuntan a los efectos *previstos* de ciertas estrategias narrativas, mientras que sólo permiten conclusiones muy vagas sobre los efectos reales de las imágenes.

Si hoy en día multitudes rodean la *Mona Lisa* en el Louvre, por ejemplo, hay razones que, en el mejor de los casos, tienen que ver marginalmente con la brillantez pictórica del cuadro y la ilusión “fotográfica” que ofrece. Probablemente tenga que ver con el mito que rodea a su pintor y el secreto que parece conservar. Por cierto, no es seguro que el cuadro sea realmente de Leonardo (Lewis, 2019). Su astronómico precio lo calificó entonces como un símbolo de estatus de primer orden, que ayudó al nuevo propietario a marcar una diferencia no sólo “fina”. Aclarar cómo pudo producirse el precio sensacional —el caso de la *Salvatur mundi* es sólo un ejemplo especialmente drástico— es un reto para la investigación sociológica del arte.

#### MATERIAL

(*cf.* Bartmanski y Alexander, 2012)

La medida en que la valoración del arte ha cambiado desde el Renacimiento puede demostrarse por el cambio en la relación entre el valor material y el valor del arte. A finales de la Edad Media y en el Renacimiento, un retablo de altar tallado, posiblemente dorado, podía ser más caro que el cuadro que encerraba, incluso si era pintado por un maestro ya famoso. Los contratos de artista de principios de la época moderna prestan especial atención al costo del metal precioso y al gasto del azul ultramarino, que también es muy valioso (*cf.* Baxandall, 1988; Kubersky-Piredda, 2005). El diseño de las túnicas de las personas importantes con esos preciosos colores era algo obvio. El “ojo del periodo” del Renacimiento (Baxandall) tenía una buena mirada para semejantes acentos: quien se vestía de azul, por ejemplo, la Virgen o un gran santo, tenía que ser importante; el efecto es similar al que puede producir hoy una marca de moda pecaminosamente cara. Hoy en día, el valor del pan de

oro y plata que adorna la *Adele Bloch-Bauer* (1907), de Gustav Klimt, por ejemplo, es insignificante comparado con los 135 millones de dólares en que se valía la *Goldene Adele* —cuyo costo se alcanzó en una subasta un siglo después— (cfr. Vogel, 2006).

La comparación nos recuerda que la reconstrucción de los “mundos del arte” tiene que contar con diferentes espacios de experiencia y horizontes de expectativa del público (cfr. Koselleck, 2010). Un ejemplo espectacular de cómo, incluso hoy en día, el valor puramente material puede llegar a ser decisivo para la valoración —o al menos el protagonismo— de una obra de arte lo ofrece la escultura de una calavera de Damien Hirst, terminada en 2007 y bautizada por él como *For the Love of God*. El artista fundió en platino la cabeza de un hombre que vivió en el siglo XIX, le puso dientes nuevos y cubrió el metal con nada menos que 8 mil 601 diamantes puros. Un diamante de cincuenta quilates, el *Skull Star*, que juega con el rosa, adorna la frente. Se dice que el valor material de la escultura es de 12 millones de libras, según un informe de la BBC; los expertos lo estimaron en 7-10 millones (cfr. *BBC News Channel*, 2007). No está claro si el objeto se vendió por un múltiplo de esta suma, como se ha afirmado; parece que sigue en posesión de un grupo de inversionistas, incluido el propio artista (cfr. *Arnet News*, 2022).

#### PRODUCTORES, FIRMAS, BAZOS

Hirst declaró que se inspiró para crear su obra en una máscara azteca hecha de turquesa conservada en el Museo Británico, estableciendo así una pista para el análisis “iconológico”. Sólo el valor de las joyas cumple el único requisito de calidad indiscutible para cualquier obra de arte: originalidad.<sup>6</sup> Ninguna buena obra de arte puede ser una mera réplica de otra (a no ser que la copia contenga signos que señalen, por ejemplo, un distanciamiento crítico o irónico del original, situándolo así en nuevos contextos). El buen arte —aunque sea una visualización de la nada, como la instalación de Turrell— siempre es nuevo. Nadie antes de Damien Hirst había decorado una calavera fundida en platino real con unos cuantos miles de diamantes reales. Su propio creador realizó numerosos grabados basados en la famosa calavera: serigrafías, en cuya producción él o su taller esparcían polvo de diamante, impresiones en bloque de lámina, grabados. Sin embargo, un detalle fue decisivo para los considerables precios de las obras, que alcanzaron sumas de cinco dígitos en dólares: la firma de Hirst.

El hecho de que la gente no se limite a comprar un cuadro, sino que dé importancia a la mano del pintor —es decir, que busque adquirir “un Picasso” o incluso “un Hirst”— es una evolución cuyos inicios se sitúan en el siglo XVI. Salvo algunas excepciones, la mayoría de los pintores y escultores de

<sup>6</sup> No se quedó sin respuesta, cfr. Alberge, 2007.



principios de la Edad Moderna trabajaban como artesanos, solían estar inscritos en gremios y se sometían a sus normas. En contra de las opiniones más antiguas, su emancipación no tuvo lugar en las ciudades, sino principalmente a través de actividades en los tribunales (*cf.* Warnke, 1996).

El supuesto para los análisis sociohistóricos y luego sociológicos del arte fue su “desencanto”, al menos parcial, y la constatación de que también los artistas no son, por regla general, los videntes bendecidos por Dios, en el sentido de Hegel, que proclaman las verdades más profundas con sus obras, sino personas más o menos inteligentes, más o menos imaginativas y con un oficio más o menos grande. Lo que suelen tener en común es que quieren vender sus productos —como hizo y hace Hirst con mucho éxito— y así satisfacer las necesidades del mercado. Así, pues, la gran mayoría de los artistas de la época premoderna no pueden calificarse en absoluto de “outsiders de la sociedad” (Wittkower y Wittkower, 1969).

Los comportamientos extraños, que Margot y Rudolf Wittkower sitúan en el centro de su retrato, ya se daban ocasionalmente en el mundo del arte del Renacimiento; sin embargo, tales comportamientos eran sin duda la gran excepción en la realidad artesanal de la gran mayoría de los pintores y escultores. La mayoría de las referencias a los “tics del artista” se encuentran en la *Vite* de Vasari (Roeck, 2020: 936). Sin embargo, el autor, él mismo pintor y activo como empresario artístico, pretendía construir un estatus especial para los pintores, escultores y arquitectos de Italia, y especialmente para los de su ciudad natal, Florencia, más allá del mundo de los artesanos. Se convirtió así en un pionero del culto moderno al genio. Por cierto, los bazos o la ropa extravagante no documentaban necesariamente la proximidad del genio a la locura. También pueden ser elementos de estrategias de marketing. En el caso de la autodramatización de Salvador Dalí, el problema es más complejo. El examen de su “método paranoico-crítico” y su entusiasmo temporal por el psicoanálisis de Freud lo llevaron a obsesionarse y a evocar estados de conciencia paranoicos para obtener imágenes interiores que le permitieran crear un arte surrealista (*cf.* Finkelstein, 1975).

Por supuesto que la mirada dirigida a las necesidades de los mercados y el esfuerzo por satisfacer los deseos de los clientes se reflejaron siempre en la elección de los temas. A principios de la Edad Moderna, el artista crítico que buscaba ofrecer con sus obras un espejo de su tiempo y de la sociedad era tan raro como el tipo del hilandero. Así, por ejemplo, se conocen muy pocos cuadros que muestren declaraciones implícitas contra la guerra y la violencia (*cf.* Roeck, 2004d; Chouliaraki, 2013; Tulloch, 2012). Las imágenes de cadáveres mutilados no son, después de todo, un adorno para las residencias principescas ni para los palacios aristocráticos. La mayoría de los ejemplos de la Edad Moderna provienen del periodo de la Guerra de los Treinta Años, una muestra de la excepcional magnitud de la lucha por el poder en Europa, en cuyo transcurso fue aniquilada más de la mitad de la población de algunas regiones y ciudades.

No fue sino hasta el siglo XIX cuando las posiciones críticas se hicieron más frecuentes. Pero incluso *Los desastres de la guerra*, de Francisco de Goya,

no se publicó en vida del artista, sino apenas en 1863.<sup>7</sup> Al mismo tiempo, el nuevo medio de la fotografía comunicaba el verdadero rostro de la guerra. Los horrores de la guerra civil estadounidense y posteriormente de la Primera Guerra Mundial están documentados por una gran cantidad de fotografías. Una de las razones fue no sólo las posibilidades menos elaboradas de representar la “realidad” en comparación con la pintura, sino también el hecho de que una sociedad comparativamente abierta soportara los brutales atisbos del “rostro de la batalla” (*cf.* Keegan: 1976).

#### FOTOS-BIOGRAFÍAS

Mientras que los estudios científicos del arte tienen en cuenta los contextos y los entornos para comprender las imágenes, el interés cognitivo de otras disciplinas es el contrario cuando integran las imágenes en sus investigaciones: se trata de obtener de las cosas conocimientos para sus propias preguntas. Ellas no son la meta del conocimiento, no son el objeto que hay que explicar, sino *medios* auxiliares para comprender los hechos “más allá de las imágenes”, hechos a los que éstas se refieren. En las últimas décadas ha crecido el interés por utilizar las imágenes como fuentes, especialmente en el campo de la ciencia de la historia (*cf.* Solaroli, 2008; Paul, 2006; Bachmann-Medick, 2006; Roeck, 2003 y 2004; Bredekamp, 2004; Burke, 2001; Mitchell, 1986). Durante mucho tiempo, sirvieron principalmente como ilustraciones. Por lo tanto, eran accesorios, no fuentes por derecho propio, que proporcionaban intuiciones que no se habrían podido obtener sin ellos. En el mejor de los casos, sirvieron como pruebas adicionales para las tesis que tenían su base en el análisis de las fuentes escritas.

Para llegar a resultados viables hay que hacer por regla general casi las mismas aclaraciones que preceden a los análisis formales de las obras de arte. ¿Cuándo se creó una imagen y quién es su autor o autora? ¿En qué tradiciones formales puede situarse, qué criterios estilísticos determinan su forma y qué ideas de su autor o de su autora hablan desde ella? ¿Qué funciones tuvo, qué público encontró? ¿Y cómo juzgó este público la obra? Lo mismo ocurre con las imágenes que no se identifican como obras de arte por la contextualización, por ejemplo, las fotografías de prensa o de familia o las digitales de todo tipo. Es obvio que aquí la tarea tradicional de demostrar la autenticidad o probar la falsificación y la manipulación requiere conocimientos específicos. Se sabe que las imágenes digitales son fácilmente modificables; demostrar su manipulación es, en consecuencia, difícil (*cf.* McBride, Costello, Ambwani *et al.*, 2019:). Incluso en el caso de las fotografías, la identificación de las falsificaciones nunca ha sido fácil: consideremos el caso clásico de la

<sup>7</sup> El propio Goya llamó al ciclo “Fatales consecuencias de la sangrienta guerra en España con Buonaparte. Y otros caprichos enfáticos”.

fotografía tomada el 5 de mayo de 1920 en la que se ve a Lenin dando un discurso frente a los soldados del Ejército Rojo, con Lev Borisovich Kámenev y León Trotsky a unos pasos de él (*cf.* Waschik, 2010). Ambos cayeron en desgracia bajo el mandato de Stalin; Kámenev fue ejecutado tras un juicio amañado y Trotsky fue célebremente asesinado en México por agentes enemigos rusos. La liquidación real correspondió a la eliminación de las figuras desagradables de la foto.

Este ejemplo también toca la cuestión de la historia de las imágenes. El pasado de toda imagen comienza en el momento de su nacimiento. También las cosas tienen biografías —o, con Nietzsche o Foucault, genealogías—. En primer lugar: su materialidad sufre cambios. Una fotografía se desvanece. La estatua se convierte en un torso por medio de la destrucción; y ahora puede inspirar, por ejemplo, un poema de Rilke o una instalación moderna. El daño a una imagen sagrada la convierte en testigo de la iconoclasia. Se convierte, así, en una fuente de historia religiosa, de historia social y de historia de la mentalidad.

A veces, los tiempos también traen consigo obras de arte perdidas. Entre 2018 y 2021 se descubrió un Cupido sobrepintado en la pared del fondo de la obra de Vermeer *Muchacha leyendo una carta ante una ventana abierta* (1657/59). Ello da a la iconografía del cuadro un nuevo acento decisivo: el Cupido comenta ahora de forma llamativa la carta que la chica está estudiando, convirtiendo el cuadro en una alegoría del amor (*cf.* Koja, 2021). Y el *Cuadrado negro* de Malévich gana en craquelado y, por tanto, en historicidad. De este modo, no se queda sólo en una figura geométrica. También hay una gran diferencia entre mirar en el Louvre el original de medio milenio de la *Mona Lisa* o ver un póster del cuadro.

“Historicidad”: esto significa que los discursos se amalgaman con cada imagen. Algunas cosas se olvidan, otras permanecen. El espectro va desde las anécdotas y caricaturas hasta las críticas o incluso los informes sobre las “aventuras” que experimentaron algunos cuadros. De nuevo, la *Mona Lisa* ofrece ejemplos, empezando por las anécdotas transmitidas o inventadas por Vasari que rodean el cuadro. A lo largo de los siglos, se ha tejido una densa red de interpretaciones en torno al cuadro; entre ellas, la de Sigmund Freud es no sólo la más famosa, sino también la más absurda (*cf.* Clemenz, 2003; Roeck, 2019). Cuando fue robado del Louvre en 1911, la noticia dio la vuelta al mundo. Además, la reproductibilidad técnica del arte no ha disminuido el aura de la obra, sino que la ha aumentado. Una búsqueda en Google de la palabra clave “Mona Lisa” arroja actualmente —en abril de 2022— mil 200 millones de visitas, probablemente una cifra récord para cualquier obra de arte.

Impresionantes ejemplos de las biografías de las fotografías se ofrecen en un estudio de Eliane Kurmann, que examina tres fotografías del pasado colonial de Tanzania (*cf.* Kurmann, 2021). Un retrato tomado en 1897 de Songea Mbano, líder de los nguni en la guerra Maji-Maji contra la potencia colonial alemana (1905-1907), que en un principio estaba destinado a servir a los estu-

dios raciales y antropológicos, se convirtió —en numerosos libros de texto, folletos o también en un contexto museístico— en icono de un héroe y en un documento de la historia del camino de Tanzania hacia la independencia. También proporcionó el modelo para los monumentos o para un relieve de madera. Como en este caso, otras imágenes también se abrieron paso en la memoria colectiva (sobre el concepto, *cf.* Assmann: 1988). Kurmann muestra cómo Tanzania, con la ayuda de los *picha za zamani*, de las imágenes del pasado, se apropió de su historia y de sus metamorfosis, escribió su propia historia e insertó documentos de la dominación extranjera en su propia genealogía.

### CONTEXTOS

Un vídeo grabado antes de la subasta del *Salvator mundi* (aunque con fines publicitarios, lo que limita un poco su valor documental) indica la fascinación que el nombre “Leonardo” ejerce sobre el público contemporáneo: sin que las personas que se encontraban frente a ella se dieran cuenta, se filmaron sus reacciones ante la imagen. Algunos estaban conmovidos, tenían lágrimas en los ojos, cruzaron las manos (*cf.* Christie’s, 2017; Roeck, 2019: 367 y s.). Como todo gran arte en un mundo desencantado, el cuadro de Leonardo aparece como reliquia de un sustituto de la religión. Si en su día Bernard Berenson se arrodilló para rendir homenaje al cuadro de Botticelli *Minerva y el centauro*, redescubierto en el Palacio Pitti, probablemente en 2017 el fantástico valor del *Salvator mundi* no conmovió menos a la gente; la obra cambió de manos por más de 450 millones de dólares.

Las imágenes se mueven a lo largo del tiempo en contextos cambiantes y, por tanto, son testigos de las metamorfosis del campo cultural que las rodea (*cf.* Bourdieu, 1992). Esto también cambia sus funciones. Simples fotografías policiales de accidentes se convierten en objetos estéticos en las *Disaster Series* de Andy Warhol y encuentran su lugar en la colección de arte; una señal de tráfico abollada, originalmente una señal inequívoca, se transforma en el Museo de Arte Moderno en un elemento de una obra de arte con un título críptico *Stop Side Early Winter Glut* (1987) de Robert Rauschenberg. Y un icono bizantino, originalmente un objeto sagrado con un poder mágico, se convertirá en una mercancía en la tienda del comerciante de arte y en un símbolo de estatus en el salón de su comprador. Tal metamorfosis habría sido completamente impensable en la época en que se creó el icono. Así, su historia también apunta a un proceso de secularización que, sin embargo, está ligado a determinadas condiciones y espacios sociales. En una iglesia ortodoxa, por ejemplo, los iconos son objetos inmóviles que pretenden animar a los fieles a venerar a los personajes o a rezar. Sin embargo, tanto las fotografías de la policía, como la señal de tráfico y el icono continúan siendo, todos ellos, imágenes.

Los contextos también incluyen los discursos ya mencionados que giran en torno a las imágenes: desde la narración histórica del arte y la crítica en la sección de reportajes de un periódico hasta la etiqueta en el museo, desde las palabras del guía turístico hasta el sonido en *off* de un documental de televisión. El ensayo *Contra la interpretación* propaga una práctica que no puede llevarse a cabo en la vida real cuando la autora, Susan Sontag, exige una especie de encuentro místico con la obra de arte y, por tanto, también con las imágenes (*cfr.* Sontag, 1966). Cualquiera que se sitúe frente a las *Meninas* de Velázquez y no esté familiarizado con las interpretaciones que esta obra de “metapintura” (Stoichita: 1998) ha sufrido en las últimas décadas, verá el cuadro de forma diferente a un público imparcial o incluso ingenuo, y posiblemente también experimentará más placer al verlo.

Los “contextos” de las imágenes también están en juego en el examen de *los lugares de la memoria*. El concepto de Pierre Nora, que se practicó en las últimas décadas del siglo xx, estableció un complejo campo de investigación que ahora permite algo así como una aproximación a los “caracteres nacionales”, aunque de una manera muy diferente a la que Lamprecht tenía en mente (*cfr.* Nora, 2001; Boer, Duchhardt, Kreis y Schmale, 2012). Un vistazo al creciente número de publicaciones que desde entonces han retomado el trabajo pionero de Nora muestra la relevancia de las imágenes de todo tipo (y, por tanto, también de la hermenéutica de la imagen) en este contexto.

#### IMÁGENES COMO DOCUMENTOS DEL EGO

Las imágenes —no tiene por qué ser un cuadro de Velázquez o de Hirst— siempre han ayudado a rodear el poder o la riqueza de un bello brillo cultural (*cfr.* Ullrich, 2000). Tenían funciones similares a las de los eruditos o músicos que los príncipes renacentistas o barrocos mantenían en sus cortes o a las de las bibliotecas que adquirían, en las que muchos códices costaban el equivalente a una casa. Los recursos gastados se convirtieron así en un capital simbólico que contribuyó a marcar las mencionadas diferencias respecto a los rivales de estatus (*cfr.* Bourdieu, 1979). Los cuadros y otros accesorios podían pasar a formar parte del *habitus* de quienes los encargaban o adquirían (sobre el concepto, *cfr.* Bourdieu, 1997; Lenger, Schneickert y Schumacher, 2013).

No sólo los retratos pueden interpretarse como “documentos del ego”. Las colecciones enteras pueden hablar de las personalidades polifacéticas de los coleccionistas, mostrarse como una obra de arte total, razón esencial por la que, cuando se donan a museos públicos o se ceden en préstamo permanente, a menudo deben presentarse como un todo, aunque las obras individuales entren en contradicción con la lógica de la disposición de las demás obras. Un ejemplo actual lo ofrece la presentación de la Colección Bührle en la Kunsthaus de Zürich; entre el modernismo clásico, algunas pinturas ba-

rocas y del siglo XVIII, hay también esculturas góticas de madera, incluidas vísperas de finales de la Edad Media.

El examen de las colecciones siempre ha ofrecido la oportunidad de identificar las huellas de la cultura y el mundo social del que proceden, ya sean las colecciones de los Médici o de Rodolfo II, de Sir Hans Sloane o algunas posteriores. Especialmente si se conservan en su conjunto y en sus localidades originales, lo que es bastante raro, pueden interpretarse como testimonios únicos de un habitus social y, además, como *espejo de la época*, lo que, sin embargo, nos obliga a determinar lo que parece típico o atípico en ellas. Lo que es particular sólo puede determinarse si se conoce lo general. Sólo en este sentido, no sólo la producción de arte, sino también la creación de colecciones o museos, aparecen como aspectos de la “autobiografía de una cultura” (*cf.* Mukerjee, 1950). La Colección Frick, en el Upper East Side de Nueva York, por ejemplo, no sólo es una fuente de las ambiciones sociales de un arribista polémico por su papel en la huelga de Homestead (*cf.* Krause, 1992; Skrabec, 2010). Las interpretaciones psicologizantes pueden referirse al mismo tiempo a la interpretación de la inmersión en el arte clásico como una huida de la realidad, que siempre es obvia en la escalada del modernismo. Al menos hay que señalar que de ahí surgió una de las colecciones privadas de mayor calidad del mundo.

Asimismo, el mobiliario de la casa y en particular las imágenes, que en sentido estricto lo decoran, pueden convertirse en fuentes (*cf.* Grote, 2012). Se hacen tangibles a través de los inventarios, pero también por medio de los cuadros y las fotografías (*cf.* Mohrmann, 1996). Las imágenes se utilizaron intensamente en el debate sobre la teoría de la civilización de Elias. Los inventarios de viviendas holandeses permitieron sacar conclusiones sobre los procesos de confesionalización que se hacen tangibles, por ejemplo, a través de la ausencia de imágenes de santos, mientras que su reaparición señala un grado de secularización —por ejemplo, cuando una representación de la Virgen María se valora como una obra de arte y por lo tanto encuentra un hogar incluso en un hogar calvinista— (*cf.* Roeck, 2004c). El departamento de Alfred Pringsheim, suegro de Thomas Mann, es un buen ejemplo de cómo las tendencias culturales contemporáneas —en este caso, el espíritu renacentista en el cambio de siglo— se plasman en el mobiliario (*cf.* Kruft, 1990). Dado que sólo puede reconstruirse a través de fotografías, su análisis exige de hecho la consideración de la doble refracción de la realidad anterior: hay fotografías de Hans Thomas y Franz von Lenbach con sus referencias a “otros” y precisamente las fotografías que ofrecen “imágenes de imágenes”.

#### ASPECTOS CUANTITATIVOS

La reconstrucción de la evolución de la historia de las mentalidades tiene que trabajar siempre con inmensas fuentes de materiales de los periodos más lar-

gos posibles (*cfr.* Roeck, 2013). Las mentalidades son fenómenos de larga duración; no cambian de la noche a la mañana. Un ejemplo de cómo se puede diferenciar sociohistóricamente la secularización postulada para la época de la Ilustración es el estudio de Michel Vovelle sobre los procesos de descristianización en la provincia francesa, un caso ejemplar de historia serial de la religión (*cfr.* Vovelle, 1973). La base fue la evaluación de unos 20 mil testamentos con la mirada puesta, entre otras cosas, sobre la frecuencia de las fundaciones piadosas (*cfr.* Sorokin, 1937: 257 y ss.; Roeck, 2004: 63 y ss.).

En su monumental teoría del cambio social, el sociólogo Pitirim Sorokin (1889-1968) también tuvo en cuenta las metamorfosis de los estilos y géneros artísticos nada menos que en casi 83 mil obras de arte. También identificó las tendencias de secularización, pero también los movimientos contrarios después de la Reforma. Sin embargo, no ha hecho transparente en qué *muestras* se basan sus análisis. Sorokin distinguía entre culturas “ideales” y “sensibles” o “visuales”, así como formas mixtas; las primeras tenían una orientación metafísica y religiosa y las segundas, una mundana y sensible; creía que sus características podían encontrarse en las obras de arte, así como en los sistemas científicos y jurídicos. La obra que contiene una ingente información numérica de Sorokin apenas ha tenido acogida en la historia del arte y la cultura, pero ofrece muchos estímulos. Por ejemplo, intenta cuantificar la distribución de géneros y clases sociales en los retratos o registrar de forma más diferenciada con qué frecuencia y de qué forma se representaba la desnudez entre los siglos XIII y XX, hallazgos que son relevantes para el debate sobre la teoría de la civilización de Norbert Elias (*cfr.* Duerr, 1988/1990).

El análisis de las pinturas renacentistas cotadas de una fecha precisa también planteó la cuestión de si se podían detectar tendencias de secularización dentro de un periodo determinado. Entre 1480 y 1539, la proporción de pinturas con temas profanos aumentó del 5 al 22% (*cfr.* Burke, 1972: 152, 279). El hallazgo especifica el hecho indiscutible de que a partir del siglo XV se produjo una progresiva diferenciación de los temas pictóricos y la aparición de nuevos géneros: vistas de ciudades y paisajes autónomos, pinturas del mar, bodegones. Los retratos también se hicieron exponencialmente más frecuentes, mientras que la importancia general de los cuadros con temas religiosos disminuyó. Sorokin también aporta material que demuestra esta evolución. Se ha investigado poco sobre la exclusión de temas religiosos provenientes de las esferas sagradas y, por tanto, sobre la génesis de los espacios autónomos para el arte (Roeck, 2015).

Sin embargo, la interpretación de las cifras proporcionadas por Burke, Sorokin y otros (*cfr.* Brulez, 1961; Pigler, 1974; Montias, 1991; Woude, 1991) no es fácil. No es de extrañar que los pintores de los Países Bajos, de influencia calvinista, se decantaran por temas inocuos —a veces sólo aparentemente— de carácter profano, porque el mercado de las representaciones de santos, historias milagrosas y similares se había perdido ahí.

Otros factores entraron en juego. En los siglos XVI y XVII, las relaciones se tornaron más complejas, y ello no sólo en los mercados del arte. Una de las razones fue la Pequeña Edad de Hielo que hizo que los recursos fueran más escasos y, por tanto, más caros; otra fue la inflación alimentada por el crecimiento de la población y la afluencia de metales preciosos desde América (con los salarios reales rezagados). Ambas intensificaron la competencia (*cf.* Roeck, 2005). Más que nunca, era importante que los artistas ofrecieran algo sorprendente, incluso sensacional, para sobrevivir. Las invenciones imaginativas del arte manierista tenían uno de sus requisitos previos en estos contextos: la *Caída de los gigantes*, de Giulio Romano, en una sala del Palacio del Té, cerca de Mantua; esculturas gigantes como los *Apeninos* de Giambologna en el parque de la Villa Médicis de Prato; los retratos de Arcimboldo formados con frutas o criaturas marinas. Indirectamente, estas y otras piezas virtuosas reflejan la sensibilidad de una élite acostumbrada al arte virtuoso. Fue necesario un aumento tan grande para seguir llamando la atención. Estas obras reflejan una parte de la secularización, ya que hablan de una desinhibida lujuria por la belleza mundana, incluyendo el cuerpo desnudo en todas las posiciones posibles. Hasta el día de hoy el mercado del arte exige desafíos mediante obras que ofrezcan lo insólito a un público expuesto a una sobreabundancia de estímulos. Los cuerpos desnudos, que a veces provocaban reacciones mojigatas, hace tiempo que dejaron de suscitar una excitación similar a la del cuadro de Courbet *El origen del mundo* en el Museo de Orsay de París en 1866.

Los escenarios en los que se desenvuelven los escándalos —ya sean escenificados por Courbet, Hermann Nitsch, Tracey Emin o cualquier otro— los proporciona el mundo del arte. Este mundo del arte es, a su vez, un sismógrafo de las sociedades en las que el arte tiene su lugar y del respectivo grado de libertad que esas sociedades permiten. Proyectos como el Barómetro de la Democracia, iniciado por el Centro para la Democracia de Aarau, que estudia continuamente la calidad de las estructuras democráticas del mundo, podrían sin duda incluir provechosamente en sus análisis el ámbito del arte y, en general, de las imágenes. Hasta ahora no parece que haya sido así (*cf.* Bühlmann, Merkel, Müller *et al.*, 2012). Sin embargo, en una antología publicada en 2013, representantes de las más diversas disciplinas reflexionaron sobre la cuestión de si las obras de arte, incluidas en primer lugar las imágenes, pueden transformar la sociedad y, en particular, promover la evolución democrática y en qué medida (*cf.* Debaise, Douroux, Joschke *et al.*, 2013).

## EFFECTOS

Determinar los efectos reales de las imágenes plantea a los estudios culturales, así como a la psicología y la sociología, desafíos metódicos casi imposibles. Su determinación precisa es prácticamente imposible, sobre todo cuando se trata de reconstruir épocas pasadas para las que sólo se dispone de muy pocas



fuentes sobre percepciones y evaluaciones de imágenes. Sin embargo, se puede recordar que en la Edad Media y en el inicio de la Modernidad se atribuían efectos mágicos a las imágenes y a los signos (que también pueden entenderse como imágenes) (*cf.* Brückner, 1978). La imagen y lo representado en ellas estaban más cerca que en la Modernidad. Se podría suponer una relación metafísica entre ellos. Los iconoclastas de la época de la Reforma destruyeron las imágenes porque suponían que los fieles que se arrodillaban ante ellas no rezaban a los santos representados, a Cristo o a Dios, sino que adoraban a las imágenes mismas. Y eso alimentó la sospecha de que practicaban la idolatría (*cf.* Michalski, 1993; Scribner, 1990; Freedberg, 1989; Latour, 2002). En algunas batallas de la Edad Media, los ejércitos cristianos llevaban consigo imágenes milagrosas; insignias y banderas de guerra, imágenes que también contribuyeron —y continúan contribuyendo— a motivar para la lucha.

La cuestión de los efectos de las imágenes en relación con las estrategias de mercado ofrece un amplio campo de investigación (*cf.* Bell, Warren y Schroeder, 2013; Messaris, 1997; Santaella, Summers y Belleau, 2012; para una perspectiva histórica: Richards, 1990). Por supuesto, también hay que tener en cuenta las sensibilidades sociales específicas para que la publicidad tenga efecto (*cf.* Parry, Jones, Stern y Robinson, 2013). Las mujeres, por ejemplo, reaccionan de forma diferente a ella y a las imágenes en ella utilizadas que los hombres (*cf.* Carpinella y Bauer, 2021). Y lo que ayer era llamativo puede dejar de serlo hoy; lo que antes se consideraba una estrategia aceptable —por ejemplo, el uso de imágenes de indígenas— ahora se considera éticamente problemático (*cf.* Merskin, 2001; Green, 1993). Una cuestión tradicional de la historia del arte, a saber, la investigación de retóricas específicas de la imagen —se considera a León Battista Alberti como el primer teórico— también se ha abordado en relación con la publicidad moderna (*cf.* Scott, 1994; Schroeder, 2008; y generalmente Barthes, 1964).

En cuanto al poder de las imágenes en el proceso político, no hay que dudar de ellas, pero tampoco es posible evaluar con precisión su significado real en la abundancia de discursos (con vistas a los símbolos, *cf.* Schudson, 1989). La *teoría de flujos* (*stream theory*) de John W. Kingdon podría ofrecer un modelo para captar los efectos (*cf.* Kingdon, 1995). Describe cómo los *flujos* —discursos de todo tipo, debates, artículos de prensa, etc.— finalmente encuentran su camino en las leyes. Las imágenes no se han abordado explícitamente hasta ahora. Pero ciertamente se puede preguntar si los acontecimientos del 9 de septiembre de 2001 habrían desencadenado dos guerras si no hubiera habido la abundancia de imágenes, incluidos los vídeos de los dos jets impactando contra las torres del WTC. Tampoco cabe duda de que las imágenes de las prácticas de tortura en Abu Ghraib y Fallujah influyeron en la valoración de la guerra de Irak y en la imagen de Estados Unidos (*cf.* Solaroli, 2008; Paul, 2005). Recientemente, las imágenes de cadáveres y destrucción en Ucrania han tenido una gran influencia en la formación de la opinión pública en Occidente y, con ello, en los parlamentos.

Qué imágenes se convierten en “imágenes fundamentales” de una época, despliegan un poder icónico y se abren paso en la memoria cultural, depende de varios factores (Solalori, 2015). Por ejemplo, la significación de los acontecimientos o de las personas que las imágenes representan juega un papel importante; las cualidades estéticas son relevantes o la persona del autor o autora. El bombardeo de Guernica el 26 de abril de 1937 por parte de la Legión Cóndor no tuvo importancia para el desarrollo de la guerra civil española, por muy cínico que ello suene; sin embargo, el *Guernica* de Picasso en el Museo Reina Sofía de Madrid es la obra más destacada de un pintor excepcional, por lo que el cuadro se convirtió en un icono del siglo xx.

Algunas imágenes se convierten en iconos sólo porque son singulares (*cf.* Sturken y Cartwright, 2001: 36). La invasión normanda de Inglaterra en 1066 está ampliamente ilustrada sólo por el cómic de Bayeux. Sólo esta serie de imágenes puede adquirir por ello un poder icónico; la *Paz de Münster*, de Gerard Terborch, es la única representación conocida de un testigo presencial que guarda relación con la trascendental Paz de Westfalia. Mientras tanto, existen numerosos estudios sobre la génesis de los iconos políticos (*cf.* Bartmanski, 2012; Feldges, 2008; Gunthert, 2015).

#### FINALIZAR

Muchos de los temas que podrían etiquetarse como “ciencia de la imagen” podrían encontrar fácilmente su lugar en otras disciplinas. La investigación de las representaciones anatómicas, por ejemplo, es interesante en la historia de la medicina. Es igual de instructivo para los estudios que se preguntan por las condiciones previas a la revolución científica y por qué tuvo lugar en la Europa latina y no en China o en el mundo árabe: la calidad de las imágenes del interior de los seres humanos realizadas en Europa fue, en cualquier caso, muy superior a todas las imágenes anatómicas de otras culturas hasta el siglo xix y más allá (Roeck, 2020: 1083-1088). Otro ejemplo significativo es el estudio de los mapas, que también son objeto de exégesis en el campo de la ciencia de la imagen. Aquí se podrían plantear preguntas desde una perspectiva histórica, por ejemplo, sobre los desarrollos de la estatalidad que se hacen visibles en ellos en la época temprana de la Modernidad: ¿dónde y desde cuándo se señalan con líneas los contornos de los Estados o de las naciones posteriores? ¿Cuándo se convierten los conglomerados de derechos en Estados territoriales? (*cf.* Stercken, 2011). ¿Y los mapas que, por ejemplo, se encuentran como “imágenes dentro de imágenes” de los pintores holandeses del siglo xvii, pueden ser leídos como manifiestos patrióticos? (*cf.* Bärbel, 1986).

Los intentos de establecer una ciencia de las imágenes propiamente dicha liberaron a la imagen de sus vínculos tradicionales con la historia del arte y la estética (*cf.* Mitchell, 2008; Hombach, 2013; Seitz, Graneß y Stenger, 2011). Si hay que afirmar un “giro icónico” en las últimas décadas, ésta es

su característica más evidente. Que una disciplina que sitúa a “la imagen” en esta comprensión ampliada en el centro de su interés de conocimiento sea realizable es otra cuestión. Si ha de ser “una ciencia del ojo y de la imagen” (cfr. Boehm, 1994: 326), las exigencias de inter, trans y multidisciplinariedad serían de una diversidad casi grotesca. Al fin y al cabo, no hay casi ningún tema que no tenga que ver con las imágenes, aunque ello sea ocasionalmente. El consejo asesor de la revista digital *Image*, que se publica desde 2005, cuenta con más de medio centenar de representantes de 49 disciplinas de investigación. Las cuestiones específicas que éstas y otras disciplinas pueden plantear a las imágenes son de por sí bastante complejas. Los ejemplos de este artículo sólo pudieron insinuar eso.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alberge, Dalya (2007), “My old friend Damien stole my skull idea”, *The Times*, 27 de junio.
- Alexander, Jeffrey C. (2008), “Iconic Consciousness: the Material Feeling of Meaning”, *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 26, núm. 5, pp. 782-794.
- Alexander, Jeffrey C. y Bernd Stiegler (2008), “‘Iconic Turn’ und gesellschaftliche Reflexion”, *Trivium*, núm. 1, disponible en <http://journals.openedition.org/trivium/391>
- Arnet News (2022), “Turns Out the Diamond Skull That Damien Hirst and White Cube Said They Sold for \$100 Million in 2007 Still Belongs to Them”, *Arnet News*, January 26, disponible en <https://news.artnet.com/art-world/damien-hirst-skull-storage-2064567>
- Asmuth, Christoph (2011), *Bilder über Bilder, Bilder ohne Bilder. Eine neue Theorie der Bildlichkeit*, WBG, Darmstadt.
- Assmann, Jan (1988), “Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität”, en Ders., Hölscher, T. (eds.), *Kultur und Gedächtnis*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, pp. 9-19.
- Bachmann-Medick, Doris (2006), *Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, pp. 329-380.
- Bärbel, Hedinger (1986), *Karten in Bildern. Zur Ikonographie der Wandkarte in holländischen Interieurgemälden des 17. Jahrhunderts*, Hildesheim.
- Barthes, Roland (1964), “Rhétorique de l’image”, *Communications*, vol. 4, núm. 4, pp. 40-51.
- Bartmanski, Dominik (2012), “Inconspicuous Revolutions of 1989: Culture and Contingency in the Making of Political Icons”, en J. C. Alexander, D. Bartmanski y B. Giesen (eds.), *Iconic Power: Materiality and Meaning in Social Life*, Palgrave Macmillan, Nueva York, pp. 39-66.
- Bartmanski, Dominik y Jeffrey C. Alexander (2012), Introducción. Materiality and Meaning in Social Life: Toward an Iconic Turn in Cultural Sociology. En J. C.

- Alexander, D. Bartmanski y B. Giesen (eds.), *Iconic Power. Materiality and Meaning in Social Life*. Nueva York: Palgrave, pp. 1-12.
- Baudrillard, J. (1978), "Kool Killer ou l'insurrection par les signes", *Interférences*, vol. 3. Engl: *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, Merve, Berlín.
- Baxandall, Michael (1964), "Bartolomeus Fazius on Painting", *Journal of the Warburg and Courtauld Institutes*, vol. 27, pp. 90-107.
- \_\_\_\_\_ (1980), *The Limewood Sculptors of Renaissance Germany*, Yale UP, New Haven/Londres.
- Baxandall, Michael (1988), *Painting and Experience in Renaissance Italy. A Primer in the Social History of Pictorial Style* (1972), Oxford UP.
- BBC News Channel (2007), "Hirst unveils £50m diamond skull", *BBC News Channel*, June 01, disponible en <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/6712015.stm>
- Beatis, Antonio de (1905), *Ein Beispiel: Ludwig von Pastor, Die Reise des Kardinals Luigi d'Aragona durch Deutschland, die Niederlande, Frankreich und Oberitalien, 1517-1518*, Herder, Freiburg im Breisgau.
- Becker, Howard S. (2008), *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley.
- Bell, Emma, Samantha Warren y Jonathan E. Schroeder (eds.) (2013), *The Routledge Companion to Visual Organisation*, Routledge, Londres.
- Belting, Hans (2011), *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*, C. H. Beck, Múnich.
- Beyer, Andreas, Horst Bredekamp, Uwe Fleckner y Gerhard Wolf (eds.) (2018), *Bilderfahrzeuge. Aby Warburgs Vermächtnis und die Zukunft der Ikonologie*, Wagenbach, Berlín.
- Boehm, Gottfried (1994), "Die Bilderfrage", en G. Boehm (ed.), *Was ist ein Bild?*, Brill Fink, Múnich, pp. 325-343.
- Boer, Pim den, Heinz Duchhardt, Georg Kreis y Wolfgang Schmale (eds.) (2012), *European Places of Remembrance*, 3 vols., C. H. Beck, Múnich.
- Bourdieu, Pierre (1967), "Postface", en E. Panofsky, *Architecture gothique et pensée scolastique, précédé de l'abbé Suger de Saint-Denis*, trad. V. Pierre Bourdieu, Les Éditions de Minuit, París, pp. 135-167.
- \_\_\_\_\_ (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Les Éditions de Minuit, París.
- Bourdieu, Pierre (1992), *Les règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire*, Seuil, París.
- \_\_\_\_\_ (1997), "Zur Genese der Begriffe Habitus und Feld", en P. Bourdieu (ed.), *Der Tote packt den Lebenden*, vsa-Verlag, Hamburg.
- Bredekamp, Horst (2004), "Drehmomente. Merkmale und Ansprüche des 'iconic turn'", en H. Burda y C. Maar (eds.), *Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder*, DuMont, Köln, pp. 15-26.
- Brückner, Wolfgang (1978), "Überlegungen zur Magietheorie. Vom Zauber mit Bildern", en L. Petzold (ed.), *Magie und Religion. Beiträge zu einer Theorie der Magie*, WBG, Darmstadt pp. 404-419.
- Brulez, Wilfrid (1961), *Cultuur en getal: Aspecten van de relatie economie - maatschappij - cultuur en Europa tussen 1400 en 1800*, Nederlandse Vereniging tot beoefening van de Sociale Geschiedenis, Amsterdam.

- Bühlmann, Marc, Wolfgang Merkel, Lisa Müller, Heiko Gebler, H. y Bernhard Weßels (2012), "Demokratiebarometer: ein neues Instrument zur Messung von Demokratiequalität", en *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, vol. 6, Suppl. 1, pp. 115-159; también <https://democracybarometer.org/>
- Burke, Peter (1972), *Culture and Society in Renaissance Italy, 1420-1540*, Batsford, Londres.
- (2001), *Eyewitnessing*, Reaktion Books, Londres.
- Butler, Judith (2009), *Frames of War. When is Life Grievable?*, Verso, Londres.
- Carpinella, C. y Bauer, N. M. (2021), A visual analysis of gender stereotypes in campaign advertising. *Politics, Groups, and Identities*, vol. 9, núm. 2, pp. 369-386.
- Chickering, Roger y Karl Lamprecht (2021), *Das Leben eines deutschen Historikers (1856-1915)*, Franz Steiner (primera edición de 1993), Stuttgart.
- Chouliaraki, Lilie (2013), "The Humanity of War: Iconic Photojournalism of the Battlefield, 1914-2012", *Visual Communication*, vol. 12, núm. 3, pp. 315-340.
- Clemenz, Manfred (2003), *Freud und Leonardo. Eine Kritik psychoanalytischer Kunstinterpretation*, Brandes und Apsel, Frankfurt am Main.
- Cole, Bruce (1983), *The Renaissance Artist at Work. From Pisano to Titian*, Icon Editions/Harper & Row, Nueva York.
- Cole, Michael W. (2002), *Cellini and the Principles of Sculpture*, Cambridge UP, Cambridge.
- Cosgrove, Denis y Stephen Daniels (eds.) (1986), *The Iconography of Landscape. Essays on the Symbolic Representation, Design, and Use of Past Environments*, Cambridge UP, Cambridge.
- Cristie's (2017), "The Last da Vinci: The World is Watching" [video], disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=d7omwQLuGJQ>.
- Danto, Arthur C. (1964), "The Art World", *Journal of Philosophy*, vol. 61, pp. 571-584.
- Debaise, Didier, Xavier Douroux, Christian Joschke, Anne Pontégnie y Katrin Solhdju (eds.) (2013), *Faire art comme on fait société. Les nouveaux commanditaires*, Les presses du réel, Dijon.
- Dinzelbacher, Peter (2002), "Religiöses Erleben; Suckale, Körper - und Wirklichkeitsverständnis", en K. Schreiner (ed.), *Frömmigkeit im Mittelalter: politisch-soziale Kontexte, visuelle Praxis, körperliche Ausdrucksformen*, Múnich, pp. 299-330.
- Duerr, Hans P. (1988/1990), *Der Mythos vom Zivilisationsprozeß*, vol. 1: *Nacktheit und Scham.*, vol. 2: *Intimität*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Elkins, James (1999), *The Domain of Images*, Ithaca.
- Erben, Dietrich (2006), "Architektur als historische Anthropologie", en S. Schweizer y J. Stabenow (eds.), *Bauen als Kunst und historische Praxis*, vol. 2, Wallstein, Göttingen, pp. 461-492.
- Feldges, Benedikt (2008), *American Icons. The Genesis of a National Visual Language*, Routledge, Nueva York.
- Finkelstein, Haim (1975), "Dali's Paranoia-Criticism or the Exercise of Freedom", *Twentieth Century Literature*, vol. 21, núm. 1, Essays on Surrealism, pp. 59-71.
- François, Etienne y Hagen Schulze (eds.) (2001), *Deutsche Erinnerungsorte*, C. H. Beck, Múnich.

- Frangenberg, Thomas (1990), *Der Betrachter Studien zur florentinischen Kunstliteratur des 16. Jahrhunderts*, Gebr. Mann, Berlin.
- Freedberg, David (1989), *The Power of Images. Studies in the History and Theory of Response*, University of Chicago Press, Chicago.
- Führ, Eduard, Hans Friesen y Anette Sommer (eds.) (1998), "Architektur-Sprache", *Buchstäblichkeit, Versprachlichung, Interpretation*, Waxmann, Münster.
- Gadamer, Hans G. (1965), *Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*, 2a. ed., J. C. B. Mohr, Tübingen.
- Gombrich, Ernst H. (1970), *Aby Warburg: An Intellectual Biography*, Oxford UP.
- Goodman, Nelson (1988), "How Buildings Mean", en N. Goodman y C. Z. Elgin (comps.), *Reconceptions in Philosophy and Other Arts and Sciences*, Hackett Publishing, Indianapolis.
- Green, Michael K. (1993), "Images of Native Americans in Advertising: Some Moral Issues", *Journal of Business Ethics*, vol. 12, núm. 4, pp. 323-330.
- Grote, Andreas (ed.) (1994), *Macrocosmos in Microcosmo Die Welt in der Stube. Zur Geschichte des Sammelns, 1450 bis 1800*, Springer, Opladen.
- (ed.) (2012), *Mario Praz, La filosofia dell'arredamento. I mutamenti del gusto nella decorazione interna attraverso i secoli* (1964), Guanda, Mailand.
- Gunthert, André (2015), "Les icônes du photojournalisme, ou la narration visuelle inavouable", en D. Dubuisson y S. Raux (eds.), *À perte de vue. Les nouveaux paradigmes du visuel*, Les presses du réel, Dijon, pp. 175-184.
- Harbison, Craig (2012), *Jan van Eyck. The Play of Realism*, Reaktion Books, Londres.
- Haus der Kulturen der Welt (ed.) (2020), *Aby Warburg: Bilderatlas Mnemosyne*, Hatje Cantz, Berlin.
- Hensel, Thomas (2011), *Wie aus der Kunstgeschichte eine Bildwissenschaft wurde: Aby Warburgs Graphien*, Akademie Verlag, Berlin.
- Hombach, Klaus S. (2013), *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*, Herbert von Halem Verlag, Köln.
- Janitschek, Hubert (1879), *Die Gesellschaft der Renaissance in Italien und die Kunst*, Spemann, Stuttgart.
- Keegan, John (1976), *The Face of Battle: A Study of Agincourt, Waterloo, and the Somme*, Viking Press, Nueva York.
- Kingdon, John W. (1995), *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, Longman, Nueva York.
- Koja, Stephan (ed.) (2021), *Vermeer. Vom Innhalten*, Staatliche Kunstsammlungen Dresden, Sandstein, Dresde.
- Koselleck, Reinhart (2010), "'Erfahrungsraum' y 'Erwartungshorizont'. Zwei historische Kategorien", en R. Koselleck (ed.), *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten* (1975), Suhrkamp, Frankfurt am Main, pp. 349-375.
- Krause, Paul (1992), *The Battle For Homestead, 1880-1892: Politics, Culture, and Steel*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh.
- Kruft, Hanno-Walter (1990), "Renaissance und Renaissancismus bei Thomas Mann", en A. Buck (ed.), *Renaissance und Renaissancismus von Jacob Burckhardt bis Thomas Mann*, Niemeyer, Tübingen, pp. 89-102.

- Kubersky-Piredda, Susanne (2005), *Die Florentiner Maler der Renaissance und der Kunstmarkt ihrer Zeit*, Books on Demand, Norderstedt.
- Kurmann, Eliane (2021), *Fotogeschiedten und Geschichtsbilder. Zur Verwendung historischer Fotografien in Tansania*, Diss (pendiente de impresión), Zürich.
- Latour, Bruno (2002), "What is Iconoclasm? Or Is There a World Beyond the Image Wars?", en L. Latour y P. Weibel (eds.), *Iconoclasm. Beyond the Image Wars in Science, Religion, and Art*, MIT Press, Cambridge, pp. 14-38.
- Lavin, Irving (1992), "Iconography as a Humanistic Discipline ('Iconography at the Crossroads)", en B. Cassidy, *Iconography at the Crossroads*, Index of Christian Art Dept of Art and Archaeology Princeton University, Princeton, pp. 33-42.
- Lenger, Alexander, Christian Schneickert y Florian Schumacher (ed.) (2013), *Pierre Bourdieu's Konzeption des Habitus. Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven*, Springer vs, Wiesbaden.
- Lentes, Thomas (2000), "Auf der Suche nach dem Ort des Gedächtnisses. Thesen zur Umwertung der symbolischen Formen in Abendmahlslehre, Bildtheorie und Bildandacht des 14. - 16. Jahrhunderts", en K. Krüger y A. Nova, (eds.), *Imagination und Wirklichkeit. Zum Verhältnis von mentalen und realen Bildern in der Kunst der frühen Neuzeit*, Philipp von Zabern, Mainz, pp. 21-46.
- Lewis, Ben (2019), *The Last Leonardo. The Making of a Masterpiece*, Harpercollins, Londres.
- Malévich, Kazimir S. (1968), "Una carta de Malévich a Benois (1916)", en K. S. Malévich, X. Glowacki-Prus y T. Andersen (eds.), *Essays on Art: 1915-1933* (vol. 1), Borgen, Copenhagen, pp. 42-48.
- Mander, Carel van (1991), *Das Leben der niederländischen und deutschen Maler (von 1400 bis ca. 1615)*, trad. según la edición de 1617 y notas de Hans Floerke, Werner, Worms.
- Marchi, Neil de, y Hans J. van Miegroet (2006), "The History of Art Markets", en V. A. Ginsburgh y D. Throsby (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Elsevier, Amsterdam, pp. 69-122.
- Marin, Louis (2001), *On Representation*, Stanford UP, Stanford.
- McBride, Caitlin, Nancy Costello, Suman Ambwani, Breanne Wilhite y S. Bryn Austin (eds.) (2019), "Digital Manipulation of Images of Models' Appearance in Advertising: Strategies for Action Through Law and Corporate Social Responsibility Incentives to Protect Public Health", *American Journal of Law & Medicine*, vol. 45, núm. 1, pp. 7-31.
- Merskin, Debra (2001), "Winnebagos, Cherokees, Apaches, and Dakotas: The Persistence of Stereotyping of American Indians in American Advertising Brands", *Howard Journal of Communications*, vol. 12, núm. 3, pp. 159-169.
- Messaris, Paul (1997), *Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising*, Sage Publications, California.
- Michalski, Sergiusz (1993), *The Reformation and the Visual Arts. The Protestant Image Question in Western and Eastern Europe*, Routledge, Londres/Nueva York.
- Missfelder, Jan-Friedrich (2012), "Der ferne Klang. Kann man Alteuropa hören?", en C. Jaser, U. Lotz-Heumann y M. Pohlig (eds.), *Alteuropa - Vormoderne - Neue Zeit*.

- Epochen und Dynamiken der europäischen Geschichte (1200-1800)*, Duncker & Humblot, Berlín, pp. 313-328.
- Missfelder, Jan-Friedrich (2018), "Sounds and Silences of Reformation: Zurich, 1525-1571", en A. Mazuela-Anguila y T. Knighton (eds.), *Hearing the City in Early Modern Europe*, Brépols, Turnhout, pp. 135-144.
- Mitchell, William J. T. (1986), "The Pictorial Turn", en W. J. T. Mitchell (ed), *Picture Theory*, Chicago: University of Chicago Press, pp. 11-34.
- \_\_\_\_\_ (ed.) (2002), *Landscape and Power*, University of Chicago Press, Chicago.
- \_\_\_\_\_ (2008), *Bildtheorie* (1994), Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Mohrmann, Ruth-E. (1996), "Tischgerät und Tischsitten nach Inventaren und zeitgenössischen Bildern", en G. Wiegmann y R.-E. Mohrmann (eds.), *Nahrung und Tischkultur im Hanseraum*, Waxmann Verlag, Münster/Nueva York, pp. 167-178.
- Montias, John M. (1991), "Works of Art in Seventeenth - Century Amsterdam: An Analysis of Subjects and Attributions", en D. Freedberg y J. de Vries (eds.), *Art in history, history in art: studies in seventeenth-century Dutch culture*, Getty Center for the History of Art and the Humanities, Santa Monica, pp. 331-372.
- Mukerjee, Radhakamal (1950), *The Social Functions of Art* (1948), Hind Kitabs/Philosophical Library, Bombay/Nueva York.
- Nora, Pierre (1984-1992), *Les lieux de mémoire*, 3 vols., Gallimard, París.
- Panofsky, Erwin (1980), *Studien zur Ikonologie. Humanistic Themes in Renaissance Art*, DuMont, Colonia.
- \_\_\_\_\_ (1989), *Gotische Architektur und Scholastik. Zur Analogie von Kunst, Philosophie und Theologie im Mittelalter* (1951), DuMont, Colonia.
- Parry, Sara, Rosalind Jones, Philip Stern y Matthew Robinson (2013), "'Shockvertising': An exploratory investigation into attitudinal variations and emotional reactions to shock advertising", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 12, núm. 2, pp. 112-121, disponible en <https://doi.org/10.1002/cb.1430>
- Paul, Gerhard (2005), *Der Bilderkrieg. Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der 'Operation Irakische Freiheit'*, Wallstein Verlag, Göttingen.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Visual History. Ein Studienbuch*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Pigler, Andor (1974), *Barockthemen, Eine Auswahl von Verzeichnissen zur Ikonographie des 17. und 18. Jahrhunderts*, 3 vols., 2ª ed., Academia Húngara de Ciencias, Budapest.
- Richards, Thomas (1990), *The Commodity Culture of Victorian England: Advertising and Spectacle, 1851-1914*, Stanford UP, Stanford.
- Rieber, Audrey (2009), "Des pré-supposés philosophiques de l'iconologie: rapport de Panofsky à Kant et à Hegel", *Astérion*, vol. 6.
- \_\_\_\_\_ (2012), *Art, histoire et signification. Un essai d'épistémologie d'histoire de l'art autour de l'iconologie d'Erwin Panofsky*, Editions L'Harmattan, París.
- Roeck, Bernd (1995), "Säkularisierung als Desensibilisierung. Der Hexenwahn aus der Perspektive der Sensibilitäts-geschichte", en D. E. Bauer y S. Lorenz (eds.), *Das Ende der Hexenverfolgung*, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, pp. 169-182.



- Roeck, Bernd (1996), "Psychohistory under the Sign of Saturn. Aby Warburgs Denksystem und die moderne Kulturgeschichte", en W. Hartwig y Hans-Ulrich Wehler (eds.), *Kulturgeschichte Heute*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, pp. 231-254.
- Roeck, Bernd (2001), "Die Wahrnehmung von Symbolen in der Frühen Neuzeit. Sensibilität und Alltag in der Vormoderne", en G. Melville (ed.), *Institutionalität und Symbolisierung. Verstetigungen kultureller Ordnungsmuster in Vergangenheit und Gegenwart*, Böhlau, Köln u.a., pp. 525-539.
- \_\_\_\_\_ (2003), "¿Visual turn? Kulturgeschichte und die Bilder", *Geschichte und Gesellschaft*, vol. 29, pp. 294-315.
- \_\_\_\_\_ (2004a), "Early Modern Architecture. Conditioning, Disciplining, and Social Control", en H. Roodenburg y P. Spierenburg (eds.), *Social Control in Europe, vol. 1, 1500-1800*, Ohio State University Press, Columbus, pp. 132-142.
- \_\_\_\_\_ (2004b), *El ojo histórico. Las obras de arte como testigos de su tiempo. Del Renacimiento a la Revolución*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, pp. 17-19. (Pruebas basadas en Erwin Panofsky, *Studien zur Ikonologie. Humanistic Themes in Renaissance Art*, DuMont, Colonia, 1980.)
- \_\_\_\_\_ (2004c), "Entzauberung der Bilder? Zur Ausstattung bürgerlicher Wohnungen zwischen Renaissance und Barock", *Zeitschrift für Schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte*, vol. 61, núm. 4, pp. 205-210.
- \_\_\_\_\_ (2004d), "The Atrocities of War in Early Modern Art", en J. Canning, H. Lehmann y J. M. Winter (eds.), *Power, Violence, and Mass Death in pre-modern and modern times*, Ashgate, Aldershot, pp. 129-140.
- \_\_\_\_\_ (2005), "Renaissance - Manierismus - Barock. Sozial- und klimageschichtliche Hintergründe künstlerischer Stilveränderungen", en W. Behringer, H. Lehmann y C. Pfister (eds.), *Kulturelle Konsequenzen der "Kleinen Eiszeit"*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, pp. 323-343.
- \_\_\_\_\_ (2007), "Introduction", en H. Roodenburg (ed.), *Vol. 4: Forging European Identities, 1400-1700*, Cambridge UP, pp. 1-29.
- \_\_\_\_\_ (2013), "Images, mentalités, quantités: pour une histoire de l'art statistique", *Perspective*, vol. 1, pp. 5-7, disponible en <http://journals.openedition.org/perspective/1638>
- \_\_\_\_\_ (2015), "...die ersten Gemälde der Welt'. Über die Entzauberung des Raumes in der europäischen Renaissance", en D. Syndram, Y. Wirth y D. Zerbe (eds.), *Luther und die Fürsten. Selbstdarstellung und Selbstverständnis des Herrschers im Zeitalter der Reformation. Aufsatzband*, Sandstein, Dresden, pp. 47-63.
- \_\_\_\_\_ (2019), *Leonardo. Der Mann, der alles wissen wollte. Biographie*, C. H. Beck, Múnich.
- \_\_\_\_\_ (2020), *Der Morgen der Welt. Geschichte der Renaissance*, C. H. Beck, Múnich.
- \_\_\_\_\_ Santaella, Monica, Teresa Summers y Bonnie Belleau (2012), "Involvement in Fashion Advertising: The Role of Images", *Academy of Business Research*, vol. 2, pp. 69-80.
- Schlie, Heike (2002), *Bilder des Corpus Christi. Sakramentaler Realismus von Jan van Eyck bis Hieronymus Bosch*, Gebr. Mann Verlag, Berlín.

- Schroeder, Jonathan E. (2008), "Visual Analysis of Images in Brand Culture", en B. J. Phillips y E. McQuarrie (eds.), *Go Figure: New Directions in Advertising Rhetoric*, Cambridge UP, pp. 277-296.
- Schudson, M. (1989), "How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols", *Theory and Society*, vol. 18, núm. 2, pp. 153-180.
- Scott, Linda M. (1994), "Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric", *Journal of Consumer Research*, vol. 21, núm. 2, pp. 252-273, disponible en <https://doi.org/10.1086/209396>
- Scribner, Robert W. (ed.) (1990), *Bilder und Bildersturm im Spätmittelalter und in der frühen Neuzeit*, Harrassowitz, Wiesbaden.
- Seitz, Sergej, Anke Graneß y Georg Stenger (eds.) (2018), *Facets of Contemporary Image Theory: Intercultural and Interdisciplinary Perspectives*, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Skrabec, Quentin R. (2010), *Henry Clay Frick: The Life of the Perfect Capitalist*, McFarland & Co., Jefferson NC.
- Solaroli, Marco (2008), "Mediatized Conflicts, Performative Photographs and Contested Memory: the Abu Ghraib Scandal and the Iconic Struggle over the Meanings of the 'War on Terror'", *Global Media and Communication*, vol. 7, núm. 3, pp. 235-240.
- (2015), "Iconicity: a category for social and cultural theory", en M. Solaroli (ed.), *Simposio On Icons. Media, Visibility, Materiality, and Cultural Power, Sociologica, Italian journal of sociology online*, vol. 9, núm. 1, pp. 1-51, disponible en <https://www.rivisteweb.it/doi/10.2383/80391>
- Sontag, Susan (1966), *Against Interpretation and Other Essays*, Farrar, Straus & Giroux, Nueva York.
- Sorokin, Pitrim (1937), *Social and Cultural Dynamics, vol. I: Fluctuations and Forms of Art*, Routledge & K. Paul, Londres.
- Standiford, Les (2006), *Meet you in hell: Andrew Carnegie, Henry Clay Frick, and the bitter partnership that transformed America*, Crown, Nueva York.
- Stercken, Martina (2011), "Repräsentation, Verortung und Legitimation von Herrschaft. Karten als politische Medien im Spätmittelalter und in der Frühen Neuzeit", en I. Baumgärtner (ed.), *Wilhelm Dilich. Landtafeln hessischer Ämter zwischen Rhein und Weser 1607-1625*, Kassel Univ. Press, Kassel, pp. 37-52.
- Steuerwald, Christian (ed.) (2017), *Klassiker der Kunstsoziologie. Prominente und wegweisende Ansätze*, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Stoichita, Victor I. (1998), *Das selbstbewußte Bild: Der Ursprung der Metamalerei*, W. Fink, Múnich.
- Sturken, Marita y Lisa Cartwright (2001), *Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press, Nueva York y Oxford.
- Tulloch, John (2012), *Blood, Icons of War and Terror. Media Images in an Age of International Risk*, Routledge, Londres.
- Ullrich, Wolfgang (2000), *Mit dem Rücken zur Kunst. Die neuen Statussymbole der Macht*, Klaus Wagenbach Verlag, Berlín.

- Vogel, Carol (2006), "Lauder Pays \$135 Million, a Record, for a Klimt Portrait", *New York Times*, 19 de junio.
- Völkel, Michaela (2001), *Das Bild vom Schloß. Darstellung und Selbstdarstellung deutscher Höfe in Architekturstichserien 1600-1800*, Deutscher Kunstverlag, Múnich/Berlín.
- Vovelle, Michel (1973), *Piété baroque et déchristianisation en Provence au XVIII<sup>e</sup> siècle: les attitudes devant la mort d'après les clauses des testaments*, Plon, París.
- Wackernagel, Martin (1938), *Der Lebensraum des Künstlers in der Florentinischen Renaissance. Aufgaben und Auftraggeber, Werkstatt und Kunstmarkt*, Seemann, Leipzig.
- Warburg, Aby (1922), "Italienische Kunst und internationale (sic) Astrologie im Palazzo Schifanoja zu Ferrara", *Atti del X congresso internazionale di storia dell'arte in Roma. L'Italia e l'arte straniera*, Maglione & Strini, Roma, pp. 179-193.
- Warnke, Martin (1992), *Politische Landschaft Zur Kunstgeschichte der Natur*, Hanser, Múnich.
- (1996), *Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers*, DuMont, Colonia.
- Waschik, Klaus (2010), "Virtual Reality. Sowjetische Bild- und Zensurpolitik als Erinnerungskontrolle in den 1930er-Jahren", *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, vol. 7, H. 1, pp. 30-54, disponible en <https://zeithistorischeforschungen.de/1-2010/4745>
- Wittkower, Rudolf y Margor Wittkower (1969), *Born Under Saturn. The Character and Conduct of Artists: Documented History from Antiquity to the French Revolution*, W. W. Norton & Co., Nueva York.
- Woude, Ad van der (1991), "The volume and value of paintings in Holland at the time of the Dutch Republic", en D. Freedberg y J. de Vries (eds.), *Art in history, history in art: studies in seventeenth-century Dutch culture*, Getty Center for the History of Art and the Humanities, Santa Monica, pp. 285-329.
- Zedler, Johann H. (1733), *Grosses vollständiges Universal-Lexicon (...)*, vol. 3, J. H. Zedler, Halle/Leipzig.
- Zielske, Harald (1982), "Die Entwicklung des geistlichen und weltlichen Dramas und Theaters im Mittelalter. Propyläen Geschichte der Literatur, II", Propyläen, Berlín, pp. 414-445.