

## LA IMAGEN EN LA ERA DIGITAL



# La imagen en la era digital

## **Coordinadora**

M<sup>a</sup> Ángeles Martínez-García

## **Autores**

Claudia A. Donis

Teresa Gema Martín Casado

M<sup>a</sup> Ángeles Martínez-García

Antonio Gómez Aguilar

Santiago Prado Conde

Víctor Renobell Santaren

Marlon Mora Jiménez

Ramon Blanco-Barrera

Ana Sedeño Valdellós

Sevilla

2017

## **La imagen en la era digital**

Edita: Ediciones Egregius  
[www.egregius.es](http://www.egregius.es)

Coordinadora:

- M<sup>a</sup> Ángeles Martínez-García

Autores:

- Claudia A. Donis
- Teresa Gema Martín Casado
- M<sup>a</sup> Ángeles Martínez-García
- Antonio Gómez Aguilar
- Santiago Prado Conde
- Víctor Renobell Santaren
- Marlon Mora Jiménez
- Ramon Blanco-Barrera
- Ana Sedeño Valdellós

Maquetación y diseño: Francisco Anaya Benitez

ISBN 978-84-17270-12-4

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los resúmenes publicados en el libro, son de responsabilidad exclusiva de los autores; asimismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.





## ÍNDICE

|  |     |
|--|-----|
| <b>INTRODUCCIÓN.</b> M <sup>a</sup> Ángeles Martínez-García .....  | 9   |
| <b>CAPÍTULO I.</b> Claudia A. Donis y Teresa Gema Martín Casado.<br>Publicidad social y las relaciones de poder: Análisis comparativo<br>de representaciones del Otro en publicidad gráficas publicadas<br>en redes sociales de ONGD Norte y Sur ..... | 11  |
| <b>CAPÍTULO II.</b> M <sup>a</sup> Ángeles Martínez García.<br>La mitocrítica como propuesta de estudio de la imagen en la era digital .....   | 27  |
| <b>CAPÍTULO III.</b> Antonio Gómez Aguilar.<br>El video online: la eficacia del silencio .....   | 41  |
| <b>CAPÍTULO IV.</b> Santiago Prado Conde y Víctor Renobell Santaren.<br>El álbum familiar para (re)conocer la vida cotidiana<br>de la emigración gallega .....   | 52  |
| <b>CAPÍTULO V.</b> Marlon Mora Jiménez.<br>¿Noticias sexis? El maldito rating del amor .....   | 82  |
| <b>CAPÍTULO VI.</b> Ramon Blanco-Barrera.<br>El caso de link.art : un espacio web alternativo dedicado al mundo del arte .....   | 100 |
| <b>CAPÍTULO VII.</b> Víctor Renobell Santarén.<br>Análisis de Instagram de desde la Sociología Visual .....  | 115 |





## INTRODUCCIÓN

La relevancia que la imagen tiene en el desarrollo cultural y social del ser humano es indiscutible desde tiempos ancestrales: desde los albores de la humanidad, se crean imágenes y se decodifican imágenes.

La imagen es una construcción, es decir, se crea siempre con unas especificidades internas para ser decodificada en un sentido concreto. Se puede entender, por tanto, como un elemento independiente respecto a los objetos que representa. Una imagen no es una realidad en sí misma, sino una representación realizada mediante un lenguaje específico: el lenguaje visual. Por lo tanto, la imagen no es un reflejo de la realidad, sino una modelización de esta.

Hoy en día los seres humanos están saturados de información que llega a través de múltiples ventanas al alcance de cualquiera. La mayor parte de esa información se presenta con el formato de imagen, creando una sociedad en la que lo icónico se ha colocado por delante de lo textual.

Las propuestas que se envíen a este simposio deberán estar insertas preferiblemente en alguna de las siguientes áreas: del electorado. Incluso medios tradicionales como la televisión y prensa obtienen y divulgan noticias a partir de tweets realizados en la red por personajes políticos y de otras esferas.

- La imagen como construcción de la realidad.
- La relevancia de la imagen en la era digital.
- Relaciones texto - imagen en los medios de comunicación.
- La imagen en redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, etc.)
- Propuestas de estudio de la imagen en la era digital.

**M<sup>a</sup> Ángeles Martínez- García**  
*Universidad de Sevilla*