

RESUMEN

En este trabajo de fin de máster se aborda como objeto de investigación las iconografías de repetición que aparecen en la pantalla desde un punto de vista plástico, indagando en conceptos extraídos del periodismo, la sociología o la antropología, en una metodología que consiste en la extracción, visualización y comparación de imágenes mediáticas.

Se han estudiado los procesos reiterativos audiovisuales en los telediarios, conectándolos con la producción de imágenes en las redes sociales, como el “Selfie”.

Otra cuestión que se ha tratado es cómo el espectador asimila las iconografías de repetición, pasando a formar parte del imaginario colectivo mediante un lenguaje visual de impacto. Paralelamente se ha trazado una conexión entre la imagen mediática en televisión y aquellas iconografías que se observan en las redes sociales, estableciendo un diálogo donde las imágenes circulan de un medio a otro.

Finalmente, se ha tomado como punto conclusivo el prestigio de veracidad de la imagen mediática y cómo el clima visual intrínseco de la pantalla se convierte en un recurso discursivo para realizar una reflexión sobre los límites entre la realidad y la ficción.

Esta problemática ha sido utilizada como marco teórico para configurar una serie de trabajos plásticos que proponen una descontextualización de la imagen mediática y las iconografías de las redes sociales, para recapacitar sobre cómo los procesos de repetición configuran nuevos comportamientos frente a la imagen, la identidad y la relación con los canales de información en la época postmoderna.

Palabras clave:

Mediático, repetición, espectador, iconografía, *selfie*, red social, pantalla, televisión, proliferación, asepsia.

ABSTRACT

The matter of research of this end of Master’s project is about the replay iconography from a artistic viewpoint, delving into journalism, sociology and anthropology concepts, with a procedure mostly consisting on image extracting and comparing from the media.

It has been studied the audiovisual repeating processes in TV news, connecting them with image production on social network, with phenomena such as the “Selfie” trend.

Another question pointed out is how the spectator assimilates this replay iconography, being established as elements from the collective imaginary using an impact visual language. A connection between TV media and that social network iconography has also been traced, creating a dialog where images flow from one world to the other.

Finally, the truth fame of the media and how an environment that uses these languages creates a thought on the limit between fiction and reality is taken as conclusive point.

These kind of issues have configured a series of works that suggest the decontextualization of the media images (including social network ones) to think about how the repeating processes configure new behaviors against image, identity, and the relationship with the postmodern era information channels.

Keywords:

Media, replay, spectator, iconography, selfie, social network, screen, television, proliferation, aseptic.