

EL LEGADO DE JEAN BAUDRILLARD EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN. UNA REVISIÓN SISTEMATIZADA

THE LEGACY OF JEAN BAUDRILLARD IN THE FIELD OF COMMUNICATION. A SYSTEMATIZED REVIEW

Felipe NÚÑEZ SÁNCHEZ

Universidad Carlos III de Madrid
fnunez@hum.uc3m.es

Marcello SERRA

Universidad Carlos III de Madrid
mserra@hum.uc3m.es

Resumen: Jean Baudrillard es una referencia clásica de las reflexiones sobre los media. Sin embargo, no hay estudios recientes acerca de su influencia en la literatura contemporánea en comunicación. El presente artículo investiga el legado de la obra de Baudrillard en el área de estudios en comunicación mediante una revisión sistematizada de la literatura entre 2007, año de su muerte, y 2020. En particular, se estudia la evolución en las temáticas de los artículos y se razona sobre los autores y las obras que, dentro del área de comunicación, se vinculan en mayor medida con el pensamiento de Baudrillard. Asimismo, se reflexiona acerca de las obras del pensador francés más citadas en el corpus seleccionado. Finalmente, se ordenan las tendencias de investigación a partir de *clusters* temáticos basados en la coocurrencia de palabras clave.

Palabras clave: Baudrillard. Comunicación. Revisión sistematizada. Medios de comunicación. Teoría de la comunicación.

Abstract: Jean Baudrillard is a classic reference in the reflections on the media. However, there are no recent studies on his influence on contemporary literature in communication Studies. This article investigates the legacy of Baudrillard's work in this field through a systematised review of the literature between 2007, the year of his death, and 2020. In particular, the paper studies the evolution of the articles' subjects and argues about the authors and works that, within the field of communication, are most closely linked to Baudrillard's thought. Also, a reflection on his most cited works in the selected corpus is made. Finally, the research trends are arranged in thematic clusters based on the co-occurrence of keywords.

Keywords: Baudrillard. Communication. Systematized review. Media. Communication theory.

1. INTRODUCCIÓN

Jean Baudrillard (1929-2007) ha sido uno de los pensadores más influyentes de la segunda mitad del siglo XX. En su trayectoria intelectual, difícilmente encasillable en etiquetas académicas, es clave la reflexión sobre los medios de comunicación, llevada a cabo también en sus polémicas contribuciones periodísticas. De forma recíproca, algunos elementos de su reflexión se han incorporado al imaginario mediático, llegando a influir en películas de enorme éxito como *Matrix* o *Strange Days*.

Este interés sobre los media está presente desde los inicios de su producción académica, inicialmente influenciada por los estudios sobre la vida cotidiana del filósofo marxista Henri Lefebvre, quien fue su director de tesis, y la semiología de Roland Barthes, quien despertó su interés por la función ideológica latente de los signos en la vida social.

Como observa Luis Enrique Alonso, la primera etapa del pensamiento de Baudrillard se desarrolla en torno a un eje temático central: “el consumo como sistema dominante de objetos, signos y representaciones que absorbe y monopoliza todos los sentidos de lo social hasta reducirlos a un espejo (distorsionado) de su propia autosuficiencia” (Alonso, 2009: xvi). De hecho, sus primeras tres obras constituyen una suerte de trilogía dedicada a la cuestión del consumo, en la que juegan un papel importante las problemáticas relativas a los medios de comunicación, y en particular a la publicidad. En las palabras de Douglas Kellner, Baudrillard “concibe el consumo como un modo de ser, una forma de adquirir identidad, significado y prestigio en la sociedad contemporánea” (Kellner, 1989: 19); por ello, recurre a la semiótica para analizar cómo los objetos están codificados en un sistema de significación que, a su vez, es parte de una red de significados constituida por los medios y las sociedades del consumo contemporáneas.

Con respecto a la publicidad, ya en su primer libro, *El sistema de los objetos*, Baudrillard advertía que:

no se la podría cercenar, ni siquiera restringir a su “justa” medida (publicidad de estricta información). [...] No se encuentra presente, en absoluto, en la producción y en la práctica directa de las cosas, y sin embargo tiene cabida íntegramente en el sistema de los objetos, no sólo porque trata del consumo sino porque se convierte en objeto de consumo (Baudrillard, 1997: 186).

De esta forma, dejaba claro que la publicidad es un elemento inherente al propio sistema de los objetos.

Estas reflexiones sobre el tema de la comunicación tienen un desarrollo más acentuado en *La sociedad del consumo*, donde Baudrillard dedica un capítulo entero a la cultura mediática (Baudrillard, 2009: 113-151), analizando cómo los medios de comunicación asignan a los objetos un valor de signo, que no solo actúa como

diferenciador social, sino que representa el elemento motriz del consumo. Como resume Alonso:

el objeto que se consume en este tipo de sociedad no es el objeto por sí mismo, por su valor de uso, sino que lo es en función de un sistema de signos, que está codificado como un lenguaje y este es el que le confiere su estatus de objeto (es el valor signo). Esta sumisión del objeto al signo es el elemento central del consumo puesto que los signos se manipulan por la publicidad y tienen una coherencia lógica que es el no satisfacer nunca completamente la necesidad y dejar abierto permanentemente el deseo (Alonso, 2009: xlvi).

De esta manera, y de forma evidente en *Crítica a la economía política del signo*, Baudrillard se desliga de la perspectiva marxista. Más allá de la diáda representada por valor de uso y de cambio, emerge la centralidad de la lógica del consumo, “que es una lógica del signo y de la diferencia” (Baudrillard, 1979: 56). En ella asumen un papel clave los medios de comunicación, a los que dedica un capítulo titulado “Réquiem por los media”. Sin embargo, como observa Kellner, se trata más bien de un “réquiem para la teoría marxista de los media”, descartada en favor de una teoría social desligada de la dialéctica entre estructura y superestructura y en la que los medios tienen un papel primordial (Kellner, 1989: 66). En particular, Baudrillard achaca a las perspectivas marxistas el hecho de insistir sobre las cuestiones de la propiedad de los medios y de la naturaleza ideológica de los contenidos sin prestar atención, por otra parte, a las características propias de los medios y a la forma en la que estas pueden afectar a las relaciones sociales¹.

Al respecto, son clave las lecturas de Marshall McLuhan y Walter Benjamin. Del mediólogo canadiense, Baudrillard adopta la idea fundamental de que el medio es el mensaje o, en sus palabras, que “no es como vehículo de un contenido, [sino que] es en su forma y su operación misma como los media inducen una relación social” (Baudrillard, 1979: 201).

En lo relativo a Benjamin, es interesante observar la recuperación por parte de Baudrillard del concepto de test, formulado originariamente en el artículo sobre la obra de arte (Benjamin, 2018) con respecto a la relación entre el espectador cinematográfico y el intérprete. Benjamin afirmaba: “el público se compenetra con el actor solo en tanto que se compenetra con el aparato. Adopta la misma actitud que este: le hace pasar un test” (Benjamin, 2018: 207). Por su parte, como observa Vanni Codeluppi (2020), Baudrillard aplica este concepto a todo el sistema social y considera que en las sociedades

¹ Además, es importante observar que Baudrillard discrepa también con la idea, típica de los autores de la escuela de Frankfurt, de que los medios de comunicación serían causa de aislamiento social y alienación (Adorno y Horkheimer, 1998: 165-212). Propone, al contrario, una crítica más articulada, y observa cómo los media juegan un papel de *integración* social ofreciendo unos códigos que permiten sustituir las prácticas simbólicas tradicionales por unos rituales de consumo masivo que son, en definitiva, lo que van definiendo las identidades personales. En la visión de Baudrillard, en el mundo contemporáneo no hay una plena y activa participación en lo social. Esta se sustituye por unas experiencias sucedáneas que proporcionan un sentido de pertenencia superficial, pero vívido.

contemporáneas la gente está siempre más impelida a expresarse, en formas de elecciones binarias, a través de unas peticiones que pasan esencialmente por los medios de comunicación.

Además, y es esta una idea ya presente tanto en Benjamin como en McLuhan, Baudrillard considera que se pasaría de una comunicación de tipo *óptico*, en la que se mantiene una distancia con el objeto y se observa la presencia de un espacio de reflexión, a un modelo *háptico, táctil*, caracterizado por contactos directos e inmediatos. De esta forma, y recordando la idea mcluhaniana de los medios como extensiones de los sentidos, estos aparecen como un ambiente co-extensivo al ser humano, caracterizado por una intensidad comunicativa muy marcada y con respecto al cual Baudrillard pudo afirmar, por ejemplo, que nosotros y las pantallas interactivas formamos un circuito integrado (Baudrillard, 1991a: 65).

A partir de estas referencias, Baudrillard formula las ideas de simulacro e hiperrealidad, que, además de ser sus conceptos más conocidos, representan una etapa fundamental en la evolución de su pensamiento. Un simulacro se puede definir como una representación integralmente creada por el ser humano, y ya en el *Sistema de los objetos* Baudrillard defendía que la *techne* es capaz de culminar “en una *mimesis* y [sustituir] un mundo natural por un mundo inteligible fabricado” (Baudrillard, 1997: 63).

Esta idea será desarrollada en *El intercambio simbólico y la muerte*, donde describe por primera vez la idea de unos distintos órdenes de simulacros que se superponen “paralelamente a las mutaciones de la ley del valor” (Baudrillard, 1980: 59). Esta secuencia prevé el orden de la falsificación, dominante en el Renacimiento, el de la producción, dominante en la era industrial, y el de la simulación, propio de la época contemporánea a la publicación del libro. Más adelante, en *La transparencia del mal*, Baudrillard sumará un cuarto orden, relacionado con una fase “fractal” del valor, donde “el valor irradia en todas las direcciones, en todos los intersticios, sin referencia a nada, por pura contigüidad” (Baudrillard, 1991a: 11). Se trata, por lo tanto, de una genealogía que conduce a una condición de proliferación de signos emancipados de su referente y que no se “intercambian perfectamente entre sí sino a condición de no cambiarse ya por algo real” (Baudrillard, 1980: 12).

Para criticar esta condición de signos abstractos Baudrillard desarrolla la noción de intercambio simbólico, inspirada en las teorías de Marcel Mauss (2009) y Georges Bataille (1987). Con “simbólico” Baudrillard indica “un acto de intercambio y una relación social” (1980: 153), una comunicación o, mejor dicho, una comunión que no se puede separar de la relación entre personas y que “disuelve [...] la oposición entre lo real y lo imaginario” (1980: 153). Por esta razón se trata de algo que no depende del código y no puede ser reducida a información; al contrario, lo que abstrae de la dimensión del intercambio recíproco es una “simulación”, es decir, precisamente, la sustitución de las relaciones simbólicas por unos signos abstractos y codificados.

En *La precesión de los simulacros*, Baudrillard indica que el término “simulación” no se refiere “a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de

algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal” (Baudrillard, 2008: 9). La idea de lo hiperreal, que toma de Daniel Boorstin (1992), hace referencia a una “liquidación de todos los referentes” y a la “suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard, 2008: 11). Para ejemplificarlo, Baudrillard retoma el cuento de Borges *Del rigor en la ciencia*, en el que el escritor argentino imagina un mapa de escala 1:1; de forma análoga, en nuestra hiperrealidad “el territorio ya no precede al mapa ni le sobrevive. En adelante será el mapa el que preceda al territorio” (2008: 9). El modelo sustituye a lo real; el cine y la fotografía des-realizan la historia a través de su estetización y reescritura. De esta forma, por ejemplo, para Baudrillard la realidad de la guerra del Vietnam no es el ejemplo al que se refiere el cine para representar esos acontecimientos; al contrario, es una película como *Apocalypse Now* que se vuelve el patrón a partir del cual confrontar la historia real.

Por tanto, la realidad no desaparecería por ausencia de información, sino por su desmedida proliferación y autorreferencialidad: “vivimos en un mundo en el que la más elevada función del signo es hacer desaparecer la realidad, y enmascarar al mismo tiempo esa desaparición. El arte no hace hoy otra cosa. Los media no hacen hoy otra cosa” (Baudrillard, 2000a: 9). Estamos, como dirá el propio Baudrillard, ante el crimen perfecto:

Todos hemos engullido nuestro receptor, lo que produce intensos efectos de interferencia debidos a la excesiva proximidad de la vida y de su doble, al colapso del tiempo y la distancia. Trátese de la telepresencia, del psicodrama televisivo en directo o de la inmediatez de la información en todas las pantallas, siempre es el mismo movimiento de cortocircuito de la vida real (Baudrillard, 2000a: 19).

La distancia de los entornos anteriores se ha disipado por la ocurrencia de la pantalla total: “vídeo, pantalla interactiva, multimedia, internet, realidad virtual: la interactividad nos amenaza por todos lados. Lo que estaba separado se ha confundido en todas partes, y en todas partes se ha abolido la distancia” (Baudrillard, 2000b: 203). Para Baudrillard, las pantallas de la televisión o del ordenador —y hoy, añadimos, la del *smartphone*—, tendrían la particularidad de inducir “una especie de inmersión” (2000b: 204), tal y como se aludía anteriormente en relación con Benjamin y McLuhan. En el caso de internet, esta inmersión aparece realmente pronunciada, produciendo lo que Baudrillard llama el éxtasis de la comunicación. Al respecto, en un fragmento que remite nuevamente a la idea benjaminiana de test, Baudrillard afirma: “cualquier pregunta es asignada a una respuesta anticipada. Uno es el interrogador automático al mismo tiempo que el contestador automático de la máquina [...] Ya no hay otro enfrente, ni tampoco destino final” (2000b: 206).

Lo virtual se ha convertido en un lugar de exilio frente a la catástrofe de lo real, dirá Baudrillard en *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar* (1991b: 16), título irónico que pone el foco en el entramado mediático en torno al conflicto. El evento es transformado en un no-evento ya que acontece en primer lugar en el simulacro de los medios, que precede a la realidad. Hay una virtualización de la guerra que se adelanta a los hechos,

impuesta por una lógica de disuasión: “hoy iniciaré la guerra virtual, mañana iniciaré la guerra real” (Baudrillard, 1991b: 20).

Cómo se ha podido ver en esta breve retrospectiva, los medios de comunicación han representado un objeto fundamental del pensamiento de Baudrillard a lo largo de toda su reflexión. Tras catorce años de su fallecimiento, el desarrollo impetuoso de las redes sociales, la multiplicación de pantallas y la consecuente proliferación de signos parecerían configurar un mundo cada vez más afín a las teorías baudrillardianas. A este respecto, Serge Latouche (2019: 18-19) ha señalado la extensión de la simulación y el simulacro. Esto se aprecia, por ejemplo, en el desarrollo de una realidad virtual creada por la incesante información en las pantallas, en los videojuegos o en las redes sociales, y considerada siempre más equivalente a una realidad netamente artificial. La misma lógica, según Latouche, rige también la concepción conspiracionista del mundo, donde lo real queda oculto por los manipuladores y la “falsedad del mundo” llega incluso a justificar el atentado terrorista (2019: 19).

El año anterior a la muerte de Baudrillard, William Merrin (2006) intentó razonar de manera sistemática acerca de las formas en las que sus ideas podían ser aplicadas al estudio de los media. A día de hoy, sin embargo, no está claro en qué medida los estudiosos del campo de la comunicación las tienen presentes en sus investigaciones. En concreto, no se hallan estudios analíticos que aborden el impacto y la actual vigencia de la obra de Baudrillard en este entorno académico. Nuestro trabajo parte precisamente de esta ausencia y tiene como objetivo analizar las publicaciones académicas en el campo de la comunicación sobre Baudrillard después de su muerte, con la intención de clarificar la recepción de su legado en este ámbito de estudios.

2. METODOLOGÍA

Para dar cuenta de la recepción de la obra de Baudrillard en el campo de la comunicación hemos realizado una revisión sistematizada de la literatura científica (Grant y Booth, 2009). Para construir un corpus representativo, se ha optado por incluir los artículos indexados en el área de comunicación de las dos principales bases de datos de referencias bibliográficas mundiales: *Scopus* y *Web of Science*. Estas fuentes son las más utilizadas en los artículos de revisión de literatura y, al no contener exactamente las mismas referencias bibliográficas, su combinación es frecuente, ya que proporcionan resultados complementarios (Zhu y Liu, 2020). Procediendo de esta manera, nos hemos asegurado que los resultados arrojados en la búsqueda aseguren la recolección de los artículos más importantes en el campo de la comunicación que tratan sobre Baudrillard o utilizan su obra.

	Número de artículos
Scopus	44
Web of Science	51
Total	95
Duplicados	16
Total sin duplicados	79

Tabla 1. Número de artículos obtenidos en la búsqueda en las bases de datos *Scopus* y *Web of Science* sobre Baudrillard en el área de comunicación.

De esta forma, la ecuación de búsqueda se ha construido haciendo referencia únicamente a Baudrillard, y se ha parametrizado en título, resumen y palabras clave, excluyendo los casos donde el propio Baudrillard aparece como autor. Así, hemos obtenido todos los documentos que contenían el nombre de Baudrillard en uno de estos tres campos. En concreto, se han seleccionado todos los artículos delimitados dentro del periodo temporal entre 2007 y 2020, con formato de artículo publicado en revistas de investigación académica indexadas dentro del área de comunicación. El año de partida coincide con la muerte del autor, por lo que los datos resultantes de la etapa seleccionada serán un reflejo de cómo la teoría de Baudrillard ha sido utilizada en el campo de la comunicación después de su fallecimiento. Los datos de la búsqueda están actualizados al mes de octubre de 2021, fecha en la que se obtiene un total de 79 documentos (Tabla 1). Asimismo, se ha tomado en especial consideración el conjunto de palabras clave y su coocurrencia entre los documentos que conforman el corpus de la investigación (Van-Eck y Waltman, 2010). Estos metadatos se han importado directamente a la herramienta VOSViewer para crear un mapa de relación entre palabras clave que refleja la manera en la que estas aparecen de forma conjunta, creando estructuras conceptuales y temáticas diferenciadas.

3. RESULTADOS

A partir del análisis de este conjunto de datos se ofrece una síntesis de resultados, los cuales atienden a la distribución temporal de los trabajos obtenidos, el impacto de la literatura científica en función del número de citas y el número de firmantes. Asimismo, a partir del examen de las referencias bibliográficas resulta una relación de los autores y de la bibliografía que, de forma recurrente, se vincula en mayor medida con Baudrillard dentro del área de comunicación. De la misma forma, se aporta una lista de las obras de Baudrillard más citadas. Finalmente, se identifican las tendencias de investigación a partir de un mapa de distancia que relaciona la coocurrencia de palabras clave mediante la utilización del software *VOSviewer*.

Si analizamos la distribución temporal de la producción científica, como se observa en la figura 1, la evolución de las publicaciones manifiesta una alternancia de periodos de mayor y menor interés. En 2007 solo la revista *Game and Culture* prestó atención a la muerte de Baudrillard, dedicando una colección de ensayos breves a su vinculación con

la cultura digital y los juegos. En los años siguientes el interés por el autor francés no aumentó. De hecho, salvo un leve repunte en 2009, la tendencia fue decreciente, llegando al caso del año 2011, donde no se registró ninguna publicación. Además, en estos años aparecen unas contribuciones muy citadas y especialmente críticas con el pensamiento de Baudrillard. Por una parte, Chouliaraki (2008) le achaca un pesimismo tecnológico que conceptualiza los medios exclusivamente como dispositivos de control social, obviando su valor como herramienta capaz de fomentar vías de participación pública y acción colaborativa. Por otra, Christian Fuchs desaprueba su rechazo a la aplicación de la teoría de la producción marxista al entorno mediático (Fuchs, 2009; 2010). Sin embargo, hay que evidenciar cómo en este caso la figura de Baudrillard se utiliza como mero objetivo polémico, sin entrar en el mérito de sus reflexiones ni prácticamente aludir a su obra. En esto, Fuchs parece llevar al extremo una actitud común a otros autores marxistas, quienes, como observa William Pawlett (2007: 3), suelen omitir la discusión de las ideas baudrillardianas o presentarlas como absurdas.

A pesar de estas posturas críticas, la mayoría de la literatura científica de los primeros años analizados intenta sacar provecho de las ideas de Baudrillard, aplicándolas al análisis de novelas y películas que reflexionan sobre la centralidad de los medios en la sociedad (González, 2008; Urbina, 2010; Torregrosa y Cuevas, 2010; Campbell, 2010), al estudio de eventos mediáticos como el juicio de Michael Jackson en 2005 (Graham-Smith, 2008), a las elecciones estadounidenses de 2004 (Glynn, 2009), o a los atentados del 11-S, el “evento absoluto” (Koonin y Crystal, 2009).

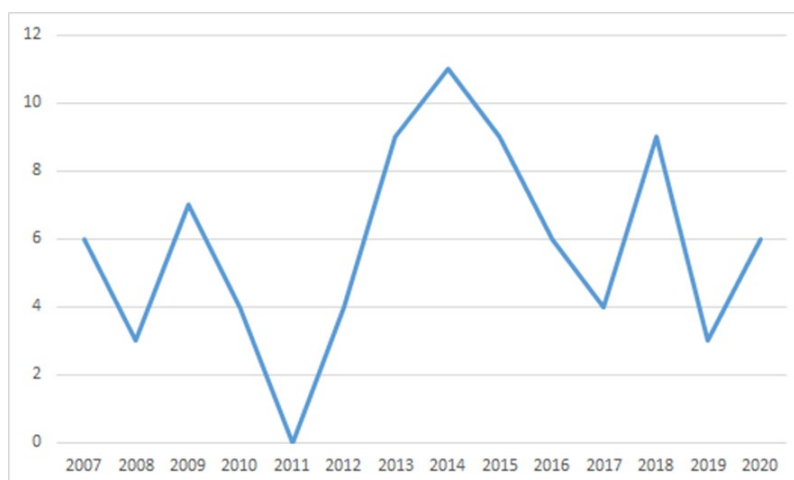


Imagen 1. Evolución temporal del número de artículos publicados por año sobre Baudrillard en el campo de la comunicación.

Después de este periodo de tendencia a la baja, a partir de 2012 el interés por Baudrillard comienza a incrementar, alcanzando la etapa de mayor producción entre los años 2013 y 2015. En este breve período, encontramos concentrada una tercera parte de los resultados, siendo el 2014, con once artículos, el momento de máxima producción científica.

En estos años destacan trabajos centrados en la revisión del pensamiento de Baudrillard. Un artículo de François Cusset titulado “Baudrillard seriously” (2012) pone en el punto de mira la recepción del pensador francés en Estados Unidos. A este le siguen otras revisiones que recorren de forma conceptual las obras del autor (Rossi Maina, 2013), contextualizan la relevancia de su pensamiento en torno a una sociedad posindustrial cada vez más proclive a regirse por el principio de simulación (Oittana, 2013) y teorizan sobre el papel del neoliberalismo como punto de ruptura crucial con el capitalismo (Gane, 2015).

Otras temáticas abordadas en estos años aluden a la problemática de internet y el ciberespacio (Olivier, 2012; De Kosnik, 2012; Benítez, 2013; Merrin, 2014), a cuestiones de publicidad y consumo (Encheva y Pedersen, 2014; Leone, 2015) o al poder de las imágenes en el entorno digital (Heydon, 2013; Turner, 2013; Gackwoski, 2013; Dabbous, 2014; Stocchetti, 2014; Webb y Williams, 2015; Borges-Rey, 2015). Además, señalamos también un ejercicio retórico-inventivo que trata de reconstruir lo que Baudrillard hubiera teorizado sobre un evento mediático como el caso Strauss-Kahn (Rubenstein, 2014).

Finalmente, en los últimos años los trabajos sobre Baudrillard en las revistas de comunicación se sitúan en un volumen de producción parecido al período inicial analizado. En este último tramo la atención se concentra en temas político-sociales y aparecen contribuciones que pretenden analizar la influencia del imaginario mediático en los movimientos migratorios (Calbay, 2016; Yaylaci y Karakus, 2016), la politización de imágenes catastrofistas (Roberts y Cremin, 2017), el terrorismo (Artrip y Debrix, 2018), la posverdad (Richmond y Porpora, 2019) o la espectacularización de la muerte y la violencia en las redes sociales (Stratton, 2020).

Título	Autor	Año	Cita
First-person shooter games as a way of connecting to people: brothers in blood	María Frostling-Henningsson	2009	185
The media as moral education: mediation and action	Lilie Chouliaraki	2008	167
News images on Instagram: the paradox of authenticity in hyperreal photo reportage	Eddy Borges-Rey	2015	64
Who can resist Foucault?	Alan Bleakley y John Bligh	2009	62
Grounding critical communication studies: An inquiry into the communication theory of Karl Marx	Christian Fuchs	2010	59
Some Theoretical Foundations of critical media Studies: Reflections on Karl Marx and the Media	Christian Fuchs	2009	57

Fighting hyperreality with hyperreality: History and death in World War II digital games	Eva Kingsepp	2007	56
Videogames as remediated memories: Commodified nostalgia and hyperreality in far cry 3: Blood dragon and gone home	Robin Sloan	2015	45
Mapping digital networks from cyberspace to Google	Eric Gordon	2007	41
Institution, technology, world: relationships between the media, culture, and society	Goran Bolin	2014	36

Tabla 2. Artículos sobre Baudrillard en el campo de la comunicación con mayor número de citas según Google Académico. Las citas están actualizadas a 27 de octubre de 2021.

Respecto a la influencia de las publicaciones, se ha atendido al número de citas proporcionadas por Google Académico para poder comparar los artículos arrojados por *Scopus* y *Web of Science*. Como cabría esperar, se observa entre los más referenciados una clara preeminencia de los artículos más antiguos; en particular, siete de los diez textos más citados se remontan al periodo entre 2007 y 2011. Dentro la temática de los artículos destacados, sobresalen las referencias a trabajos sobre videojuegos (Frostling-Henningsson, 2009; Kingsepp, 2007; Sloan, 2015). Además, algo a resaltar es que tres de los trabajos más citados mantienen una postura crítica con Baudrillard (Chouliaraki, 2008; Fuchs, 2009, 2010). Sin embargo, hay que mencionar el hecho de que las dos publicaciones de Fuchs son prácticamente idénticas y, como se ha señalado previamente, no entran en el mérito del pensamiento de Baudrillard.

En lo que respecta a las características de autoría de la literatura científica indexada en las bases de datos *Web of Science* y *Scopus*, se observa que la tendencia general es la presencia de un único firmante, algo que ocurre el 82,27 % de las veces, es decir, en 65 de los 79 casos revisados. En 13 casos, es decir, un 16,45 %, tenemos dos firmantes, mientras que sólo un artículo tiene tres, siendo este el número máximo de autores. A este respecto, la predominancia de un único autor parece indicar que los estudiosos interesados en la obra de Baudrillard se insertan en unas modalidades de trabajo próxima a las del área de humanidades, donde no es común la firma grupal, que a la de las ciencias sociales, en las que los artículos colectivos son mayoría (Delgado *et al.*, 2015).

Los artículos analizados se distribuyen en 54 revistas, de las cuales 15 reúnen al menos dos o más artículos y acumulan más de la mitad de la producción (40 de un total de 79). Sin embargo, solo tres sobrepasan los dos artículos publicados: *Cultural Politics* (7), *Games and Culture* (6) y *Continuum-Journal Of Media & Cultural Studies* (3). Además, de las dos más destacadas, solo la primera ha publicado artículos dedicados a Baudrillard de forma constante en los años, mientras que la segunda aglutina prácticamente el total de los resultados en un único número temático. En líneas generales, podemos concluir que la distribución de los artículos en el campo es bastante dispersa.

Con el objetivo de descubrir los autores más relacionados con Baudrillard, hemos analizado las bibliografías de todos los artículos del corpus, en los que destacan los nombres de McLuhan, Barthes y Slavoj Žižek (Tabla 3). En lo relativo a las obras más citadas (Tabla 4), hemos encontrado que los títulos más recurrentes son *Comprender los medios de comunicación* (1964) del propio McLuhan y *La sociedad del espectáculo* (1967) de Guy Debord.

Autor	Número total de artículos
Marshall McLuhan	16
Roland Barthes	14
Slavoj Žižek	14
Guy Debord	13
Jacques Derrida	13
Michel Foucault	11
Douglas Kellner	10
Walter Benjamin	8
Frederic Jameson	7
Manuel Castells	7
Karl Marx	7

Tabla 3. Relación de autores con más apariciones en los trabajos sobre Baudrillard en el área de comunicación

Obra más citada	Autor	Número de citas
<i>Comprender los medios de comunicación</i> (1964)	Marshall McLuhan	11
<i>La Sociedad del espectáculo</i> (1967)	Guy Debord	11
<i>Mitologías</i> (1957)	Roland Barthes	5
<i>Postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío</i> (1989)	Fredric Jameson	5
<i>La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica</i> (1936)	Walter Benjamin	5
<i>El sublime objeto de la ideología</i> (1989); <i>El espinoso sujeto</i> (1997); <i>Bienvenidos al desierto de lo real</i> (2002)	Slavoj Žižek	3

Tabla 4. Obras que no son de Baudrillard más citadas en el corpus.
Los años citados hacen referencia a la publicación original.

En la introducción ya hemos hablado acerca de la influencia de McLuhan sobre Baudrillard, que se manifestó desde sus primeras investigaciones. De hecho, en 1967, el año anterior a la aparición de *El sistema de los objetos*, Baudrillard publicó en la revista

“L’Homme et la société” una larga reseña de *Comprender los medios de comunicación* (Baudrillard, 1967). Si a esto añadimos que autores como Mike Gane (1991) y Kellner (1989) presentaron a Baudrillard al público estadounidense como una suerte de McLuhan francés, no sorprende que esta relación siga reflejándose en la bibliografía reciente.

También Barthes, como hemos visto, representa un referente intelectual fundamental para Baudrillard, quien entre 1962 y 1964 asistió al seminario del primero en la sección VI de la École Pratique des Hautes Études en París. La similitud más evidente entre los dos consiste, probablemente, en el mismo gusto por la escritura fragmentaria y distante del estilo encorsetado de la academia. Más allá de este parecido formal, sin embargo, se puede también afirmar que la obra de Barthes se pone como punto de partida de gran parte del trabajo baudrillardiano. El mismo Baudrillard declaró: “Hubo con Barthes [...] una especie de cuasi-mimetismo, de trayectoria común [...]. El sistema de objetos correspondió a el Sistema de la moda, De la seducción [...] a El discurso amoroso, y más tarde [llegó] la fotografía” (Guillaume, 2013: 43). Al respecto, como ha observado Paolo Fabbri (2018), mientras la tesis de Barthes en *Cámara lúcida* es que la fotografía es un índice de que el mundo “estuvo ahí” y se centra en el análisis de las fotos sin prestar atención a la cámara, Baudrillard se interesa precisamente en el aparato, tomando una posición en cierto sentido opuesta a la de Barthes. Además, Fabbri encuentra otro paralelismo entre el barthesiano *El imperio de los signos*, dedicado al Japón, y *América* de Baudrillard: en ambos casos se estudian los signos de las funciones de una sociedad, y el extrañamiento (Shklovski, 1978) provocado por la distancia sirve para volver a pensar la cultura francesa. Estas profundas resonancias entre los dos autores no han sido todavía estudiadas en detalle; sin embargo, lo observado anteriormente es suficiente para entender por qué Baudrillard pudo declarar que, si él había tenido un maestro, este era Barthes (Guillaume, 2013: 43).

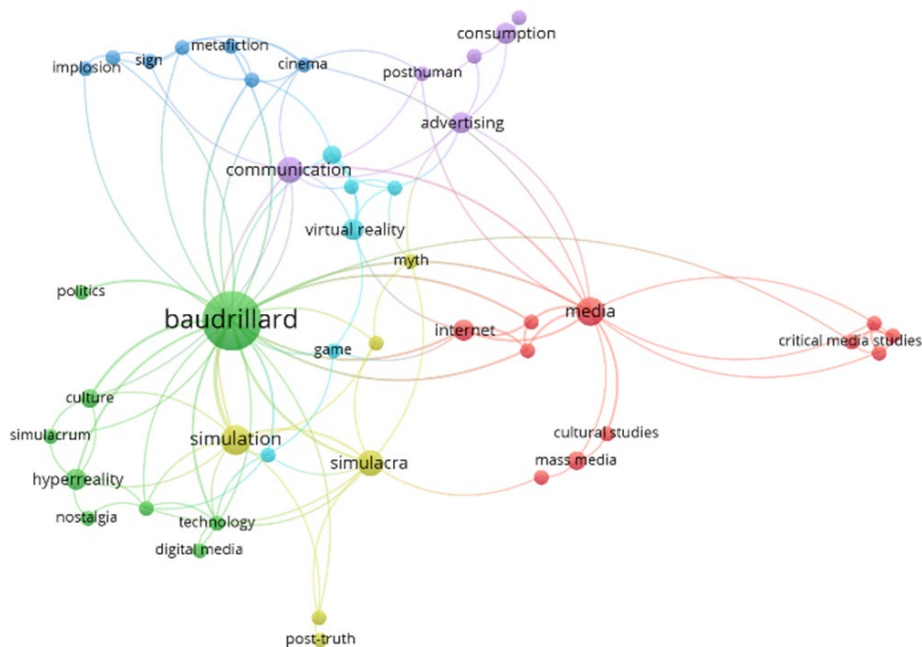
Volviendo a los resultados de la búsqueda, la presencia de *La sociedad del espectáculo* entre los libros más citados podría explicarse con la afirmación del mismo Baudrillard de que, en algún momento, había sido situacionista. La idea fundamental de Debord es que la proliferación de imágenes que ya se observaba en los años sesenta constituía un sistema de mistificación que tenía como objetivo justificar las relaciones de producción existentes. También Debord, como el primer Baudrillard, reflexiona a partir de la tradición marxista, pero un parecido más importante se puede hallar en su definición de espectáculo; este no describe “un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Debord, 2016: 38) y presenta cierta analogía con la visión baudrillardiana por la que ya no hay separación entre media y realidad. Sin embargo, Debord sigue refiriéndose a un modelo comunicativo frontal, en la que un público se encuentra delante de unas pantallas y unas mercancías; al contrario, Baudrillard, como tuvo manera de afirmar en una respuesta a un estudiante que, después de una conferencia en Madrid, le preguntaba por la sociedad del espectáculo, consideraba que “para que haya espectáculo, tiene que haber espectadores y, hoy, hacemos todos parte del espectáculo; por tanto, no hay ninguna sociedad del espectáculo” (Lozano, 2008: 11).

Finalmente, la figura de Žižek se vincula con Baudrillard por utilizar ciertas herramientas marxistas en el análisis del sistema de la comunicación de masas. Atendiendo al corpus de análisis se observa que, realmente, la relación de estos autores no está investigada y, aunque son citados juntos de forma frecuente, esto se debe a una cuestión de afinidades temáticas, y sus ideas no se presentan de forma comparativa. El único artículo que lleva a cabo esta tarea es el de Berry (2010), quien reflexiona en torno a cómo estos dos autores aplican el concepto de fetichismo de la mercancía de Marx a la crítica de los mass-media. En particular, Berry señala una importante diferencia: por un lado, observa cómo Baudrillard considera que los media extienden el fetichismo de la mercancía hasta eliminar toda oposición; por otro, apunta que, en la reflexión de Žižek, aunque los media puedan parecerse a un monstruo que devora las almas de los seres humanos, también pueden proporcionar las herramientas para su propia transformación (2010: 73).

Además, se observan también tendencias de reiteración bibliográfica en torno a la propia obra de Baudrillard (Tabla 5). En particular, dos textos destacan por encima de los demás. El más citado en absoluto es *Simulacres et Simulation*, libro en el que Baudrillard presenta su idea de la precesión de los simulacros, y que representa una referencia clave para entender las lecturas postmodernistas de su obra (Lane, 2000: 142); el segundo es *El intercambio simbólico y la muerte*, probablemente el texto de Baudrillard filosóficamente más relevante, donde se introducen los conceptos de simulación e hiperrealidad y se establece un orden genealógico de los simulacros. Con respecto al tercer texto más citado, *Simulations*, se trata de una combinación literal de partes de los dos anteriores. Se observa, por tanto, como la atención hacia Baudrillard corresponde, mayoritariamente, a un interés hacia sus reflexiones sobre los simulacros.

Aparte de esto, también es significativo el buen número de referencias a las primeras tres obras de Baudrillard, dedicadas al tema del consumo. Entre otras razones, esto se puede imputar al hecho de que se trata de sus textos más cercanos a la tradición sociológica, más respetuosos de los vínculos académicos y también, por tanto, más fácilmente encasillables. El exacto contrario se puede afirmar acerca de la vasta producción baudrillardiana de las décadas de los 80, 90 y 2000, caracterizada por una escritura “performativa”, polémica y asertiva, que resulta prácticamente ignorada en los artículos de nuestro corpus. Coherentemente con este dato, también escasas son las referencias a *La seducción*, texto del 1979 que inaugura esta fase de la obra de Baudrillard y presenta por primera vez uno de los conceptos que la caracterizan, el de seducción, precisamente, que sustituye en su reflexión al de intercambio simbólico.

Tabla 5. Obras de Baudrillard más citadas dentro del corpus.



Existe, en primera instancia, un carácter atomizado del mapa, debido a la disparidad de temas sobre los que se puede trabajar a partir de los conceptos baudrillardianos, y reforzado por el propio carácter fragmentario del autor y su capacidad transdisciplinar para moverse en distintas áreas de conocimiento. No obstante, es posible, como se muestra a partir del mapa, identificar unos grupos temáticos que ayudan a explicar mejor las distintas tendencias teóricas.

Para determinar el número de *clusters* en los que se distribuyen estas palabras se han ejecutado diferentes pruebas (Van-Eck y Waltman, 2010: 528), considerando finalmente que el tamaño mínimo de los grupos temáticos no fuera inferior a cinco palabras clave, obteniéndose así seis *clusters* temáticos (Tabla 6).

Cluster	Palabras clave
Cluster 1	critical media studies, critical media theory, cultural studies, image, internet, Habermas, Marx, McLuhan, mass media, media, philosophy of communication
Cluster 2	Baudrillard, culture, digital media, hyperreality, nostalgia, politics, simulacrum, technology, videogame
Cluster 3	cinema, implosion, metafiction, representation, sign, television, terrorism
Cluster 4	cyberspace, everyday life, game, play, social media, virtual reality
Cluster 5	hyperreal, myth, post-truth, simulacra, simulation, truth
Cluster 6	advertising, communication, consumption, gender, posthuman, spectacle

Tabla 6. *Clusters* temáticos que agrupan las palabras clave con mayor presencia.

Respecto a la distribución posicional de los términos, resulta coherente que, tratándose de una revisión bibliográfica sobre Baudrillard, sea el nombre del autor el que se encuentre en el centro del mapa bibliométrico, representando el nodo de mayor tamaño y número de conexiones. En torno a él se distribuyen los siguientes grupos temáticos:

En el *cluster* 1 se hace referencia al conglomerado de términos que combina aspectos teóricos en torno a la comunicación y los media, junto con nombres de autores relacionados. Destacan aquí los enfoques relacionados con la teoría crítica (Duarte, 2017; Bleakley y Bligh, 2009) y reflexiones en torno a la posmodernidad (Tereschenko y Liberman, 2016). Con respecto a los autores vinculados a Baudrillard, se distinguen tres nombres: en primer lugar, el de Marx, resultante de la posición crítica, aunque no argumentada, de Fuchs (2009, 2010). Seguidamente, encontramos a McLuhan, clave en la lectura de Mayorá (2015) en torno a la cultura pop actual. En tercer lugar, aparece la figura de Jürgen Habermas, procedente del debate en torno a la calificación de los medios de comunicación como el espacio público de las sociedades democráticas actuales (Ibáñez *et al.*, 2013). Asimismo, podemos encontrar un trabajo que presenta a McLuhan, Habermas y Baudrillard como teóricos fundamentales de la relación entre medios y

sociedad, e intenta aclarar si, tras el desarrollo de internet, sus tesis permanecen vigentes o, si, por el contrario, es necesaria una revisión de sus posiciones (Moreno, 2013).

El *cluster 2* se caracteriza por incorporar el nombre del autor entre las palabras clave y asociar a las tecnologías digitales unos términos clave en la obra de Baudrillard como *hyperrality* o *simulacrum*. Respecto a este último aspecto, destacan el trabajo de Merrin (2014) sobre cómo los gadgets digitales se han convertido en uno de los sectores más importantes de la electrónica de consumo, la teorización de Brabazon (2018) sobre la grabación digital de música y el examen de Borges-Rey (2015) en torno a cómo fotoperiodistas tanto profesionales como ciudadanos construyen en Instagram un mundo con características hiperreales.

El *cluster 3* acoge términos asociados al contenido audiovisual, principalmente en torno a la televisión. Así, los artículos de este grupo atienden al concepto de simulación propuesto por Baudrillard para abordar, por ejemplo, las representaciones en los formatos de telerrealidad (Torregrosa y Cuevas, 2010; Toffoletti, 2014), o estudian cómo la realidad mediática determina la agenda de la audiencia (Sumskaya y Sumskoy, 2018). También se introducen en este grupo trabajos sobre cine (Skrodzka, 2018; Duarte, 2017; Araujo, 2014; Georgescu, 2012). Asimismo, el estudio del poder de la imagen cobra especial importancia en un tema profusamente abordado por Baudrillard: el terrorismo. Así, Koonin y Crystal (2009) analizan un corpus fotográfico acerca de los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos, catalogados como una forma de “evento absoluto”; por su parte, Artrip y Debrix (2018) identifican cómo la estrategia de terror de ISIS trata de causar una hiperactividad del sistema mediático a través de imágenes; finalmente, Stratton (2020) estudia la espectacularización visual de la muerte y la violencia en la televisión y las redes sociales.

En el *cluster 4* sobresalen tendencias referidas a la realidad virtual. De este modo, encontramos una recurrente descripción de los mundos virtuales de los juegos digitales como fenómenos hiperreales (Kingsepp, 2007) donde los jugadores pueden tener experiencias y llevar a cabo comportamientos imposibles en la vida real (Frostling-Henningsson, 2009). En este grupo también se halla una reflexión como la de Gordon (2007) en torno al uso de la metáfora del mapa para entender los espacios virtuales, una investigación sobre el coleccionismo digital (De Kosnik, 2012) o consideraciones acerca del impacto de la realidad virtual sobre la experiencia del mundo (Olivier, 2012). En fin, se observan también contribuciones relativas a redes sociales y mundos virtuales, en particular respecto a cuestiones de privacidad y configuración de identidades en Facebook (Patra, 2018) y al uso del sonido en Second Life (Johnson, 2018).

El *cluster 5* ampara, fundamentalmente, el tema de la posverdad. Los trabajos de este grupo reflexionan sobre este fenómeno cultural a través de las ideas de Baudrillard. En particular, Richmond y Porpora (2019) lo consideran una referencia imprescindible hasta el punto de referirse a la era de la posverdad como “mundo Baudrillard”. Además, señalamos como Quadros (2018) adapta las reflexiones de Baudrillard a la era de la posverdad acuñando los términos de “disimulacro” y “resimulación”.

Finalmente, en el *cluster* 6 se hace referencia a aspectos vinculados al consumo. De este modo, encontramos el trabajo de Calbay (2016) sobre la mercantilización publicitaria del trabajo migrante en Taiwan, el análisis de la publicidad predictiva en torno a las Google Glass de Encheva y Pedersen (2014) o el estudio de la relación entre consumo y espectáculo de Susca (2020). En la misma línea, hallamos el artículo de Corrigan (2015), que alude a las teorías de la moda de Baudrillard para demostrar cómo el consumo de moda se ha convertido en una herramienta que favorece la ilusión de movilidad social, el de Souza (2019), que responde a cómo se produce el proceso de producción de significado del objeto en la sociedad de consumo, o el de Ayvaz (2017), que pone el foco en cómo la publicidad vuelve intercambiables el amor y el consumo.

4. CONCLUSIONES

La presente investigación no puede aclarar si, efectivamente, el mundo se va pareciendo siempre más al descrito por Baudrillard; sin embargo, podemos afirmar que queda confirmado su estatus de autor de referencia en el campo de los estudios en comunicación. En los 14 años transcurridos a partir de su muerte, la presencia de Baudrillard en las bibliografías ha sido bastante constante y muchas reflexiones sobre fenómenos recientes como la posverdad, la proliferación de noticias falsas o las redes sociales siguen recurriendo a su obra.

Por otra parte, hay que remarcar que, en muchos casos, las referencias a la obra baudrillardiana son anecdóticas, y aparecen más como cita culta que como herramientas de reflexión y análisis. La razón reside, probablemente, tanto en las peculiaridades de la producción de Baudrillard como de las características de la investigación en comunicación. Por un lado, el mismo Baudrillard declaró perseguir un “pensamiento radical” cuya finalidad no era la de encontrar una verificación en la realidad (Baudrillard, 2002: 92); al mismo tiempo, su estrategia reflexiva implicaba estar “muy cerca de la actualidad” (2002: 92), analizar los acontecimientos, pero sin mantener una perspectiva como la que es propia del sociólogo o del politólogo. Más bien, intentaba basar sus reflexiones en un principio de incertidumbre que evitara llegar a unas conclusiones, acto que, desde su punto de vista, condenaría el pensamiento al “arresto domiciliario”.

Por otra parte, en los últimos años, en el campo de la comunicación se ha ido imponiendo una tendencia hacia el positivismo, fundamentada en una epistemología derivada de las ciencias de la naturaleza (Serra *et al.*, 2020: 2). En este proceso, la investigación se ha dirigido hacia métodos que proporcionan resultados objetivados y medibles numéricamente, a expensas de las aproximaciones teóricas y elaboraciones conceptuales que más difícilmente pueden emplearse con estos objetivos. Se entiende, por tanto, la incomodidad de muchos investigadores con una obra inconmensurable con respecto a estos estándares. En particular, se explica la indiferencia mostrada en los artículos del corpus hacia el Baudrillard más maduro, cuya estrategia “performativa” y permeada por el principio de incertidumbre puede resultar sospechosa a los ojos de

quienes buscan sólidas certezas a través del método científico. A esto hay que añadir la dificultad de una escritura que, precisamente por su ambición de estar cerca de los acontecimientos e influir en la actualidad, se vuelve siempre menos clara con el paso del tiempo. Por estas razones es posible que, en los próximos años, la presencia de Baudrillard en la investigación en comunicación se reduzca siempre más a unas referencias a sus conceptos más populares, como hiperrealidad o simulacro, y que su función principal sea proporcionar a las bibliografías un toque de rímel intelectual. Si así fuere, no obstante, estaríamos desaprovechando una herencia importantísima para la comprensión de los media y de los procesos comunicativos. Como observa Latouche (2019: 15), Baudrillard no nos ha dejado ninguna herramienta analítica lista para el uso, pero sí muchos conceptos esclarecedores, afinados mediante múltiples análisis, que siguen arrojando luz sobre el mundo en el que vivimos. Si las ciencias de la comunicación pretenden jugar un rol significativo en la comprensión de las dinámicas de la cultura contemporánea no deberían dejar de recurrir a su obra y, al contrario, sería oportuno que la tomaran en consideración en todo su conjunto. Por otra parte, tal vez esta no sea la ambición principal de muchos de los investigadores del campo. Este, sin embargo, es un tema distinto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. Y HORKHEIMER, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*, J. Sánchez (trad.). Valladolid: Trotta.
- ALONSO, L. (2009). “Estudio introductorio: la dictadura del signo o la sociología del consumo del primer Baudrillard”. En *La sociedad de consumo*, J. Baudrillard, xv-lx. Madrid: Siglo XXI.
- ARAUJO, D. (2014). “Documentary images: (Aesth)et(h)ic and (a)political subjectivities”. *Discursos Fotográficos* 10.17, 87-116.
- ARTTRIP, R. & DEBRIX, F. (2018). “The viral mediation of terror: ISIS, image, implosion”. *Critical Studies in Media Communication* 35.1, 74-88.
- AYVAZ, S. (2017). “Reinterpretation of Love through Consumption Culture: The Case of Markafoni”. *İlef Dergisi* 4.1, 149-170.
- BATAILLE, G. (1987). *La parte maldita*, F. Muñoz de Escalona (trad.). Barcelona: Icaria.
- BAUDRILLARD, J. (1967). “Compte rendu de Marshall McLuhan: Understanding Media”. *L’Homme et la Société* 5, 227-230.
- _____. (1979). *Crítica de la economía política del signo*, A. Garzón del Camino (trad.). Madrid: Siglo XXI.
- _____. (1980). *El intercambio simbólico y la muerte*, C. Rada (trad.). Barcelona: Monte Ávila Editores.
- _____. (1991a). *La transparencia del mal*, J. Jordá Catalá (trad.). Barcelona: Anagrama.
- _____. (1991b). *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*, T. Kauf (trad.). Barcelona: Anagrama.

- _____. (1997). *El sistema de los objetos*, F. González Aramburu (trad.). Madrid: Siglo XXI.
- _____. (2000a). *El crimen perfecto*, J. Jordá Catalá (trad.). Barcelona: Anagrama.
- _____. (2000b). *Pantalla total*, J. Solar, (trad.). Barcelona: Anagrama.
- _____. (2002). *Contraseñas*, J. Jordá Catalá (trad.). Barcelona: Anagrama.
- _____. (2008). *Cultura y simulacro*, A. Vicens (trad.). Barcelona: Kairos.
- _____. (2009). *La sociedad de consumo*, A. Bixio (trad.). Madrid: Siglo XXI.
- BENÍTEZ EYZAGUIRRE, L. (2013). "Disencounters, Change of meaning and mental migrations in ICT communication". *Redes Com-Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* 7, 219-230.
- BENJAMIN, W. (2018). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". En *Iluminaciones*, W. Benjamin / J. Aguirre y R. Blatt (trads.), 195-224. Barcelona: Taurus.
- BERRY, G. (2010). "The mythic element of mass media and its relation to Plato's cave". *Platform: Journal of Media and Communication* 2, 72-85.
- BLEAKLEY, R. & BLIGH, J. (2009). "Who Can Resist Foucault?". *Journal of Medicine and Philosophy* 34.4, 368-383.
- BOORSTIN, D. (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. New York: Vintage Books.
- BORGES-REY, E. (2015). "News images on instagram: The paradox of authenticity in hyperreal photo reportage". *Digital Journalism* 3.4, 571-593.
- BRABAZON, T. (2018). "Blunting the Cutting Edge? Analogue Memorabilia and Digitised Memory". *Kome-an International Journal of Pure Communication Inquiry* 6.1, 63-74.
- CALBAY, F. (2016). "Diasporic media and migrant worker consumerism: Thematic critique of magazine advertisements for the Filipino community in Taiwan". *Global Media and Communication* 12.3, 247-258.
- CAMPBELL, E. (2010) "The future(s) of risk: Barthes and Baudrillard go to Hollywood". *Crime, Media, Culture*, 6.1, 7-26.
- CHOULIARAKI, L. (2008). "The media as moral education: mediation and action". *Media Culture & Society* 30.6, 831-852.
- CODELUPPI, V. (2020). *Jean Baudrillard. La seduzione del simbolico*. Milano: Feltrinelli.
- CORRIGALL, M. (2015). "Sartorial excess in Mary Sibande's Sophie". *Critical Arts* 29.2, 146-164.
- CUSSET, F. (2012). "Baudrillard seriously: The joys of misprision". *Cultural Politics* 8.1, 73-78.
- DABBOUS, Y. (2014). "The runaway to the future: Constructing the myth of an asectarian Lebanon in postwar national currency images". *Middle East Journal of Culture and Communication* 7.3, 310-329.
- DE KOSNIK, A. (2012). "The collector is the pirate". *International Journal of Communication* 6.1, 529-541.
- DEBORD, G. (2016). *La sociedad del espectáculo*, J. Pardo (trad.). Valencia: Pre-Textos.

- DELGADO, E.; MARTÍN-MARTÍN, A.; ORDUÑA-MALEA, E. & AYLLÓN-MILLÁN, J. M. (2015). *Co-Author Index*.
<http://www.coauthorindex.info/layout.php?subject=Comunicaci%C3%B3n>
 [14/09/2022].
- DUARTE, G. (2017). “Corpus delicti: From Tokyo Monogatari to Tokyo-Ga”. *Revista de Comunicacion-Peru* 16.2, 177-194.
- ENCHEVA, L. Y PEDERSEN, I. (2014). “‘One Day...’: Google’s Project Glass, integral reality and predictive advertising”. *Continuum* 28.2, 235-246.
- FABBRI, P. (2018). “Jean Baudrillard. L’irriducibile”. *Fondazione Primoli*, 22 de marzo. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=g5_g6FWIOjA [14/09/2022].
- FROSTLING-HENNINGSSON, M. (2009). “First-person shooter games as a way of connecting to people: ‘brothers in blood’”. *Cyberpsychology and Behavior* 12.5, 557-562.
- FUCHS, C. (2009). “Some Theoretical Foundations of Critical Media Studies: Reflections on Karl Marx and the Media”. *International Journal of Communication* 3, 369-402.
- _____. (2010). “Grounding critical communication studies: An inquiry into the communication theory of Karl Marx”. *Journal of Communication Inquiry* 34.1, 15-41.
- GACKOWSKI, T. (2013). “Political Image as the Substance of the Political Communication in the Era of Post-Politics”. *Online Journal of Communication and Media Technologies* 3.4, 43-60.
- GANE, M. (1991). *Baudrillard. Critical and Fatal Theory*. New York: Routledge.
- _____. (2015). “The cultural logics of neoliberalism: Baudrillard’s account”. *Cultural Politics* 11.1, 1-17.
- GEORGESCU, L. (2012). “The road movies of the New Romanian Cinema”. *Studies in Eastern European Cinema* 3.1, 23-40.
- GLYNN, K. (2009). “The 2004 Election Did Not Take Place Bush, Spectacle, and the Media Nonevent”. *Television & New Media* 10.2, 216-245.
- GONZÁLEZ, M. (2008). “Artistic ‘fury’ in the information age”. *Information Communication and Society* 11.6, 765-780.
- GORDON, E. (2007). “Mapping digital networks from cyberspace to Google”. *Information Communication and Society* 10.6, 885-901.
- GRAHAM-SMITH, G. (2008). “Habeas corpus: Bodies of evidence and performed litigiousness - the spectacle of Michael Jackson’s trial”. *Communicatio-South African Journal for Communication Theory and Research* 34.2, 278-289.
- GRANT, M. & BOOTH, A. (2009). “A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies”. *Health Information & Libraries Journal* 26.2, 91-108.

- GUILLAUME, V. (2013). *Jean Baudrillard et le Centre Pompidou. Une biographie intellectuelle (les années Traverses, Centre Pompidou, 1967-2000)*. Lormont: Le bord de l'eau.
- HEYDON, J. (2013). "The View from the Window". *Canadian Journal of Communication* 38. 4, 531-544.
- IBAÑEZ, D.; ALONSO, M. & BUENAVENTURA, S. (2013). "The end of the information society. notes for the configuration of the new contemporary public space: The society of devisers". *Observatorio* 7.3, 79-91.
- JOHNSON, P. (2018). "Listening in the aether: Rehearing and imagining the world virtually". *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, 10.1, 73-103.
- KELLNER, D. (1989). *Jean Baudrillard. From Marxism to postmodernism and beyond*. Stanford: Stanford University Press.
- KINGSEPP, E. (2007). "Fighting hyperreality with hyperreality: History and death in World War II digital games". *Games and Culture* 2.4, 366-375.
- KOONIN, M. & CRYSTAL, A. (2009). "The meaning of Time magazine's sign representation of visuals of 9/11: a Baudrillardian perspective". *Communicare-Journal for Communication Sciences in Southern Africa* 28.2, 23-42.
- LANE, R. (2000). *Jean Baudrillard*. New York: Routledge.
- LATOUCHE, S. (2019). *Remember Baudrillard*. París: Fayard.
- LEONE, M. (2015). "Longing for the past: a semiotic reading of the role of nostalgia in present-day consumption trends". *Social Semiotics* 25.1, 1-15.
- LOZANO, J. (2008). "Introduzione". En *L'agonia del potere*, J. Baudrillard, 7-11. Milano: Mimesis.
- MAUSS, M. (2009). *Ensayo sobre el don*, J. Bucci, (trad.). Buenos Aires: Katz.
- MAYORÁ, R. (2015). "Pop Atmosférico: Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea". *La Trama de la Comunicación* 19.2, 331-345.
- MERRIN, W. (2006). *Baudrillard and the Media. A critical introduction*. Cambridge: Polity.
- ____ (2014). "The rise of the gadget and hyperludic media". *Cultural Politics* 10.1, 1-20.
- MORENO, J. (2013). "A internet em McLuhan, Baudrillard e Habermas". *Observatorio* 7.3, 59-77.
- OITTANA, L. (2013). "La desaparición de lo real o el éxtasis de la comunicación". *La Trama de la Comunicación* 17.2, 255-269.
- OLIVIER, B. (2012). "Cyberspace, simulation, artificial intelligence, affectionate machines and being human". *Communicatio* 38.3, 261-278.
- PATRA, S. (2018). "Intersubjectivity world of virtual reality: Facebook users behaviour in the context of privacy, self and identity". *Media Watch* 9.2, 182-193.
- PAWLETT, W. (2007). *Jean Baudrillard. Against Banality*. New York: Routledge.
- QUADROS, P. (2018). "Dissimulacro-ressimulação: ensejos da cultura do ódio na era do Brasil pós-verdade". *Media & Jornalismo* 18.32, 201-218.
- ROSSI MAINA, L. (2013). "About some forms in Baudrillard". *Question* 1.40, 184-199.

- RICHMOND, J. & PORPORA, D. (2019). "Entertainment Politics as a Modernist Project in a Baudrillard World". *Communication Theory* 29.4, 421-440.
- ROBERTS, J. & CREMIN, C. (2017). "Contested meanings, myths and hyperimages of the apocalypse: the Bakhtin Circle and the politicisation of catastrophism". *Social Semiotics* 27.2, 178-194.
- RUBENSTEIN, D. (2014). "The Conspiracy of Imbeciles reloaded: Baudrillard and the DSK affair". *Cultural Politics* 10.1, 40-61.
- SERRA, M.; GONZÁLEZ, R. Y LOZANO, J. (2020). "Afinidades y divergencias. Una mirada semiótica en los estudios de la comunicación". *El Profesional de la Información* 29.4, s. p.
- SHKLOVSKI, V. (1978). "El arte como artificio". En *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*, A. Nethol (trad.) / T. Todorov (ed.), 55-70. Madrid: Siglo XXI.
- SKRODZKA, A. (2018). "Leaving the art-house: commerce and commodity in Borowczyk's controversial cinema". *Studies in Eastern European Cinema* 9.2, 117-131.
- SLOAN, R. (2015). "Videogames as Remediated Memories: Commodified Nostalgia and Hyperreality in Far Cry 3: Blood Dragon and Gone Home". *Games and Culture* 10.6, 525-550.
- SOUZA, R. (2019). "O processo de produção de sentidos no universo do consumo: uma abordagem discursiva". *Galáxia* 42, 176-188.
- STOCCHETTI, M. (2014). "Images and Power in the Digital Age: The political role of digital visibility". *Kome-an International Journal of Pure Communication Inquiry* 2.2, 1-16.
- STRATTON, J. (2020). "Death and the Spectacle in Television and Social Media". *Television and New Media* 21.1, 3-24.
- SUMSKAIA, A. & SUMSKOY, P. (2018). "Modeling of TV News in the Context of Information Policy of a Television Channel". *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 7.4, 581-598.
- SUSCA, V. (2020). "A despesa improdutiva e a mercadoria espetacular". *Comunicação e Sociedade* 38, 243-254.
- TERESCHENKO, N. & LIBERMAN, S. (2016). "History as a frame of a dialogue within the logic of postmodernity". *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict* 20.2, 82-87.
- TOFFOLETTI, K. (2014). "Baudrillard, postfeminism, and the image makeover". *Cultural Politics* 10.1, 105-119.
- TORREGROSA, M. & CUEVAS, E. (2010). "El show de Truman. Estrategias metaficcionesales y quiebras del simulacro". *Area Abierta* 25, 1-15.
- TURNER, M. (2013). "Modern 'live' football: moving from the panoptican gaze to the performative, virtual and carnivalesque". *Sport in Society* 16.1, 85-93.

- URBINA, N. (2010). "Pretense and significance in Shadows nothing more by Sergio Ramírez". *Hispania-a Journal Devoted to the Teaching of Spanish and Portuguese* 92.1, 46-53.
- VAN-ECK, N. & WALTMAN, L. (2010). "Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping". *Scientometrics* 84.2, 523-538.
- WEBB, J. & WILLIAMS, J. (2015). "Canberra: ideal city, imagined city". *Continuum-Journal of Media & Cultural Studies* 29.3, 490-503.
- YAYLACI, F. & KARAKUS, M. (2016). "Perceiving Migration in Emirdag: A Baudrillardian Perspective". *Online Journal of Communication and Media Technologies* 6.3, 134-155.
- ZHU, J. & LIU, W. (2020). "A tale of two databases: the use of Web of Science and Scopus in academic papers". *Scientometrics* 123, 321-335.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND).

Los firmantes del artículo se responsabilizan de las licencias de uso de las imágenes incluidas.

Fecha de recepción: 17/01/2022

Fecha de aceptación: 19/09/2022