

La anunciación según Google

María-Angeles Durán

1.- INTERNET Y LOS NUEVOS MODOS DE INVESTIGAR.

Este estudio forma parte de un programa de investigación más general sobre las relaciones entre ciencia, arte y movimientos sociales, que ya ha dado lugar a varias publicaciones sobre las cuestiones epistemológicas inherentes a la iconografía de la maternidad, la familia, la muerte y las visiones de la creación y mantenimiento del mundo. La exploración de la información disponible en internet sobre la Anunciación se inició en el año 2003 y se interrumpió después de la publicación de un estudio monográfico en que este recurso sólo se utilizó someramente. En 2006 se ha reanudado, a partir de los materiales reunidos entonces y con búsquedas nuevas. En total, a lo largo de estos cuatro años se han visionado más de cien mil imágenes, en la búsqueda de la representación plástica del momento de la anunciación del ángel a María.

Internet ha traído consigo una revolución en los modos de acceder al conocimiento y producirlo. Es previsible que el desarrollo tecnológico permita en un plazo no muy lejano conectividad permanente y universal, a través del teléfono móvil u otros utensilios igualmente difundidos. Desde una perspectiva sociológica, las condiciones sociales del acceso (qué grupos sociales pueden acceder, a qué materias, bajo qué condiciones sociales y políticas, etc...) son un campo nuevo y muy prometedor de la sociología de la ciencia. Pero en este trabajo el motivo de reflexión no serán las condiciones sociales del acceso, sino la situación del usuario ante el vasto cúmulo de información que internet ofrece instantáneamente.

Las características del nuevo modo de conocer que propicia internet son las siguientes:

1. Bajo coste
2. Ubicuidad
3. Crecimiento continuo de la información disponible

4. Fugacidad y fragmentación de la información
5. Acceso caótico a la información.
6. Dificultad para validar la calidad de la información
7. Hiperreacción ante las campañas publicitarias
8. Escasa implantación de textos académicos.
9. Dependencia tecnológica

Las características expuestas en primer y último lugar van asociadas, de modo que es la tecnología lo que permite el acceso a bajo coste y, simultáneamente, genera la dependencia. El bajo coste tiene consecuencias sociales inmediatas sobre el modo de acceder al conocimiento. En primer lugar, permite que accedan sectores sociales de bajos recursos económicos, siempre que exista una infraestructura suficiente y un entrenamiento mínimo para el manejo de la tecnología. Pero, además, potencia el conocimiento individual, sin el acompañamiento y la presencia del colectivo escolar (los compañeros de clase o investigación, los maestros) que ha caracterizado tradicionalmente la ciencia y los procesos educativos. En este sentido, la relación del usuario con los contenidos que maneja es muy íntima y personal, y deja menos huella de lo que está haciendo que cuando maneja textos con soporte físico tradicional. El bajo coste económico del acceso a la información favorece que el usuario se arriesgue a relacionarse con temas periféricos o innovadores respecto a sus actividades habituales, porque no necesita considerarlos como inversiones que requieran justificación. En ese sentido, el acceso al conocimiento es más flexible, menos pautado y concentrado que en los sistemas tradicionales de educación y/o investigación.

La ubicuidad se refiere tanto al espacio como al tiempo. El usuario no necesita un lugar fijo o estable, ni un horario cerrado, le basta con una conexión. En las antípodas de su lugar de vida o trabajo habitual, y en el momento en que las instituciones de su lugar de origen están cerradas, el internauta puede trabajar desde la red sin dificultad, lo mismo que puede realizar conexiones rápidas, breves, indagatorias o comprobatorias, en lugares de tránsito y a ratos sueltos. Por ello, internet complementa los contextos tradicionales de investigación, como bibliotecas y laboratorios. Las consecuencias más importantes de la individualización del trabajo están todavía por explorar, y consisten precisamente en el reverso de la individualización. Los usuarios pueden sumar esfuerzos y constituirse en equipos virtuales que trabajan en red, con la ventaja de acumular recursos locales, dotación de hardware y software, e información sobre la situación social del lugar donde se ubican física o institucionalmente. Hay programas en curso para desarrollar software libre, y ya se han visto resultados

espectaculares (por ejemplo, en astronomía) de la cooperación de equipos multiinstitucionales. Pero la extensión del trabajo en red todavía no se ha generalizado realmente en las ciencias sociales y humanísticas, debido sobre todo al mayor peso relativo de la diversidad lingüística.

El crecimiento continuo de la información disponible no es exclusivo de Internet, pero sí es nueva la magnitud de la escala, en comparación, por ejemplo, con la información disponible en libros y artículos. En la tendencia al crecimiento hay que distinguir la tendencia real a la acumulación, que es la más importante y sólida, y las variaciones coyunturales en la potencia de alcance de la exploración, que reflejan en cada momento la capacidad de conectar nudos que son, a su vez, puerta para la exploración de nuevos campos. Aquí juega un papel crucial la pericia del usuario para manejar software y dirigir su búsqueda selectivamente, con técnicas avanzadas de asociación y disociación de palabras. En un tema que no puede considerarse de actualidad, como las imágenes de la Anunciación, el 4 de enero de 2004 Google ofrecía 1.280 resultados, en tanto que el 28 de abril de 2006 ofrecía ya 2.000 resultados (56% de crecimiento). Annunciation, en inglés y en las mismas fechas, ha pasado de 8.510 a 13.200 resultados (55% de crecimiento). Pequeñas variaciones en la búsqueda producen grandes variaciones en los resultados ofrecidos, y, por ejemplo, pocas horas más tarde de la consulta sobre la Anunciación ya citada, se realizó una nueva exploración, que ofreció 3.100 imágenes en español y 24.800 en inglés. De tomarse en consideración estas cifras, el crecimiento en pocas horas habría sido del 55% en español y del 88% en inglés: pero a menos que se investigasen todos y cada uno de los resultados y se comparasen con los obtenidos en la exploración anterior, no podría saberse con exactitud qué proporción del incremento se debía a una u otra tendencia.

La información que aparece en internet, a diferencia de la ofrecida por las bibliotecas, pinacotecas, filmotecas o fonotecas tradicionales, es inestable, incluso fugaz. En una valoración positiva podría decirse que es dinámica, viva o adaptativa, pero en su vertiente negativa el dinamismo se traduce en caducidad sin fecha previamente conocida y en inestabilidad. La permanencia on line no depende del interés del usuario, sino de quienes mantienen los sitios, los índices y las conexiones; por ello, la única garantía de poder disponer duraderamente de una información es transportarla inmediatamente a un archivo informático y/o a soporte papel. En ese caso, la información es salvada para un usuario particular, pero no para el conjunto de los usuarios potenciales. En el caso de la investigación en curso ya citada sobre la Anunciación, que ha durado varios años, las pérdidas de información vista y no conservada han sido muy frecuentes. Las facilidades de consulta

(rapidez, ubicuidad, etc...) son mayores que las de conservación e impresión y además Google reconoce palabras pero no rasgos icónicos. La riqueza y fugacidad de la información genera en el usuario simultáneamente rechazo y adicción, por el miedo a perder el contacto con los ricos contenidos que fluyen constantemente a través de la red.

La fragmentación es otra característica central de la información aunque tanto se debe al usuario como a la información por sí misma. El usuario de las bibliotecas tradicionales recibía piezas de información, mientras el internauta recibe corrientes. Sometido a limitaciones en el número de ejemplares que podía consultar simultáneamente (ha sido muy frecuente el límite de tres), el lector seguía una disciplina estricta para priorizar y concentrar sus peticiones de información. Aunque la progresiva implantación de bibliotecas abiertas o de libre acceso a los fondos ha minimizado esta estructura, sigue primando la concreción de la información suministrada por comparación con la fluidez que proporciona internet. La información se ofrece muy fragmentada al usuario, al menos en primera aproximación, pero además el usuario fragmenta la información no fragmentada, en un rápido zapping para mejorar o aumentar el número de conexiones que logra en su tarea de barrido de pantalla. En los textos, las entradas rara vez se refieren a textos completos, sino a referencias, índices, citas o fragmentos, y sucede lo mismo con las imágenes.

La fragmentación y la rapidez de los contactos del usuario con la red contribuye al caos de la información disponible. Además de fragmentarios, los contenidos son repetitivos. La misma información puede repetirse decenas de veces, idéntica o con pequeñas modificaciones que dificultan la identificación para el usuario con nivel medio de conocimientos de software. Los fragmentos de texto reflejan, sobre todo, asociaciones de palabras, pero no reconocen asociaciones de ideas, por lo que no es raro que reproduzcan asociaciones que no tienen conexión lógica entre sí, sino meras coincidencias azarosas. Por ejemplo, en el tema de la Anunciación que nos sirve de hilo conductor, es inmediata la distinción entre María, (la Virgen de las creencias cristianas) y cualquier otra mujer contemporánea llamada María. O no es raro que junto al nombre de un pintor o escultor aparezca resaltado el título que nos ocupa, solamente porque en una exposición coincidieron el nombre de uno de los expositores y el título de la obra de otro.

La supresión de las mayúsculas para facilitar la labor de los buscadores contribuye a potenciar la confusión y extrañamiento en algunos temas. En el caso de la Anunciación, las mayúsculas han servido tradicionalmente para diferenciar, singularizar y dar preeminencia a esta Anunciación por

autonomasia frente a cualquier otra anunciación; pero en Google la preeminencia se diluye, negando sustantividad al objeto del estudio. La condición confusa y caótica de la información obtenida puede ser en parte una falsa impresión potenciada por la amplitud de los buscadores, pero así lo percibe el usuario medio. A ello contribuye la acronicidad habitual de los textos, que no suelen indicar la fecha de producción ni de entrada on line. Como modo de imponer orden entre la masa de imágenes que circula por internet se utilizan diversos criterios de clasificación, que responden a diferentes objetivos intelectuales. En el caso de nuestro análisis de las imágenes de la Anunciación, pueden señalarse los siguientes:

- a) Idioma de búsqueda;
- b) País de búsqueda;
- c) Temática, tal como es indexada por el buscador;
- d) Subtemática, tal como es clasificada por el analista;
- e) Soporte de la obra (pintura, escultura, mosaico, vidrio, grabado, arquitectura, teatro, fotografía, etc...);
- f) Contexto de la imagen (pastoral, historiográfico, iconográfico, iconológico, mercantil, etc..);
- g) Época de producción de la imagen y cronología;
- h) Estilo artístico;
- i) Cronología de la cita;
- j) Frecuencia de aparición de cada imagen.

Cuando el usuario tiene un propósito de conocimiento activo o de investigación, la incertidumbre sobre la calidad de la información le produce un clima de especial tensión. Los portales institucionales ofrecen garantías, pero parte de la información más viva y actual no pertenece a estos portales y hay que decidir si tomarla en consideración o no. Por ejemplo, mucha de la información sobre arte contemporáneo procede de webs de los propios artistas, o de pequeñas galerías locales. La disponibilidad se percibe como una dádiva, un regalo asombroso; pero simultáneamente, y en un segundo plano, genera una sensación de inseguridad y permanente alerta, que no es tan habitual en el trabajo con materiales de soporte físico como el papel. Esta condición de material incierto no es exclusiva de internet, porque también en libros y artículos se transmiten informaciones parciales, erróneas o tendenciosas, (el libelo es exactamente eso, y existe una palabra acuñada para expresarlo), pero su carácter duradero y la habitual disponibilidad de rastros y datos identificativos hacen que sean menos arriesgados. Dicho de otro modo, el libro es más escolástico, permite delegar en el autor de referencia la responsabilidad de lo afirmado y sustentar las conclusiones en un cúmulo de pruebas de autoridad, que en internet se disuelve fácilmente

por la masa de la información que constantemente fluye y se reproduce. Para resolver este problema de dificultad de validación en internet y, lo que es peor, de deformación y apropiación de la información circulante, se han creado algunos tipos de control, como la emisión en PDF, que puede leerse pero no modificarse. De todos modos, la dificultad de validación de la veracidad y calidad de los contenidos es una consecuencia inevitable, un flanco débil de un sistema de presentación de la información cuya principal fortaleza es precisamente la rapidez y facilidad de propagación.

Otra dimensión básica de internet es su hiperreactividad a las campañas propagandísticas. La novedad es muy valorada por los usuarios; pero, al mismo tiempo, la información es especular, duplicante: cuanto más circula un mensaje, más probable es que sea copiado y emitido de nuevo. Aunque nadie conoce los algoritmos secretos empleados por los buscadores para regular el lugar en que ofrecen la información y, consecuentemente, las probabilidades de que sea utilizada por los usuarios, es un caso claro de concentración del star system iconográfico, al que puede aplicarse lo que Merton calificó en su *"Sociología de la Ciencia"* como el efecto Mateo, y que en medios informáticos suele llamarse el efecto "winner take all". Consecuentemente, los emisores individuales o aislados tienen pocas posibilidades de generar masa crítica aunque cuelguen sus materiales en la red, lo que contradice la sensación de presencia pública que le proporciona a quien lo hace y ve después fácilmente on line sus imágenes o textos porque sabe el camino para encontrarlos. Internet, en este sentido, hiperreacciona a las campañas de publicidad ideológica o mercantil, que inundan de mensajes la red y captan el tiempo disponible del espectador con tanta fuerza como las emisiones de radio o televisión. En el caso de las imágenes de la Anunciación, hay variaciones coyunturales muy marcadas cuando se realizan, por ejemplo, exposiciones, o cuando se celebran representaciones o performances que incorporan este motivo. El modo de defenderse los usuarios contra esta presencia abusiva o simplemente abrumadora es la creación de sitios y páginas institucionales que permiten un acceso bien dirigido a la información, aunque se trate de pequeños núcleos dentro de la enorme masa de información circundante.

La relación entre el espectador y la imagen religiosa en internet no tiene nada que ver con la que pretendieron los artistas y patrocinadores de arte en épocas pasadas, cuando la obra se encargaba para un lugar determinado y para entrar en diálogo con otras imágenes como parte de un mismo relato o representación escénica. El museo y la exposición han sido formas de

desubicación y resignificación de gran parte de la pintura religiosa, pero ocupan todavía un lugar relativamente próximo al original por comparación con el torrente internet. Aunque desubicados respecto al diseño del conjunto original, al menos el museo y la exposición responden a una nueva interpretación de conjunto, a un nuevo orden y sentido; pero no así los buscadores de la red, que escupen imágenes a toda velocidad, contaminando y fundiendo cada una con la anterior y la siguiente, en un puzzle o rompecabezas sólo roto por las consultas más detalladas de alguna imagen. La consulta rompe el ritmo, fuerza al espectador a ajustar sus ojos a un tamaño y ubicación distinta en la pantalla. Pero con frecuencia la imagen tarda tiempo en llegar y en recomponerse, y cuando lo hace es fragmentariamente, demasiado pequeña para apreciarla bien o demasiado grande para el espacio disponible: y hay que verla a trozos, y en demora, de arriba abajo, por franjas o a ráfagas intermitentes, hasta que inevitablemente las imágenes-trampa publicitarias atrapan la imagen en sus redes programadas, impidiéndola moverse o volver al lugar en que antes estaba, paralizando la consulta y fijando involuntariamente la mirada del espectador en sus ofertas de venta. Los usuarios de la información son especialistas en sus propios campos, pero no manejan como expertos la tecnología que les permitiría utilizar toda la potencia de su software, por lo que les afecta especialmente este desgaste del llamado ruido vacío.

Por ahora, la investigación académica no expone sus resultados en la red, aunque cada vez son más frecuentes las revistas electrónicas. En las ciencias sociales, la red es utilísima para detectar noticias, y cada vez más también para acceder a bancos de datos de instituciones oficiales (como el INE en España). La red no es todavía un buen lugar para buscar ideas reflejadas en palabras y largamente elaboradas, como suelen ser los artículos y libros de investigación académica. No obstante, gracias a los museos, las galerías y las webs de los artistas vivos, es ya un buen lugar para tomar contacto con obras de arte, aunque no tanto para buscar análisis profundos de las mismas.

Finalmente, la dependencia tecnológica. Internet es un fenómeno masivo, que hasta ahora se ha expandido de modo exponencial y libre. Como veremos más adelante, la libertad de exhibir y acceder es menor de lo que aparenta, pero sigue siendo mucho mayor que en otros medios de comunicación fácilmente sometibles a control ideológico y técnico. La información es binaria y se accede o no a ella; hay posibilidades de censura, pero las dificultades técnicas de llevarla a cabo son considerables por la conexión múltiple a través de diversos canales. De hecho, aunque la

información suele regularse por las leyes del lugar en que está físicamente domiciliada la web emitente, en la práctica casi no se aplica censura a internet.

El precio de los ordenadores y de las conexiones a la red sigue descendiendo en comparación con las prestaciones; pero a pesar de ello no puede olvidarse que algunas formas de tecnología pueden circunscribirse a grupos privilegiados de usuarios, y que importantes sectores de población siguen en la práctica excluidos de su uso por razones educativas, económicas, ideológicas y técnicas. Hay iniciativas en marcha como la promovida por un grupo de profesores de MIT (Nicolas Negroponte), de producir pequeños ordenadores portátiles de muy bajo coste (cien dólares) sólo para usos educativos, con pantalla táctil, y baterías recargables a manivela para hacerlo viable sin corriente eléctrica; pero tropieza con dificultades considerables por los problemas que acarrearía la competencia a los productores y comercializadores de aparatos más potentes convencionales, de más de 500 dólares de coste.

2.- LOS UNIVERSOS LINGÜÍSTICOS Y CULTURALES.

La facilidad de acceso a internet hace olvidar que las puertas de entrada a la información son lingüísticas, y como tales, vinculadas con comunidades que se expresan o utilizan instrumentalmente una lengua común. En las imágenes, lo que prima no es el ámbito cultural en que se produjo la imagen, sino el ámbito cultural en que circula, esto es, su lengua de comunicación. La información que maneja el usuario depende considerablemente de la lengua utilizada, y esta dependencia es especialmente aguda en los temas de actualidad, sociales, políticos o humanistas. Los index y los citation index, por universales que parezcan, son bastante locales.

La Anunciación forma parte del relato cristiano. Su festividad fue introducida en el siglo VII por el papa Sergio I, pontífice siciliano de origen sirio y cultura griega. Tiene una rica tradición artística (especialmente en pintura) en la cultura occidental, que impregna el arte producido o conservado en Europa y América. En 2006, Google permite clasificar la información que ofrece asociada con treinta y cinco idiomas, esto es, centrada en treinta y cinco universos lingüísticos diversos, así como con ochenta y nueve países diferenciados. Además, ofrece la posibilidad de no señalar ningún país o idioma particular, en cuyo caso los resultados se ofrecen en "cualquier idioma" y "cualquier país", sin otro límite que la capacidad de los buscadores para reconocer los mensajes que reciben. El recordatorio al

inicio de cada búsqueda de que sólo se está procesando una información muy restringida respecto a la información total disponible tiene un saludable efecto de relativización del conocimiento obtenido, aunque pronto atenuado por la inercia de la costumbre. Al restringir el número de países y lenguas en los resultados ofrecidos, tanto si se hace explícitamente como de modo indirecto (pueden usarse varios idiomas, pero sólo sucesivamente), se hacen patentes todos los idiomas que el internauta desconoce, y es obligada la reflexión sobre el grado de relevancia del tema que le ocupa en otros ámbitos culturales. Por ejemplo, en este caso el acceso a las pinturas flamencas de la Anunciación se redujo a las que se presentan en las cinco lenguas utilizadas en el estudio. Y lo mismo sucede con las Anunciaciones griegas, coptas y rusas, de antigua tradición y muy abundantes porque su imagen siempre ocupa un lugar preferente en el iconostasio de los templos ortodoxos.

La Anunciación parece un tema universal a quienes han sido socializados en la cultura católica, pero no tiene el mismo reconocimiento e importancia en todas las sociedades de cultura cristiana y es irrelevante en los contextos culturales que se corresponden con otras creencias o des-creencias religiosas. Internet y Google confrontan al investigador con el reconocimiento de que su tema de investigación es irrelevante en la mayoría de las lenguas utilizadas en el mundo o en las culturas a las que estas lenguas sirven de vehículo de expresión. Aunque la tecnología permita comunicarse, gran parte de los contenidos culturales son difícilmente comunicables. Dentro del ámbito europeo y americano, muy influido por el cristianismo, la Anunciación es simultáneamente un relato, un mensaje y un icono. Algunos de los iconos de la Anunciación son de tan alta calidad artística que su conocimiento forma parte del bagaje cultural medio, con independencia del conocimiento del relato y de la adhesión al mensaje religioso y humano al que inicialmente sirvió de expresión y acompañamiento. Aunque en otras épocas lo haya sido, en la actualidad la Anunciación como relato religioso sólo es conocido por parte de la población en Europa, América y Australia, debido a la disminución de la cultura religiosa y al crecimiento del agnosticismo, el ateísmo y al auge de orientaciones espirituales no cristianas. En España hay una clara quiebra entre el grado de conocimiento del tema entre la población de edad madura y los jóvenes.

La posición ante las imágenes es diferente entre las diversas iglesias cristianas, que han atravesado etapas iconoclastas e inquisitoriales. En el año 787 y tras un duro conflicto iconoclastico, el Concilio de Nicea resolvió que la veneración a las imágenes no constituía idolatría, pero el conflicto reaparece recurrentemente. Los iconos de la Anunciación sufrieron una

destrucción masiva con la iconoclastia que acompañó la Reforma protestante en Europa en el siglo XVI y posteriormente se limitó mucho su producción en el centro y norte de Europa, porque los protestantes consideraban a María una mujer modélica, santa y bendecida, pero no le otorgaban el grado de centralidad que ocupaba en el culto prerreformista, ni en el que habría de ocupar en la Iglesia de la Contrarreforma. De ahí que los iconos de la Anunciación correspondan a distintas épocas y estilos formales en cada país europeo. Aunque la Anunciación se refiere casi siempre a la del ángel Gabriel a María, hay también imágenes religiosas del mismo título, y algunas muy conocidas, que se refieren a la Anunciación a los pastores, la Anunciación a José (a veces, terrorífica), la Anunciación de Jesús a su madre, la Anunciación a María de su propia muerte e incluso la Anunciación a Joaquín y Ana, esta última relacionada con el motivo del "Abrazo ante la Puerta Dorada" que dio lugar a tantas bellas tablas medievales.

Las Anunciaciones flamencas, que se expandieron en el siglo XV y XVI por el sur de Europa, no se continuaron con igual abundancia de producción y calidad en los países de Europa Central después de la Reforma, en tanto que sí lo hicieron en los países de mayoría católica y en sus extensiones ultramarinas, con las correspondientes fusiones y mestizajes estilísticos. Pero el mestizaje se está produciendo también en la actualidad por la vía de las migraciones. En Estados Unidos son muy numerosas las parroquias de feligresía multicultural, y la multiculturalidad de los usuarios acaba generando la fusión de estilos expresivos y de creencias. El tema que nos ocupa no es una excepción. En el plano estilístico, todas las vanguardias artísticas del XIX y XX han dejado alguna huella en el modo de plasmar la Anunciación, con independencia de su contenido o intencionalidad. Aunque no abundan, hay anunciaciones impresionistas, cubistas, expresionistas, surrealistas, abstractas, folk y naíf. Una innovación importante es la tecnología y soporte utilizado, que debe mucho a la fotografía, al video y al diseño por ordenador. Un rasgo destacado de la plástica de la Anunciación en el siglo XX, por comparación con épocas anteriores, es la irrupción del desnudo, muy frecuente incluso en composiciones que no pretenden oponerse al mensaje religioso, y que reflejan por un lado la búsqueda de la simplicidad y pureza de las formas y, de otra, el aprecio por una nueva forma de naturalismo en la que el cuerpo humano se hace más inocente sin ropajes. También es frecuente la reducción de la escena a un fragmento de alto poder simbólico: por ejemplo, una luz o un ala, o un círculo encerrando el esbozo de un útero. Hay otros tipos de

Anunciaciones claramente diferenciables, que toman elementos cristianos pero ponen sobre todo el acento en la dimensión misteriosa y órfica, resaltando el sentido mágico y de encantamiento que acompaña a la revelación.

No todos los iconos de la Anunciación reflejan adhesiones al mensaje religioso que lo originó. La indiferencia o el desconocimiento no crean contraculturas, pero la tensión y el conflicto, sí. Junto a estas Anunciaciones de contenido continuista o al menos no desafiante, también existe una corriente violenta, irónica e irrespetuosa que utiliza la idea de la Anunciación para oponerse al mensaje subyacente. No es ajena a alguna de estas creaciones la influencia de Freud y su énfasis en el subconsciente. Siempre existieron contracorrientes culturales y religiosas opuestas al mensaje de Gabriel a María, pero las divergentes fueron consideradas heréticas o no han sobrevivido a la censura y al poder de las otras interpretaciones más poderosas y mejor organizadas. Lo que Google permite hoy es que se acceda libremente a estas contracorrientes, incluso saltando las fronteras territoriales en las que podrían resultar legal o socialmente penalizadas.

Donde se ha producido mayor cambio de contenido es en la relación entre el ángel y María. Se mantiene el sentido de revelación o anuncio, subrayado por la luz y el color, que en muchas ocasiones son el único objeto de la composición. Pero frecuentemente el ángel no juega un mero papel de mensajero ni refleja bondad. Ya en la tradición literaria más antigua, en la griega, el ángel provocaba pánico en María, y la Anunciación se desdoblaba en dos escenas para superar el primer momento de huida y permitir en el segundo la recepción del mensaje. En la Anunciación de Simone Martini, de 1333, el gesto de María va más allá del recogimiento y se pliega sobre sí sobresaltada. Miguel Angel (dibujo de carboncillo sobre papel, Galería de los Uffizi, Florencia, 1547-1550), también destaca el aspecto interrogante de María durante el diálogo, y no es alegre la Anunciación de Piero Della Francesca (fresco, San Francisco, Arezzo, 1457-1458). Más pronunciado es el susto en La Anunciación de Carlo Braccesco (Museo de Louvre, Paris, h. 1494), donde María se aferra a una columna mientras inicia el gesto de ponerse en pie. Pero Fra Angelico y la mayoría de los artistas renacentistas coetáneos y posteriores más conocidos y reproducidos en la actualidad prefirieron representar La Anunciación como una escena plácida y feliz. A veces, a la placidez se añade la gloria, y María es coronada como reina al mismo tiempo que recibe y acepta la salutación del ángel.

En la pintura flamenca, María recibe la noticia en un entorno tranquilo y confortable, burgués, sin descomponer su gesto. Y en las Anunciaciones italianas, españolas o portuguesas el escenario suele ser una iglesia, palacio o catedral de gran riqueza y complicación arquitectónica. En la pintura posterior no son frecuentes, pero tampoco inexistentes, las Anunciaciones dramáticas. Ya en 1535, en un óleo de Lorenzo Lotto (Museo Cívico, Recanati), la anunciada da la espalda al libro que estaba leyendo y un gato doméstico huye precipitadamente ante la irrupción del ángel. Tintoretto exagera la atmósfera de derrumbe, y el arcángel y una multitud de ángeles penetran a través de un muro roto, mientras María casi cae hacia atrás por la sorpresa.

De hecho, lo que simbolizan las rosas o la túnica roja que suele vestir María es el sufrimiento que la acompañará por la futura pasión y muerte de su hijo. Pero es un simbolismo diferido, liviano, que entre los pintores españoles se acompaña frecuentemente de una conexión visual con el cielo (el rompimiento de gloria) que permite asomarse a la escena a toda la corte celestial. Los sentimientos que predominan son sin ninguna duda la confianza y la alegría, y la Anunciación se considera devocionalmente un misterio gozoso. No así para los románticos y prerafaelistas ingleses, entre quienes la Anunciación deja paso principalmente a la soledad y la tristeza (Burne-Jones, Tanner, Waterhouse).

El arte del siglo XX no ha sido un arte amable, sino un arte crítico. En las Anunciaciones de siglos anteriores, el ángel no simbolizaba la tentación, la burla, el despojo, la violencia y abuso sexual. Sin embargo, todos estos elementos están presentes en algunas Anunciaciones contemporáneas: no son lo más frecuente, pero tampoco son raras. En 1911, Kokoschka (Museum Am Ostwall, Dortmund) pintó una Anunciación de colores oscuros, donde el ángel se presenta desnudo con el trasfondo de un paisaje asimismo carente de luz. Sin llegar al tenebrismo, está desde luego fuera de la placidez y la aceptación inmediata y alegre del mensaje. En algunas de las anunciaciones contemporáneas recogidas en este estudio, por ejemplo la de la cubana-estadounidense Eiriz, se aprecia claramente la influencia de Kokoschka en la conversión plástica del mensaje del ángel a María en un anuncio aterrador, más próximo a los "Sueños de la razón" de Goya que a Fra Angelico.

Sin embargo, las imágenes dramáticas y tenebristas siguen diluyéndose entre las imágenes que más circulan en la red porque la mayoría son reproducciones de las acuñadas en épocas anteriores, y porque las instituciones religiosas, especialmente las católicas, siguen siendo la principal clientela de los artistas que trabajan con motivos religiosos. Por eso resulta más reveladora la conclusión de que una parte muy importante de los

creativos contemporáneos que se ocupan del tema de la Anunciación no lo hacen para propagar el contenido de su mensaje sino para rechazarlo.

3.- EL CONTEXTO DE LA CITA

En las consultas rápidas de Google, el contexto en que se cita la imagen sólo puede constatarse por los indicios que se desprenden de la dirección electrónica a la que pertenece: por ejemplo, el nombre de una importante organización religiosa, o de una galería de arte. Pero en la mayoría de las imágenes hay que realizar una consulta detallada para comprobarlo y para eliminar las referencias erróneas. Si se analizase el contexto en que se citan las imágenes, las diferencias entre los universos culturales serían mayores que cuando sólo se analiza la mera presencia de la imagen. Las citas que aparecen en contextos religiosos actuales suelen estar ligadas a la actividad social de congregaciones o instituciones eclesíásticas cristianas, casi exclusivamente católicas (prédicas, preparación de catequesis, exégesis, debate con otros credos cristianos, etc). En este tipo de contexto, la imagen no tiene interés por sí misma, sino como ilustración de un pensamiento dirigido a la acción: convencer, animar, tranquilizar, ensalzar, condenar o refutar. La imagen es sólo el complemento y resumen de la palabra, y frecuentemente no se indica el nombre del autor ni el lugar de ubicación o fecha.

Otras citas se presentan en contextos científicos, casi en su totalidad de historia del arte. En este tipo de contextos el objetivo sí es conocer la obra desde sí misma: autor, fecha, escuela artística a la que pertenece, calidad, circunstancias de su creación, acontecer posterior, ubicación, estudiosos que se han ocupado de ello, etc. Una variedad minoritaria dentro de este tipo son las obras iconológicas, cuyo objetivo es mostrar las corrientes de pensamiento, necesidades y objetivos sociales a las que la imagen se corresponde. A diferencia de los textos religiosos, los estudios científicos no entran en la cuestión de fondo de la veracidad del relato de la Anunciación. Los historiadores e iconologistas no hacen historia del acontecimiento, sino del icono o relato visual.

Muy diferente es la utilización de imágenes de la Anunciación en contextos comerciales de los que pueden diferenciarse cuatro tipos:

- a) Las galerías de arte que presentan ofertas de venta de diferentes autores y épocas, aunque predominan las obras contemporáneas
- b) Los artistas individuales, que establecen su propia web con finalidad

publicitaria pero, a veces, abren diálogo con el público y reciben y contestan comentarios por esta vía

- c) Otras entidades, que utilizan el "capital cultural" como reclamo para el marketing de sus más variados productos. Entre las que utilizan el arte como publicidad destacan las empresas de turismo, que promocionan los lugares a visitar por la riqueza artística que contienen o por asociación de ideas con algún autor u obra especialmente conocida
- d) Las instituciones culturales, que organizan exposiciones para el gran público. Se diferencian de las galerías en que su objetivo no es la venta, pero tienen muchos puntos en común con ellas y con los contextos de investigación reseñados anteriormente, ya que las exhibiciones conllevan un trabajo de investigación previo y a menudo sus catálogos son publicaciones de gran calidad. Se asimilan a las galerías comerciales en que su éxito se mide, entre otros parámetros, por el número de visitantes que "compran" la contemplación de la imagen, aunque el precio de la contemplación no se pague en dinero

Finalmente, los contextos contestatarios son escasos en número, pero suficientemente abundantes como para dejar huella en el conjunto. Suelen pertenecer a artistas individuales o a pequeños talleres o estudios de artistas contemporáneos y rara vez corresponden a una entidad, ya que en el mundo occidental muy pocas entidades sociales son hoy militantemente agnósticas o antirreligiosas.

Con el fin de comparar el tamaño y la estructura de los universos lingüísticos de Google se ha explorado el campo de la Anunciación (texto e imágenes) en cinco idiomas; español, portugués, inglés, francés e italiano. Por dificultades lingüísticas se ha abandonado (después de un intento poco exitoso) la búsqueda en alemán y holandés. La primera dificultad ha sido la de decidir qué imágenes o textos se refieren realmente a la Anunciación del Ángel a María y cuáles no. Y la segunda, dónde marcar los límites entre el arte y la mera ocurrencia. Deschamps subvirtió en su momento esta frontera y son muchos los artistas que lo han hecho antes y después de él. El tiempo se ha encargado, a pesar de las modas artísticas, de ir dotando de reconocimiento y respetabilidad a algunas obras y de negárselo a otras, pero en el arte contemporáneo vivo, en proceso de producción, esta estabilidad todavía no se ha producido. Google emite imágenes de todo tipo, coexisten obras groseras junto a las de gran finura, obras amables y mordaces, conocidas y desconocidas, acomodaticias y valientes. Los artistas y movimientos culturales underground tienen la posibilidad de expresarse y

exponer sus obras en la red, sin más limitaciones que la autocensura o los requerimientos impuestos por las webs y los portales.

La selección de obras es inevitablemente subjetiva pero para atenuar en lo posible este efecto, en las obras contemporáneas citadas en este estudio se ha consultado la web de referencia, visionando la producción del autor o la restante oferta de la galería artística. No siempre la web arroja información sobre la obra, pero esta condición de orfandad en la identificación es inherente a la información de la red. La presencia de una imagen en un universo lingüístico no garantiza que haya sido producida en ese mismo contexto cultural. Los museos, las colecciones privadas, los cambios de domicilio de los artistas y, sobre todo, la traducción de los títulos, hacen que las obras viajen de unos contextos culturales a otros. Por otra parte, los canales ofrecen información internacionalizada (por ejemplo, la obra de un pintor italiano ubicada en un museo inglés que colabora en una exposición en Francia que es reseñada por una revista española), y en ocasiones resulta más que difícil la atribución de identidad a las obras por el lenguaje en que se ha obtenido la información. No obstante, la búsqueda a través de una lengua conduce a una mayor concentración de autores de esa comunidad cultural y de obras ubicadas en los países en que se habla esa lengua. Puede concluirse que, a pesar de tratarse de un mismo motivo o escena, hay variaciones entre lo que ofrece Google en la información española, portuguesa, inglesa, francesa e italiana.

En los cinco idiomas de acceso abundan textos e imágenes que no se refieren al contenido sino al continente de la Anunciación, esto es, a las iglesias, monasterios, catedrales, ermitas, oratorios, grutas, capillas y edificaciones de todo tipo que albergan representaciones y/o culto a la Anunciación. Asimismo son frecuentes las referencias de texto e imagen a celebraciones y ritos litúrgicos relativos a la Anunciación. En la época actual, el inglés y los países anglosajones, especialmente Estados Unidos, son los principales receptores de obras, artistas y comunicaciones (incluidos catálogos y anuncios de exposiciones) que tienen lugar en el contexto de otras lenguas.

También destaca en este campo la potencia cultural de Italia, no sólo porque posee un riquísimo patrimonio artístico religioso, sino porque el patrimonio artístico actual es el motor de su industria cultural, reflejado tanto en la promoción institucional (museos, exposiciones, enseñanza, etc...) como en la mercadotecnia de los pequeños talleres artísticos. En cuanto a la presencia y búsqueda de la Annunziata, en italiano, hay que destacar que

también existen numerosas referencias en red a la Annunziata y al Angel de la Annunciazione, que se conectan en algunos casos con referencias a la casa de Nazareth y al traslado a Loreto. También es frecuente como nombre propio de mujer en la actualidad. Bajo la rúbrica de español (así lo denomina Google) se localizan las búsquedas en castellano y no se han explorado otras lenguas españolas como el catalán o gallego, de creciente presencia en internet. La presencia hispanoamericana es muy fuerte, sobre todo en el arte contemporáneo. En portugués es mucho más frecuente que en español el patronímico y nombre propio de Anunciação, utilizado por varones o mujeres, lo que proporciona mucha distorsión por las citas que no corresponden con el objetivo buscado. En la cultura francesa también es más intenso que en la española, incluso en la actualidad, el interés por el personaje singularizado de Gabriel. El término Annonciation es asimismo un toponímico frecuente, que toma su nombre de iglesias de esta denominación ubicadas en la misma calle o ciudad.

El eco de La Anunciación en los universos lingüísticos. (Frecuencia de textos e imágenes, 2006).

	Nº de resultados		Proporcionalidad (España = 100)	
	Texto	Imagen	Texto	Imagen
<i>Anunciación</i> (español)	475.000	3.100	100	100
<i>Annunciation</i> (inglés)	3.130.000	24.800	659	800
<i>Annonciation</i> (francés)	683.000	3.770	144	122
<i>Anunciação</i> (portugués)	264.000	710	56	23
<i>Annunciazione</i> (italiano)	361.000	3.460	76	112

Fuente: Elaboración de M.A. Durán sobre datos ofrecidos por Google, abril 2006.

La pujanza del inglés como vehículo de comunicación es evidente, incluso en un tema que no tiene especial vinculación con la cultura contemporánea en los países anglosajones. En la búsqueda realizada en el año 2004, el número de resultados en imágenes era siete veces mayor en inglés que en español, en tanto que en 2006 ya es ocho veces mayor.

4.- LOS BESTSELLER ICÓNICOS EN LA ACTUALIDAD DE LA RED.

Google es, como todo el mundo sabe, el buscador más utilizado a comienzos del siglo XXI. No es el único (Yahoo, MSN de Microsoft, Altavista, etc) pero sí el que más se usa. Aunque Google sea esencialmente el índice de un coleccionista, un software junto a una colosal base de datos,

en la práctica funciona como la llave de una inmensa biblioteca virtual, con todas las ventajas (muchas) y desventajas (algunas) que esto trae consigo. En este estudio se ha utilizado Google como herramienta principal, y a los resultados obtenidos con este buscador nos referiremos en las próximas páginas: en abril 2006 ofrecía 475.000 resultados en textos y 3.100 en imágenes, de las que de hecho desplegaba 640.

También se han explorado Yahoo (157.000 resultados de texto, 4.576 en imágenes), MSN de Microsoft (43.016 resultados de texto y 1.508 imágenes) y Altavista (156.000 resultados en texto y 1.248 en imágenes), todos ellos revisados en la misma fecha de abril de 2006 para evitar la incidencia de variaciones coyunturales. La estructura y contenido de las imágenes en los cuatro buscadores es similar. La diferencia entre Yahoo y Google se establecía sobre todo en la primera página (Yahoo ofrecía menos pintura y más arquitectura y representaciones), pero entre las mil citas de imágenes desplegadas por Yahoo sólo había cuatro de pintura contemporánea que no estuviesen también contenidas en los resultados ofrecidos por Google. Por ejemplo, a través de Yahoo puede verse una Anunciación (1955) del figurativo granadino Antonio Cano, a la que no se accede desde Google. MSN desplegó la totalidad de las imágenes (1.508), mencionadas como resultados obtenidos, aunque las correspondientes a los últimos lugares tenían realmente poco que ver con la plástica de la Anunciación. De la búsqueda se obtuvieron tres nuevas imágenes, distintas de las de Yahoo, en pintura contemporánea. En cuanto a Altavista, que desplegó 1.020 imágenes, no hubo ninguna aportación nueva de pintura contemporánea de la Anunciación. Por todo ello parece que los resultados obtenidos a través del conjunto de citas de Google son aplicables al conjunto de la red.

Ya hemos señalado que la fluidez de internet favorece la concentración de la información. De los miles de imágenes de La Anunciación existentes, se está produciendo la concentración de citas en unos cuantos iconos afortunados, y eficazmente promovidos, en tanto que la mayoría de las imágenes requieren un trabajo de seguimiento muy minucioso para localizarlas, y generalmente sólo es posible hacerlo a través de la lengua hablada en el país en que se conservan. Para medir el grado de concentración iconográfica del tema hemos analizado las doce imágenes expuestas en primer lugar a través de Google en español, inglés, francés, portugués e italiano (abril, 2006). En total, sesenta imágenes que son las que crean mayor referencia en los espectadores de la red. Todas ellas son pinturas, aunque en páginas posteriores aparecían también imágenes de la Anunciación en escultura, arquitectura, música, teatro y danza. En todas las primeras

pantallas hay una proporción elevada de pintores del Renacimiento italiano y la Anunciación de Sandro Boticelli (1489, Galeria de los Uffizi, Florencia), ocupa el primer lugar en el ranking internacional, con cinco citas. No aparece en la lengua portuguesa, pero se compensa con doble cita en la pantalla en lengua inglesa. Le sigue, con tres citas, el fresco de la Anunciación de Fra Angelico que se encuentra en el Museo de San Marcos de Florencia, fácil de diferenciar para el espectador no experto entre las múltiples obras de igual título y tema de Fra Angelico por hallarse la Virgen sentada en un banco rústico, con patas de madera. Si se suman todas las obras de Fra Angélico que aparecen en las cinco lenguas y se hallan en Italia y en el Museo del Prado de Madrid, el pintor acumula un total de diez referencias, lo que le convierte en el más citado.

Reciben asimismo tres citas la Anunciación de Simone Martini (1333, Galeria de los Uffizi, Florencia), que a veces se cita fragmentadamente, y la Anunciación del Greco de 1567 (Museo del Prado, Madrid). Esta pintura es de factura menos definida que la otra obra posterior del mismo tema que se encuentra también en el Museo del Prado, muy citada en las pantallas en español, o la preparatoria de la anterior que se conserva en el Museo Thyssen Bornemisza, pero obtiene mayor eco en la red. Sólo otras dos obras consiguen más de una cita entre las sesenta obras analizadas: la Anunciación de Tanner (1898, Museum of Art, Philadelphia) y un icono bizantino con la Virgen sentada titulado la Anunciación de Orchrid (siglo XIV, Iglesia de San Clemente, Orchrid, Macedonia), ambas procedentes de la búsqueda en lengua inglesa. Detrás de estas obras multicitadas hay treinta y siete obras monocitadas, repartidas entre imágenes bizantinas, flamencas (entre las que incluimos alguna portuguesa de factura muy influida por los maestros flamencos, cuyo autor es citado como tal en su web), barrocas, modernas, y no figurativas. Finalmente, cuatro de las imágenes ofrecidas en estos lugares preferentes se desmarcan claramente del contenido religioso de la Anunciación, aunque no de su título y sólo parcialmente de su forma. Son Anunciaciones paródicas, trágicas, burlescas o irónicas; tres se encuentran en la búsqueda italiana, y una en la búsqueda francesa. Su interés, evidentemente, no es artístico sino sociológico, y pueden considerarse un indicador del grado en que mensajes y contramensajes se cruzan en la red. Probablemente ninguno de estos iconos poco reverentes alcanzará la posterioridad, pero en el momento actual compiten en igualdad de resonancia con algunas de las más famosas obras de arte de todas las épocas.

5.- LA ANUNCIACIÓN, SEGÚN GOOGLE.

Google proporciona 475.000 textos en español que contienen la palabra Anunciación, y 3.100 imágenes (abril 2006). En realidad, la red dispone de mucha más información, pero no todo lo disponible en red está indexado, de tal modo que se encuentre en una sola exploración. Existen recursos que ofrecen información sobre arte de un modo sistemático, siguiendo los criterios habituales de clasificación: cronología y estilo, país de procedencia o ubicación, tipo de arte (pintura, escultura, arquitectura, música, literatura) y técnica empleada, autor, etc. Pero estos recursos no son tan minuciosos como para ofrecer ya estructurada toda la información disponible sobre la Anunciación, ni en español ni en ninguna otra lengua. La tarea de organizar y dar sentido a la información fragmentaria es ardua y compleja, especialmente en el caso de los textos, cuya relación con el contexto es difícil de establecer y más aún de homogeneizar dada su enorme variedad en tamaño y contenido. Google indica el número de resultados hallados, prioriza los que parecen ajustarse mejor al objetivo de la búsqueda. Cuando son muy numerosos, sólo bajo especial demanda proporciona los restantes, advirtiendo que son reiteraciones o menos interesantes y ajustados a los ya exhibidos. En el caso de las imágenes (no utilizaremos los textos más que como acompañamiento), de las 3.100 disponibles sólo se despliegan ininterrumpidamente las 655 mejor posicionadas.

A menos que se solicite otra cosa expresamente, Google ofrece las imágenes en tamaño reducido, en pantallas sucesivas que contienen cada una veinte imágenes. La rápida sucesión de la mezcolanza de iconos acentúa la sensación de relatividad antes apuntada, porque con independencia de su calidad, intencionalidad, soporte o estilo, todas las imágenes se unifican en pantalla con un mismo formato que las asemeja a láminas o ilustraciones. Aunque la circulación por internet no signifique necesariamente la indexación de una imagen, y la presencia en índice tampoco tenga una exacta correspondencia con la frecuencia de visionado o consulta detallada, el número de obras indexadas es en conjunto un buen indicador de la difusión actual de la imagen en este medio. Por ello se ha analizado la frecuencia relativa de cada icono en inglés y castellano, y se han seleccionado los diez iconos más repetidos en cada búsqueda. He aquí la relación:

El rango de las imágenes de La Anunciación en inglés y español

(las doce más citadas, 2004)*

Inglés	Nº de citas	Español	Nº de citas
Botticelli	14	Fra Angelico (1430-32, M. Prado)	20
Rossetti	13	Fra Angelico (1450, San Marco, Florencia)	12
Fra Angelico (1432-143, Cortona)	11	Botticelli	4
Simone Martini	11	Greco (1567-79, Virgen arrodillada)	4
Crivelli	9	Murillo	3
Keith Newton	5	Goya	2
Greco (1567-70, Virgen arrodillada)	6	Fra Angelico (1432-34, Cortona)	2
Fra Angelico (1430-31, M. Prado)	8	Rossetti	2
Waterhouse	8	Berruguete	2
Tanner	6	Guinart	2
Van der Weynden	4	Greco (1596-1600, Virgen de pie)	2
Fra Angelico (1441, celda San Marco, Florencia)	4	A. Guttero	2

Fuente: Elaboración de M.A. Durán sobre datos ofrecidos por Google, 2004.

De la tabla anterior puede concluirse claramente que la expresión visual del relato de la Anunciación no se difundía del mismo modo en el año 2004 en el ámbito cultural inglés y en el español. Sólo dos de los doce primeros puestos en inglés pertenecen a la cultura inglesa (Rosetti), mientras que en la relación española hay varios pintores españoles o que han trabajado en España (El Greco). Entre los doce primeros puestos de la pantalla inglesa no figura ningún artista español, mientras que Berruguete, Murillo y Goya sí aparecen en lugar preferente en la búsqueda española.

Aunque la tradición iconográfica de La Anunciación es muy potente en el arte español y desde el siglo XV ha producido obras notables (Borrassa, Pedro García, Cartuja de Miraflores), quien domina totalmente la red española actual es Fra Angélico, con 32 referencias en sólo dos obras casi idénticas, sobre un total de 535 obras clasificadas. La red ofrece siete imágenes diferentes (en sucesivos despliegues) de Anunciaciones de este pintor. Después de Fra Angélico siguen a mucha distancia Botticelli (4 referencias), la Virgen arrodillada del Greco de 1567 (4) y Murillo (3), acompañados por un pelotón de obras con dos citas, entre ellas otras obras de Fra Angélico, Rossetti, Berruguete, la Virgen del retablo de Madrid del Greco, un vitral moderno figurativo y una Virgen contestataria desnuda. La red ofrece, en sucesivos despliegues, al menos seis obras de igual título del Greco y referencias a tres obras de Murillo. El resto son citas no repetidas, aunque a veces resulta difícil asegurarlo por las reproducciones de fragmentos y detalles o el cambio de enfoque e iluminación y las obras de copistas y discípulos. En este largo etcétera caben algunos de los más reputados artistas españoles, flamencos, italianos, bizantinos y rusos, junto a artistas contemporáneos menos conocidos.

En el ámbito cultural inglés, o mejor dicho, en el repertorio localizado a través de la palabra inglesa *Annunciation*, no existe un liderazgo tan marcado de Fra Angélico como en el español, y es Botticelli quien ocupa el primer lugar. Siguen siendo, no obstante, los pintores del Renacimiento quienes logran mayor frecuencia de referencias. La diferencia más notable entre el repertorio inglés y el español es la difusión del prerrafaelista Rossetti, que cautiva –no sólo con esta obra sino con otras obras suyas como "La dama de la tristeza"- tanto a los observadores de habla inglesa como a los fabricantes de reproducciones.

Igual que sucedía hace dos mil quinientos años con los ríos que Heráclito contemplaba, cada pantalla cargada de imágenes es en sí misma un collage en el que conviven y a veces compiten imágenes dispares y contradictorias. Ninguna pantalla es igual a otra ni puede conseguirse de nuevo la misma cuando se abandona la exploración. La información fluye constantemente: llegan nuevas imágenes que desplazan de su lugar a las anteriores o desaparece el soporte de las que antes se exhibían. Por ejemplo, entre la primera pantalla de imágenes ofrecida por Google bajo el título "Annunciation" el día 24 de abril de 2006 y la ofrecida cinco días más tarde, sólo se mantenían dieciocho de las veinte imágenes: dos habían desaparecido y dos eran nuevas. Pero, además, el orden de colocación dentro de la pantalla había variado, y también el número de repeticiones de alguna de ellas.

Algunas imágenes son especialmente opacas a la difusión con las nuevas tecnologías. El grado de indexación y puesta en red de los fondos de los museos es muy variable, y sucede lo mismo con las colecciones privadas y los fondos de los artistas vivos. Como ejemplo de esta resistencia a la contemplación a través de la red, y no sólo de Google, podría citarse "*La Anunciación*" de Dalí (1960) que se encuentra en la Colección de Arte Moderno de los Museos Vaticanos. Una de las anunciaciones más simples de Dalí se exhibe por todas partes (el perfil de un ángel en rojo, junto con su eco en azul), y en los textos pueden leerse en pdf artículos completos sobre la relación entre su "Angelus" y el homónimo de Millet, o no es raro encontrar su "Madonna de Port Lligat" (o réplicas de otros autores) ubicada como Anunciación. Tampoco es tan difícil de localizar otra Anunciación en color rosa que evoca sus estudios juveniles sobre Piero della Francesca. Pero la Anunciación del Museo Vaticano, que tiene muchos elementos comunes con su obra de la misma fecha Concilio Ecuménico, (especialmente la irrupción de Jesús en forma de hombre adulto y desnudo, que se cubre el rostro con las manos), parece bloqueada al acceso en cualquiera de las cinco lenguas utilizadas. Tampoco ha sido posible localizar en la red la *Annonciation* de Paul Delvaux que se encuentra en Southampton.

El árbol y el ruido informativo de La Anunciación, según Google, 2006

	Total	Porcentaje
Textos	522.000	
Imágenes	3.100	
Imágenes mostradas	535	100,00
Imágenes que no corresponden con la búsqueda	118	22,06
Nombres propios de personas	20	3,74
Toponimias, mapas	13	2,43
Textos, anuncios	21	3,93
Imágenes vacías	2	0,37
Actos religiosos y personalidades eclesíasticas	29	5,42
Actos sociales, instituciones	19	3,55
Imágenes erróneas (Anunciación a los pastores, etc..)	14	2,62
Imágenes de la Anunciación, excepto pintura	138	25,79
Imágenes de edificios titulados Anunciación (iglesias, arcos, puertas, etc.)	60	11,21
Representaciones teatrales, belenes de la Anunciación	15	2,80
Escultura y bajorrelieves de la Anunciación	53	9,91
Retablos, joyas, miniaturas de imagen inapreciable	10	1,87
Total imágenes Anunciación diferenciables (pintura, dibujo, grabado)	279	52,15
Imágenes de la Anunciación diferenciables, repetidas	83	15,51
Imágenes de la Anunciación singulares (no repetidas)	196	36,64
La imagen clásica de la Anunciación	116	21,68
Románica	4	0,75
Bizantina	17	3,18
Flamenca	18	3,36
Renacentista	34	6,36
Manierista y Barroca	39	7,29
Romanticismo inglés y prerrafaelista	4	0,75
La imagen moderna de la Anunciación (siglos XX y XXI)	80	14,95
Estampas e ilustraciones	17	3,18
Sin figuras humanas	6	1,12
No figurativo, abstracto	3	0,56
Postcubista	2	0,37
Grabado, blanco y negro	1	0,19
Modernismo	1	0,19
Figurativo no realista	24	4,49
Pintura plana	2	0,37
Sólo ángel	4	0,75
Sólo mujer	12	2,24
Imagen de vacío y ausencia	3	0,56
Imágenes chinas	2	0,37
Punk y revulsivas	3	0,56

Fuente: Elaboración de M.A. Durán con datos de Google sobre "La Anunciación" (en español), 10 de mayo 2006.

La tabla adjunta muestra la estructura de la información sobre la Anunciación obtenida en 2006 a través de Google: 522.000 resultados en texto, que se reducen a 3.100 cuando se trata de imágenes (0,6%). De las imágenes, el 22% corresponden a nombres propios (3,74%), toponimias y mapas (2,43%), textos fotográficos o anuncios (3,93%), actos religiosos o

entrevistas a personalidades religiosas (5,42%), actos sociales e institucionales (3,55%), imágenes erróneas (2,62%) e imágenes vacías (0,37%). De las tres cuartas partes restantes, que efectivamente tienen que ver con la Anunciación como mensaje, no se corresponden con la búsqueda pretendida los edificios (11,21%), esculturas o bajorrelieves (9,91%), retablos, miniaturas y joyas en que no puede apreciarse la imagen (1,87%), así como las representaciones teatrales o belenes (2,80%). Las imágenes dignas de interés para el estudio se reducen realmente a 279, una proporción del 52,15% respecto a las desplegadas por Google. Y de éstas, sólo son imágenes no repetidas 196, de las que 116 corresponden a imágenes clásicas y 80 a imágenes modernas (siglo XX y XXI).

Las imágenes ofrecidas en primer lugar en las pantallas tienen más eco porque la probabilidad de que se visionen es más alta, y las imágenes clásicas están en general posicionadas en mejores lugares que las contemporáneas. Las multicitas son, también, más frecuentes en las obras clásicas, que no sólo están aceptadas por el canon estético sino que no plantean problemas de copyright de la reproducción impresa. La variabilidad de la red se percibe en las obras singulares que circulan y en la fuerza con que lo hacen: en 2006, Fra Angelico obtuvo 27 citas repetidas, de ellas 14 de su más famosa Anunciación del Prado. Murillo ha ganado presencia respecto al año 2004, con 9 repeticiones. El Greco y una estampa infantil para colorear empatan con 5 repeticiones, y les siguen otras obras con cuatro, tres y dos citas, además de la mayoría, que sólo son repetidas una vez. En algunos tipos de obras que han alcanzado reciente popularidad, por ejemplo los iconos neo-bizantinos de la Catedral de la Almudena (Madrid), es difícil apreciar en las citas si se trata de obras antiguas o de las modernas.

Estas ochenta imágenes modernas son la verdadera cosecha del árbol informativo de La Anunciación en la red de internet, porque representan la construcción plástica contemporánea de la idea de La Anunciación. Sólo son el quince por ciento del total de las imágenes visionadas en este primer despliegue, una cosecha muy modesta aunque preciosa porque la mayoría de ellas serían inalcanzables al investigador por los medios de investigación tradicionales. El árbol informativo que se ha reproducido aquí es sólo la primera y más fácil plataforma de obtención de imágenes. Teniendo en cuenta la variabilidad estacional de la información, la existencia de varios buscadores o troncos principales (Google, Yahoo, MSN, Altavista), y que dentro de cada buscador la información suele obtenerse por vías o ramas lingüísticas diferenciadas, quizá fuera más adecuada la metáfora del bosque informático que la del árbol informativo.

La del árbol es una metáfora positiva de crecimiento, porque a partir de una información inicial progresiva la investigación por nuevas ramas. Casi con igual

peso podría utilizarse una imagen más negativa, descendente, que se refiere al proceso selectivo de depurado de la información inútil, que llamaríamos el "ruido vacío" de la red. Lo constituyen los enlaces que conducen a webs que han dejado de mantenerse o no están al día, así como a la ingente información redundante, repetida o errónea. La única manera de avanzar en la investigación es seleccionar el campo y aplicar técnicas de muestreo; pero el muestreo es más arriesgado cuando no se conoce el censo ni su grado de heterogeneidad, y cuando la información interesante se ubica en lugares inesperados.

A continuación se presenta una pantalla con una selección de cuarenta imágenes modernas (s. XX) de La Anunciación. Se ha tratado de combinar el criterio cronológico (las más antiguas, al principio) y estilístico (las menos canónicas, al final), aunque no siempre ha sido posible hacerlo de modo estricto porque no figura la fecha de producción de la obra, y porque la evolución del estilo entre el conjunto de autores no es lineal. En ninguna de las obras clásicas visionadas en internet que están clasificadas bajo el título de "Anunciación" hay otra intencionalidad que la religiosa. Sin embargo, entre las Anunciaciones contemporáneas es frecuente la intencionalidad no religiosa, aunque no siempre sea fácil para el observador interpretar la intencionalidad del autor. Se han primado las citas de autor español o vinculado con Latinoamérica.

"La Anunciación", según Google (nº 1) (selección de obras modernas, S. XX)

 www.malaluna.port5.com	 www.ajimez.com	 www.sanmiguelartists.com	 www.wichietorres.com	 www.sld.cu
 www.damianmasotta.com.ar	 www.uchile.cl	 www.milahajar.com	 www.members.tripod.com	 www.proa.org
 www.colorado.edu	 www.citypaper.com	 www.silviakatz.com.ar	 www.imperios.com	 www.veneno.com
 www.guinartgallery.com	 www.artnexus.com/	 www.usuarios.lycos.es	 www.es.geocities.com	 www.jifez.com

Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril 2006.

"La Anunciación", según Google (nº 2) (selección de obras modernas, S. XX)

 www.cmic.org	 www.cmic.org	 www.absolutearts.com	 www.chasque.apc.org	 www.elcantil.es
 www.elarcadigital.com.ar	 www.banamex.com	 www.elcoquigifts.com	 www.artechubut.com.ar	 www.galeriavalanti.com
 www.museonacional.gov.com	 www.galeriaelaquila.com	 www.centroaletti.com	 www.desdelaplatica.com.ar	 www.catequesis.net
 av.celarg.org.ve	 www.conelarte.com	 www.arquired.es	 www.cruzherrera.com	 www.silcsalud.com

Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril, 2006.

En una fase posterior al despliegue inicial, todas las imágenes que presentan algún tipo de duda (por ejemplo, para descartar una Anunciación a los Reyes Magos, o distinguir entre un paisaje y el escenario de una representación) o parecen interesantes, son revisadas en la web de referencia. Aquí comienza la parte más dura, e inagotable, de la explotación vía internet. Las webs permiten anticipar, por su título, el tiempo de información que ofrecen, pero estas hipótesis no siempre se confirman. Las webs de organizaciones religiosas no suelen ofrecer información sobre la imagen que usan, pero en algunos casos sí ofrecen sugerencias detalladas sobre las imágenes disponibles y convenientes para ilustrar un tema, lo que dota estas referencias de interés sociológico por su carácter normativo. Las webs educativas son, generalmente, parecidas a las bibliotecas tradicionales, esto es, ordenadas y muy grandes. En algunas –muy escasas– ocasiones, la indexación de los temas es tan exhaustiva o monográfica que puede llegarse directamente hasta la Anunciación; pero lo más frecuente es que haya que revisar largos documentos sobre épocas, estilos o autores en la búsqueda de imágenes que unas veces aparecen y otras no. Igual sucede con las webs de museos. En las webs de entidades privadas y comerciales es muy común el uso de trucos publicitarios para emitir constantemente la misma página, sin

permitir vuelta atrás a la imagen anterior, lo que obliga a cerrar y comenzar de nuevo el proceso. Entre las grandes webs dedicadas al arte se ha utilizado en numerosas ocasiones La ciudad de la pintura (ciudadpintura.com), que según su página inicial es "la mayor pinacoteca virtual del mundo" y contiene más de ciento veinte mil imágenes indexadas.

Esta web ofrece unas 68.000 imágenes no repetidas correspondientes al siglo XX, obtenidas casi todas por la indexación de una serie de museos que se citan inicialmente. La pintura española actual tiene un peso considerable en esta base inicial museística, pero hay muy poca pintura latinoamericana o actual del resto del mundo, y asimismo poco de lo que circula por la red pero no pertenece a museos o a las colecciones de los autores. Al introducir la categoría Anunciación en texto, el buscador selecciona en esta web 294 imágenes, de las que 27 pertenecen al siglo XX (hay que descartar otras que nada tienen que ver, indexadas erróneamente a causa del nombre propio de la pintora). Para situar las Anunciaciones en su contexto se han visionado buena parte de las imágenes de pintura contemporánea (68.000), especialmente la figurativa. Realmente, en la mayoría de las clasificaciones estilísticas no hay ninguna Anunciación, y éste es el resultado principal de la búsqueda, la constatación de la práctica desaparición del tema en el arte canonizado y museizado del siglo XX. Expresado en porcentajes, la Anunciación representa menos del 0'01% de la producción artística indexada en los fondos contemporáneos de esta enorme pinacoteca virtual. La Anunciación contemporánea no está en los museos, pero su presencia en la red no es infrecuente, y no sólo como ilustración de mensajes religiosos. Las búsquedas más fructíferas se han logrado con las webs de artistas y galerías de arte, a las que se ha accedido a partir de obras citadas por Google en el primer despliegue o árbol informativo. Con frecuencia, el seguimiento de la Anunciación de un pintor lleva al hallazgo de varias más del mismo autor, aunque para ello haya que retornar a la búsqueda de textos con la nueva y más precisa información proporcionada por la web en que aparecía la primera imagen. Una característica común de las galerías es la estacionalidad de sus exposiciones, así como de la información que proveen en cada momento y en primer despliegue a la red, lo que obliga a visionar un gran número de imágenes y a búsquedas sucesivas. Pero también es frecuente que ofrezcan obras de otros autores con similar temática, lo que enriquece y ramifica considerablemente la búsqueda y la información respecto al momento inicial. Las posibilidades y estímulos que ofrece la red son tan enormes que la mera construcción de un censo de Anunciaciones que incluya la no museizada desborda los límites de este estudio.

6.- LA ANNUNCIATION INGLESA.

En el año 2006, Google proporciona 3.130.000 (29 de abril, 2006) textos que contienen la palabra *Annunciation* y 24.800 imágenes, de las que despliega 872. Por comparación con la Anunciación española de Google, la *Annunciation* inglesa es grande, rica, cosmopolita y poco receptiva a las anunciaciones de artistas españoles o de obras ubicadas en España, excepto El Greco. Cuando son citados suele tratarse de obras ubicadas en galerías o museos ingleses o estadounidenses (por ejemplo, Murillo, Colección Wallace, Londres). Hay más dispersión de obras y no sólo más cantidad. La admiración por el arte clásico es evidente y el número uno en frecuencia de citas es también un renacentista italiano, pero no se trata de Fra Angelico sino de Botticelli, cuya *Anunciación* aparece reflejada catorce veces (citas) en las pantallas desplegadas. En segundo lugar está el prerrafaelita inglés Rossetti, y en tercero, la *Anunciación* de Fra Angelico conservada en Florencia (otras anunciaciones de Fra Angelico ocupan los lugares octavo y duodécimo), a la que siguen la de Simone Martini y la de Crivelli. Como signo de los tiempos cabe señalar que esta última no está citada por una web religiosa o artística sino por la web de ECETI, una organización no gubernamental dedicada al "enlightened contact with extraterrestrial intelligence", que propone una lectura de la obra de Crivelli en clave de objetos volantes no identificados (UFO's, del inglés unknown flying objects).

Entre las imágenes obtenidas en 2004 y las de 2006 hay algunos cambios que no afectan a la estructura de la información pero sí a sus contenidos. Las representaciones plásticas de *Annunciation* de factura moderna (s. XX) son el 0'08% de las imágenes ofrecidas por el buscador, una proporción bastante más baja que en la búsqueda en lengua española. El arte contemporáneo es el más fugaz en los ecos de internet, y diecinueve de las imágenes que parecían prometedoras y dignas de estudio en el despliegue del año 2004 han desaparecido de la red dos años después, al menos en el primer despliegue (no se ha cuantificado la rotación de las otras obras o citas). Si se compara con las 82 obras contemporáneas desplegadas entonces, la rotación afecta al 11% de las obras: pero es el 68% de las que dentro de este grupo se consideraron no repetidas y no reseñables para un estudio más detenido a través de su web (28 obras).

El panorama que muestra Google a través de *Annunciation* es sutil pero claramente diferente al mostrado para las lenguas románicas. Entre las doce imágenes más citadas en inglés hay tres que no existen para el universo de internet en lengua española. Quizá el rasgo más definitorio sea que la

proporción de citas que efectivamente se corresponden con obras artísticas es muy alta; en este sentido el conjunto es más serio, y formal, pero menos vivo. No abundan tanto las interferencias de nombres propios o toponímicos.

El criterio de presentación de la selección anexa es igual que en el epígrafe anterior.

La "Annunciation" según Google, 2006 (selección)



Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril 2006.

A pesar de la masiva presencia de artistas italianos, que en España también se produce, hay muchas citas de obras del siglo XIX y principios del siglo XX que no tienen equivalencia con otras obras similares en España. La posición hegemónica y la riqueza de gran Bretaña en esa época, así como la especial sensibilidad religiosa propiciada por el protestantismo en comparación con el catolicismo, probablemente han contribuido a crear estas discrepancias. En cierto modo, las vírgenes anunciadas por el ángel en las Annunciation están sobresaltadas y solitarias. Rossetti, Tanner y Waterhouse pintan mujeres tristes en lugar de doncellas elegidas y radiantes. Incluso en las composiciones contestatarias contemporáneas hay

un comedimiento y repliegue interno que trasluce en la cultura inglesa una herencia diferente del barroco, más atenuada. Tampoco es tan evidente en la red el anticlericalismo expresivo y militante que se observa al utilizar en la red el italiano.

La diferente composición del área de influencia del inglés respecto al español también se refleja: por ejemplo, hay varias citas de estilo chino y africano. Varias obras presentan como trasfondo edificaciones que recuerdan la arquitectura y el estilo de vida norteamericano, con mezcla de indumentaria antigua y moderna (calcetines, pantalones) en los dos protagonistas de la escena evangélica. Son poco frecuentes las citas de autores españoles y latinoamericanos. El sentimiento de tristeza extrema, de desesperación, sigue expresándose en alguna de las Annunciation más recientes.

7.- LA ANUNCIAÇÃO PORTUGUESA

Google proporciona 264.000 referencias en textos y 710 en imágenes de la Anunciação, de las que en primera exhibición ofrece 412. Portugal dispone de muy hermosas obras sobre la Anunciación del Renacimiento y Barroco, entre otras las obras de Francisco Henriques, Frei Carlos Mestre de Ferreirim, Josefa de Obidos y Bento Coelho, pero son prácticamente desconocidas en las restantes puertas lingüísticas de internet. Para llegar a ellas a través de la red, hay que hacerlo en portugués.
















Debido a que contiene menos masa que otros registros, el resultado es muy variable. El ranking de los primeros puestos en los resultados desplegados varía tanto de un día para el siguiente que la primera pantalla pasa de ser un buen escenario de exhibición para Fra Angélico (tres citas) a no tener ninguna; simultáneamente, los pintores renacentistas portugueses pasan de una representación escasa a ocupar la mayoría de la pantalla. Comparado con los otros canales lingüísticos, son escasos los artistas modernos o contemporáneos que según Google se han ocupado del tema. En las citas referidas al mundo contemporáneo es muy evidente el peso de Brasil. El peso de los museos y del arte institucionalizado en el acceso a las obras de arte vía Google es muy fuerte. Entre los escasos iconos de Anunciations contemporáneas, hay una Anunciação de Djanira (1914-1976, no especifica nacionalidad) que rompe la iconografía tradicional en el sentido de que tanto María como Gabriel son morenos, y reproduce una plástica naif tan próxima a la india como a la europea. Un óleo naif sobre

tela muy apaisada titulado Anunciaçao, de Fernando Lopes (nacido en 1936), fechada en Janeiro 2004, pero datada en la esquina inferior izquierda en 1965, presenta a la virgen con una iconografía relativamente tradicional, pero la vestimenta del ángel es contemporánea, con pantalones vaqueros, y la línea de fondo del paisaje es la de una gran metrópolis con rascacielos tipo Manhattan.

No abundan en las pantallas en portugués los desafíos a la Anunciación. Entre ellos cabe señalar un "almanaque-de-ironías-menores" (blogspot.com) titulado "Anunciaçao, III" que convierte una imagen femenina de Gustav Klimt en una anunciación freudiana al cambiar el texto del mensaje tradicional del ángel por una idea transgresora: "porque de ti haverá nacer quem irá matar o teu pai.³". Esta fechada en 2004/2006, y pertenece a los "cadernos de ejercicios avulsos e breves, (per serôdio d'o.&zàs escritos e subscritos por @sergio faria). Otras anunciaciones contemporáneas y rompedoras de autores portugueses circulan en inglés, como la Annunciation de Paula Rego (2002) que lo hace a través de un portal de la Universidad de Cambridge.

En la pantalla anexa se ofrece una selección de obras tituladas Anunciaçao, obtenidas a través de Google. Las seis presentadas en primer lugar son antiguas y las restantes, contemporáneas.

La Annunciaçao según Google, 2006 (selección)

 www.univ-ab.pt	 www.esev.lpv.pt	 www.univ-ab.pt	 www.univ-ab.pt	 www.uc.pt
 www.uc.pt	 www.media.shopping.sapo.pt	 www.maricell.com.br	 www.biblioweb.dgsca.unam.mx	 www.almanaque-de-ironias-menores.blogspot.com
 www.empaz.org	 www.bolsadarte.com	 www.mofeliaf.com	 www.salteiro.interdinamica.pt	 65.98.58.186/~murioca/leiloes/08/high/099.jpg



Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril 2006.

Por comparación con las restantes exploraciones, la Anunciación en lengua portuguesa es la más abundante en patronímicos y gentilicios. Más de tres cuartas partes de las primeras cuatrocientas citas son nombres de personas que se apellidan o llevan por nombre propio *Anunciação* y le siguen en frecuencia las localidades y otras toponimias. Cabría preguntarse en qué medida las ideas básicas de un mensaje religioso o humano se disocian y fosilizan al reducirse a mero arte, por muy atesorado y admirado que sea, y en qué medida perviven en la cultura a través de su uso cotidiano como nombres con los que se identifican personas y se transmiten libre y afectivamente entre generaciones.

8.- L'ANNONCIATION FRANCESA

Bajo la clave de Annonciation, en el año 2006 Google ofrece 683.000 entradas de texto y 3.770 de imágenes, de estas últimas 719 en primera indagación. En la primera pantalla predomina claramente el Renacimiento italiano, con cuatro Fra Angelico y dos obras iguales de Botticelli, pero también está presente Campin y otras dos obras de similar época y estilo (Maître de la Légende de sainte Catherine, Florencia, Museo Nazionale del Bargello; y Van Der Weyden, Musée du Louvre, Paris), junto a tres iconos bizantinos (aunque uno de ellos es la "Anunciación de la Muerte de María" de Duccio, incluido erróneamente en el despliegue) y obras barrocas posteriores.

Para el espectador actual, por mucho que entre estas obras haya diferencias de estilo que en su momento tuvieron un significado vivo que marcaba la transición entre unas y otras, todas pertenecen a un conjunto bastante homogéneo, porque todas relatan la misma historia y sirven al mismo mensaje. Incluso una pequeña ilustración contemporánea situada en cuarto lugar mantiene en su simplicidad y economía de medios la misma línea tradicional. No hay innovación ni conflicto o alternativa.

La última imagen de la pantalla sí representa un cambio estilístico profundo, con la fusión de la idea del ángel (las alas) en los borrosos brazos abiertos del cuerpo femenino, a mitad de camino entre la figuración y la abstracción. Sin embargo, el sentido de la imagen es opaco, no se desprende con facilidad y obliga a remitirse al blog (codebarre.blog.lemonde.fr) de referencia. La única imagen realmente alternativa es la situada en quinto lugar, que presenta al modisto Karl Lagerfeld vestido de negro riguroso y con gafas negras, con grandes alas de abanico en encaje, señalando la buena nueva a una modelo sentada en el ambiente de un hotel de convenciones bajo el cartel de Vogue. El mensaje de la *Anunciación* resulta trivializado y mercantilizado, pero es una ironía menor, festiva, que realmente busca más la captación de la atención del espectador que su provocación o convencimiento.

En las pantallas siguientes disminuye la proporción de anunciaciones clásicas italianas, bizantinas y flamencas, mientras aumenta la proporción de artistas franceses y toponimias de calles, ciudades o edificaciones. En las pantallas finales, la imagen de la *Anunciación* se asocia con hoteles, dating sites y publicidad de marcas de vinos. Lo que da singularidad a las pantallas francesas, al menos en abril de 2006, es la abundancia de citas de la *Anunciación* trasladadas al medio escénico, y especialmente al ballet. Varias de las citas podrían llamarse "anunciaciones órficas", aunque no todas pertenezcan a la variante del cubismo bautizada con este apelativo de "órfico" por Apollinaire en 1912. Lo que destaca en estas imágenes es el sentido de encantamiento, magia o misterio, y la inclusión de elementos fantásticos y no figurativos en la representación.

Como expansión y mestizaje con otras culturas destacan algunas anunciaciones contemporáneas fusionadas con la iconografía egipcia o con los personajes y la escenografía africana. No por nacionalidad, pero sí por lengua francesa, hay que resaltar las famosas Anunciaciones de Paul Delvaux y de Magritte, aunque no aparecen repetidamente en las pantallas exploradas bajo esta entrada. Ninguna de las dos guarda conexión con el mensaje atribuido al evangelista Lucas y ambas reflejan una posición crítica respecto al mundo cultural heredado por los dos pintores.

A continuación se presenta una selección de veinte imágenes contemporáneas de *L'Annonciation*, realizada con los mismos criterios que en los epígrafes anteriores.

L'Annonciation según Google, 2006 (selección)



Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril 2006.

9.- L'ANNUNCIAZIONE ITALIANA

En abril de 2006 Google ofrece 361.000 resultados en textos sobre L'Annunziata, y 3.460 en imágenes. Comparado con España, hay proporcionalmente menos textos y más imágenes. Las cifras serían mucho mayores y más heterogéneas si se añadiesen las de la Annunziata. También hay algunas imágenes relacionadas con la casita de Nazareth, donde según la tradición italiana tuvo lugar la primera Anunciación y fue trasladada siglos después por los ángeles a Loreto.

La primera pantalla de imágenes presenta tres citas de la misma obra de Fra Angelico (Museo San Marco) y otra más del mismo pintor. También se repite dos veces una Anunciación del Greco. Comparten pantalla una obra famosa de Botticelli y otra de Leonardo así como un fragmento de la famosísima de Simone

Martíni ubicada actualmente en Florencia, y obras de Tiziano, un Romanolo-Marchigiano, Benozzo Gozzoli y otro pintor no identificado del siglo XV, cuya obra se encuentra en San Giorgio de Pesaro, iglesia de San Pasqual. Otra imagen refleja la devoción existente en Italia por el Ángel de la Anunciación, que recibe tratamiento individualizado respecto a María. Dos de las imágenes comparten título pero en realidad no se refieren a la Anunciación a María. Otra, de factura moderna, tiene una clara influencia del cubismo órfico. Una de las imágenes no es pintura sino escultura.

Como elemento discordante respecto a los iconos mencionados destacan las imágenes situadas en sexto y noveno lugar. La imagen sexta es una representación de teatro actual, y aunque parece irónica no se aprecia claramente la intencionalidad. La imagen novena es una composición extraña, con flores naturales y una muñeca desnuda, distorsionada, que pertenece al catálogo de un artista actual italiano. En resumen, la primera pantalla ofrece una altísima concentración de obras muy conocidas y ya clásicas de autores italianos o exhibidas en Italia. Hay un diez por ciento de imágenes desubicadas respecto a la búsqueda pretendida y otro diez por ciento que pudieran, en principio, interpretarse como contestatarias.

El predominio aplastante del gran arte clásico se reduce considerablemente en la segunda pantalla, mucho más variada: se mantienen dos citas de Fra Angelico y una de Boticelli, y abundan las citas de pintores italianos, pero también da cabida a iconos bizantinos y a una escultura. No hay ninguna imagen desubicada, pero cuatro imágenes rompen claramente con la tradición renacentista o barroca de la Annunciazione. En dos de ellas, la ruptura puede considerarse meramente estilística, sin afectar profundamente al contenido o mensaje. Pero el relato visual de otras dos imágenes, desplegadas en primero y sexto lugar, es perturbador. Según la referencia en texto, el autor de la primera Annunciazione es Alberto Sabino (1932) y pertenece a una colección privada. Se repite frecuentemente en las pantallas siguientes, y lo recoge Hipólita Checcoli en un estudio titulado "Il corpo e le sue immagini", como ilustración de los cuerpos "otros". Y es que el pintor ha cambiado las escalas para hacer de Gabriel un gigante descomunal cuyo rostro apenas cabe para asomarse por la puerta de María. En cuanto a María, cuyo retrato pudiera por lo demás parecer convencional, la cabeza reclinada se prolonga en un enorme cuello y pico de pavo.

La imagen que remite a www.edoardobaraldi.it es aún más perturbadora, por el juego entre la mitad derecha de la composición y la mitad izquierda. La mitad derecha es totalmente convencional, con un ángel alado vestido con ropajes clásicos portando una azucena en la mano, que es copia de La Anunciación de Gentileschi (1623, Galería Sabauda, Turín). A diferencia de la mayor parte de las

anunciaciones, en las que el lecho se presenta tapado por un cobertor terso, el lienzo de Gentileschi presentaba la cama deshecha, con las sábanas blancas abiertas. La mitad izquierda de esta obra contemporánea la ocupa una mujer desnuda en avanzada gestación, fundida con un ángel del que sólo se aprecian las alas y los atributos viriles.

La selección adjunta se ha limitado a la producción contemporánea y se han seguido los mismos criterios que en las selecciones anteriores.

L'Annunciazione según Google, 2006 (selección)

				
www.edoardobaraldi.it	www.visarte-ticino.ch	www.liberliber.it	www.griseldaonline.it	www.anticoantico.com
				
www.raffaelecanoro.com/	www.liberliber.it	www.mpias.it	www.artfin.it	www.artonweb.it
				
www.riccigallery.com	www.nandosnozzi.ch	www.punto.it	www.galleriaroma.it	www.shiribia.it
				
www.artelcontrario.com	www.succoacido.it	www.liberliber.it	www.dariolanzetta.it	www.reflex.it

Fuente: Selección realizada por M.A. Durán sobre imágenes proporcionadas bajo esta clave por Google, abril 2006.

Por comparación con la Anunciación, la Annunciazione se nutre más de artistas de origen italiano y, sobre todo, hay mayor proporción de artistas contemporáneos que dirigen al espectador hacia sus propias páginas web, galerías o catálogos, tanto en italiano como en inglés. Los temas religiosos siguen siendo hoy materia pujante de inspiración para los artistas italianos plásticos, tanto para mantener el mensaje cristiano como para subvertirlo. Abunda el arte no figurativo, colorista, a veces de clara simbología, pero en otros casos es difícil interpretar la conexión entre el título y el contenido de la obra.

De las miles de anunciaciones visionadas para este estudio, ninguna tan brutal (hasta el punto de no reproducirse aquí para no herir la sensibilidad de algunos posibles lectores) como *L'Annunciazione* de Nando Snozzi de 1980 (www.nandosnozzi.ch) un pintor y escritor que ejerce docencia a través de su galería de arte y participa en el montaje de representaciones teatrales en diversos países europeos. No es un pintor marginal, sino licenciado en Bellas Artes por Milán y por París, y autor de una tesis (1977) sobre "Art brut e l'arte diseredata". Sus figuras fantásticas toman a menudo inspiración en episodios religiosos, (por ejemplo, su "Ultima Cena", 1984), y recoge una energía expresiva como en pocos autores se ha visto después de las Crucifixiones de Francis Bacon. También recuerda a Bacon por su frecuente utilización de animales en la composición y por la acentuación de rasgos animales en las figuras humanas. La presencia de espectadores en las escenas que pinta duplica la sensación de teatralidad, de espectáculo, y sugiere y busca complicidad en la mirada del espectador. En resumen, lo que Google ofrece bajo la clave de *Annunciazione* es un riquísimo patrimonio clásico y una no menos rica creatividad contemporánea, generalmente inconformista, muy adaptada al medio informático y a la circulación simultánea por los canales inglés e italiano.

CONCLUSIONES

En este estudio se ha tratado de exponer las posibilidades que ofrece internet para la investigación en sociología del arte y de la ciencia. Para ello se ha seguido la búsqueda de las referencias en texto e imágenes al tema de La Anunciación. En los cinco idiomas utilizados (español, inglés, francés, italiano y portugués) aparecen diferencias considerables, lo que revela el grado en que los canales lingüísticos articulan la información disponible para la investigación. En cambio, no se han apreciado diferencias notables en los materiales aportados por cuatro importantes buscadores (Google, Yahoo, MSN y Altavista). La característica principal de la información hallada es su enormidad y dispersión, lo que dificulta el avance si no se dispone de criterios selectivos claros. La red no es por ahora un buen sustituto de la biblioteca tradicional para el trabajo con materiales conceptuales o sistemáticos; pero es mucho más eficiente para proporcionar información sobre la actualidad. Además, aminora las dificultades derivadas de la imposibilidad física de acceso a bibliotecas y museos.

En cuanto al tema sustantivo de La Anunciación, este estudio sienta las bases para analizar conjuntamente las Anunciaciones clásicas y las contemporáneas. En el arte contemporáneo, el relato clásico de la Anunciación parece agotado en sus versiones continuistas, pero hay una corriente heterogénea, dispersa y muy viva que toma la idea esencial del relato para contradecirla. La ironía y la mordacidad, incluso la tragedia, son elementos constitutivos de la nueva plástica de La Anunciación que rechaza el contenido tradicional de su doctrina pero no ha producido todavía –como lo hicieron los artistas del Renacimiento y el Barroco- una nueva iconografía que exprese la certidumbre en un futuro con sentido.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHT, MILTON C.: "Art as an Institution" en Albrecht, Barnett and Griff (Eds.) *The Sociology of Art and Literature: reader*. Praeger, New York, 1970.
- Alcolea Blanch, S.: *Pedro Berruguete. Sagrada Familia / Llanto sobre el cuerpo de Cristo*, Instituto Amatller de Arte Hispánico, Barcelona, octubre 2001. (versión electrónica)
- ARASSE, D. : *L'Annonciation Italienne*, Hazan, Paris, 1999.
- ARASSE, D. : *Le sujet dans le tableau*, Flammarion, Paris, 1997.
- ARASSE, D. : Presentation, en Giarda, C. ; Gombrich, E.H. ; Shapir, M. et al, *Symboles de la Renaissance*, Paris, Presses de l'Ecole Normale Supérieure, 1980 (2ª edición), p. 9.
- ARASSE, DANIEL : "Ars memoriae et symboles visuels: la critique de l'imagination et la fin de la Renaissance" en Giarda, C., Gombrich, E.H. et al. *Symboles de la Renaissance*. Presses de l'Ecole Normale Supérieure, Paris, 1989, (2ª edición), pp. 57-73, esp. pág. 62.
- ARGULLO, R., BOZAL, V. Y OTROS: "Tensiones del arte y la cultura en el fin de siglo". *Arteleku*, Cuadernos nº 8, San Sebastián, 1993.
- BAUDINET, MARIE-JOSÉ: "Rostro de Cristo, forma de la Iglesia", en Feher, M., Naddaff, R., Y. Tazi, N.: *Fragments para una Historia del cuerpo humano*, Taurus, Madrid, 1990.
- BENITO, D., BLAYA, N. ET AL.: "María y la Iglesia de Valencia. La Mare de Déu", Catálogo de la Exposición "La Luz de las Imágenes", Tomo II, Valencia, págs. 219-312, 1999.
- BERIAIN, J.: *La lucha de los dioses en la modernidad*, Anthropos Editorial, Navarra, 2000.
- BERNSTEIN, J.M.: *The fate of art: aesthetic alienation from Kant to Derrida and Adorno*. Polity Press. Cambridge, 1992.
- BOZAL, VALERIANO: *MÍMESIS: LAS IMÁGENES Y LAS COSAS*, VISOR, MADRID, 1987.
- CABAÑAS BRAVO, MIGUEL: *EL ARTE POSICIONADO. PINTURA Y ESCULTURA FUERA DE ESPAÑA DESDE 1929*, SUMMA ARTIS, VOL. XLVIII, ESPASA CALPE, MADRID, 2001.
- CAMACHO MARTÍNEZ, R. Y MIRÓ DOMÍNGUEZ, A. (Eds.): *Iconografía y creación artística. Estudios sobre la identidad femenina desde las relaciones de poder*, Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga (CEDMA), Málaga, 2001.
- CANTÓ RUBIO, J.: *Símbolos del arte cristiano*, Universidad Pontificia de Salamanca, Cátedra, Colección El lenguaje del arte, Salamanca, 1985.
- CARRERA, A. Y SABORIT, J.: *Retórica de la pintura*, Cátedra, Madrid, 2000.
- CIRLOT, J.E.: *Diccionario de símbolos*, Editorial Labor, Barcelona, 1982.
- DEBRAY, RIGIS: *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en Occident*. Gallimard, París, 1992.
- DELAHOUTRE, MICHEL: "Lo sagrado y su expresión estética: espacio sagrado, arte sagrado, monumentos religiosos", en Ries, Julien: *Tratado de antropología de lo sagrado*, Trotta, Madrid, 1997.
- DELEUZE, GILLES: *Francis Bacon: logique de la sensation*. Editions de la difference, troisième édition, ISBN 2-7291-0160-8, 2 vols.
- DURÁN, M.A.: "De Fra Angélico a Francis Bacon: las Claves Sociológicas de la Anunciación" en *VVAA Reflexiones Sociológicas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp/921-956, 2005.
- DURÁN, M.A.: "Los tiempos inciertos", Roche, J.A. (Ed.) *Los espacios y tiempos inciertos de la cultura*, Anthropos, Barcelona, 2006.

- DURÁN, M.A.: "El dolor, la muerte y la memoria. Modelos sociales en la iconografía religiosa", en Pérez Vilarriño, J. (Ed.) *Religión y sociedad en España y los Estados Unidos*, Homenaje a Richard A. Schoenherr, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2003, pp. 73-100, 2003.
- DURÁN, M.A.: "Humanissima Trinitas. (Sobre los límites de la libertad de pensamiento)", en VVAA, *La Sociedad: Teoría e investigación empírica*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp/783-818, 2002.
- DURÁN, M.A.: "El programa epistémico del arte", en Radl, R. (Ed.) *Cuestiones Actuales de Sociología del Género*, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp/43-82, 2001.
- DURÁN, M.A.: "Viaje a la Osa Mayor", en Durán, M.A. *Si Aristóteles levantara la cabeza*, Cátedra, Madrid, 2000.
- DURÁN, M.A.: "Sobre ciencia, arte y movimientos sociales". Revista Arte, Individuo y Sociedad, n. 9. Universidad Complutense. Madrid, pp/107-128, 1997.
- DURÁN, M.A.: "Creer, descreer, crear", en Vidal, J. (Ed.) *La sociedad española a debate*, Tecnos, Madrid, , pp/35-53, 1990.
- ELIADE, M.: *Lo sagrado y lo profano*, Labor, Barcelona, 1981.
- ESCARIO, PILAR: *La anunciación en el renacimiento italiano: iconografía y simbología*, Tesina, Universidad Complutense de Madrid, 1982.
- FARSON, DANIEL: *Francis Bacon, aspects d'une vie*, Le Promeneur, Gallimard, 1994.
- FRAZER, J.G.: *La rama dorada*, México, Fondo de Cultura Económica, 1981.
- FRANCASTEL, PIERRE: *Sociología del Arte*, Alianza, Madrid, 1972.
- FREDERICSEN, BURTON, ET AL.: *Obras maestras del J. Paul Getty Museum. Pinturas, Thames and Hudson*, Londres, especialmente págs. 42-43, 1997.
- FURIÓ, VICENÇ: *Sociología del arte*, Cátedra, Madrid, 2000.
- GEYER-RYAN, HELGA: *Fables of desire. Studies in the ethics of art and gender*. Polity Press, Cambridge, 1994.
- GIARDA, C; GOMBRICH, E.H.; SCHAPIRO, M. ET AL : *Symboles de la Renaissance*, Paris, Presses de l'Ecole Normale Supérieure, 1980 (2ª edición).
- GIMBUTAS, MARIJA: "La religión de la Diosa en la Europa mediterránea", en Ries, Julien (coord.) *Tratado de antropología de lo sagrado*, Trotta, Madrid, 1997.
- GOMBRICH, E.H.: "Icones symbolicae. L'image visuelle dans la pensée néo-platonicienne", en Giarda et al. *Symboles de la Renaissance*. Presses de l'Ecole Normale Supérieure, Paris, pp. 17-30, 1976.
- GRABAR, A.: *Christian iconography : A study of its origins*, Princeton University Press, Princeton, 1968.
- GRABAR, A. : *Las voies de la création en iconographie chrétienne*, Flammarion, Paris, 1979.
- GUARDINI, ROMANO: *Imagen de culto e imagen de devoción. Sobre la esencia de la obra de arte*. Ed. Guadarrama, Madrid, 1960.
- JARAUTA, FRANCISCO (ED): "Tensiones del arte y la cultura en el fin de siglo". Arteleku nº 8 (Cuadernos). San Sebastián, 1995.
- LACARRA DUCAY, MARÍA DEL CARMEN: "La ciudad de seis pisos", Catálogo de la exposición "Las edades del hombre", Burgo de Osma, Soria, especialmente JMCM "Tablas del retablo de San Idelfonso", p. 191-200, 1997.
- LE GOFF, JACQUES: "¿La cabeza o el corazón? El uso político de las metáforas corporales durante la Edad Media", en Feher, Michel et al. *Fragments para una Historia del Cuerpo*. Taurus, Madrid, vol. III, 1990.

- LEIRIS, MICHAEL: *Francis Bacon. Face et profil*. Editions Albin Michel, 255 págs, 1983.
- LEYRA, ANA MARÍA: *La mirada creadora. De la experiencia artística a la filosofía*. Eds. Península, Barcelona, 1993.
- MÂLE, E.: *L'art religieux après le Concile de Trente: étude sur l'iconographie de la fin du XVIe siècle, du XVIIe, du XVIIIe siècle : Italie, France, Espagne, Flandres*, Paris, 1932.
- MARDONES, JOSÉ M^a: *El retorno del mito*, Editorial Síntesis, Madrid, 2000.
- MASCETTI, M.D.: *Diosas*, Robin book, Barcelona, 1992 (1^a edición en inglés, 1990).
- MATEO GÓMEZ, ISABEL: "La pintura española del primer renacimiento" en Pérez Sánchez, Alfonso (Dir.) *La pintura española*, Electa, Milán, 2 vols, tomo primero, pp. 185-244, 1995.
- MAUZI, O. Y GRAU-DIECKMANN, P.: "La reina testigo: Jeanne d'Evreux en su libro de horas", s.XIV, *Temas Medievales*, vol. 12, n^o 1, Buenos Aires, 2004 (versión electrónica).
- PHAIDON (ANÓNIMO): *La Anunciación*, Phaidon Press Limited, New York, 2004.
- MEER, FRÉDÉRIC VAN DER : *L'Apocalypse dans l'art*. Chêne, Belgique, 1978.
- MÉNDEZ, LOURDES: *La Antropología ante las artes plásticas (Aportaciones, omisiones, controversias)*, Colección Monografías, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2003, esp. pp. 95.
- MILES, MARGARET R.: *Image as Insight. Visual Understanding in Western Christianity and Secular Culture*, Beacon Press Boston, 1985.
- MITCHELL, W.J.T.: *Iconology. Image, Text, Ideology*, The University of Chicago Press, Chicago 1986.
- MONTREAL Y TEJADA, L.: *Iconografía del cristianismo*, El Acanalado, Barcelona, 2000.
- NEYTON, A., *Les clefs païannes du christianisme*, Les Belles Lettres, Paris, 1979.
- NOCHLIN, LINDA: *The body in pieces: the fragment as a metaphor of modernity*. Thames and Hudson, London, 1994.
- NOCHLIN, LINDA: *Women, Art and Power, and other essays*. London, Thames and Hudson, 1994.
- NOCHLIN, LINDA: *The politics of vision: essays on nineteenth-century art and society*. Thames and Hudson, London, 1994.
- PACHECO FRANCISCO, *El arte de la pintura*, Ediciones del arte. Barcelona, 1968 (primera publicación en Sevilla, 1641).
- PANOFKY, EDWIN: "L'Annonciation Friedsam et le problème du retable de Gand" en Panofsky, E. *Peinture et devotion en Europe du Nord*, Flammarion, Paris, 1997.
- PANOFKY, ERWIN: *El significado en las artes visuales*. Eds. Infinito, Buenos Aires, 1970 (1^a ed. En inglés, 1955).
- PEÑA, L.: "Bartolomé Murillo, pintor del pueblo español", Copyright 2004, revisado 31/03/2006, versión electrónica. (sobre Hospital de la Caridad, Sevilla, que contiene obras de Murillo).
- PEPPIETT, MICHAEL: *Francis Bacon: le sacré et le profane*, Fondation Dina Vierry-Musée Maillol, Paris, 2004.
- PÉREZ GAULI, JUAN CARLOS: *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*, Cuadernos Arte, Cátedra, Madrid, 2000.
- PÉREZ SÁNCHEZ, A. (DIR.): *La pintura española*, Electa, Milán, 1995, 2 vols.
- POLLOCK, GRISELDA: *Vision and difference. Femininity, feminism and the history of art*. Routledge, London, 1988.
- RÉAU, LOUIS: *Iconografía del arte cristiano*. Ediciones del Serbal, Barcelona, 1996 (1^a edición, en francés, 1958).

- REIS, JULIÁN (COORD.): *Tratado de antropología de lo sagrado*, Trotta, Madrid, 1997, p. 47 y ss.
- REPOLLÉS LLAURADÓ, J.: "El Angelus de Dalí y el misterio de la Encarnación", Investigación del Departamento de Historia del Arte, Facultad de Bellas Artes, Universidad Complutense, Madrid.
- REPOLLÉS LLAURADÓ, J.: "El complejo daliniano" en la revista *El Nido del Escorpión*, Escuela Contemporánea de Humanidades, 19 de febrero 2004.
- RODRÍGUEZ BARRAL, P.: "Los mecanismos retributivos del más allá en el drama medieval catalana-aragonés; su relación con las artes plásticas", *Société Internationale pour l'Étude du Théâtre Medieval*, XI Colloque, 2004
- SEBASTIÁN, SANTIAGO: *Contrarreforma y Barroco. Lecturas iconográficas e iconológicas*. Alianza Formas, Madrid, 1981.
- STEINBERG, LEO: *La sexualidad de Cristo en el arte del Renacimiento y en el olvido moderno*, Herman Blume, Madrid, 1989.
- STRATTON, SUZANNE L.: *The Immaculate Conception in Spanish Art*, Cambridge University Press, Cambridge, 1994.
- SYLVESTER, DAVID: "Un parcours", en *VVAA Francis Bacon. Anthologie*, Centre Pompidou, Paris
- SYLVESTER, DAVID : *Entretiens avec Francis Bacon*. Skira, Treviso, 1996. Introducción de Michel Leiris.
- TRENS, MANUEL: "*María. Iconografía de la Virgen en el Arte Español*", Ed. Plus Ultra, Madrid, 1947.
- VARELA, J.: "El poder de las imágenes. Las representaciones pictóricas de la Anunciación y el dispositivo de feminización", en *VVAA Reflexiones Sociológicas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp/1011-1040, 2005.
- VAREZZE, SANTIAGO DE LA (O DE LA VORÁGINE): *La Leyenda Dorada*, Edición comentada con prólogo de M. Macías, Alianza Editorial, Madrid, 2 vols., 1982 (edición original en 1264).
- WARNER, MARINA: *Tú sola entre las mujeres. El mito y el culto de la Virgen María*, Taurus Humanidades, Madrid, 1991 (1ª edición en inglés, en Gran Bretaña, 1976 por Weidenfeld and Nicolson, Ltd.), pág. 130-141.
- WILLIAMS, MICHAEL A.: "Imagen divina, prisión de la carne: percepciones del cuerpo en el antiguo gnosticismo", en Feher, M., Naddaff, R. Y Tazi, N. : *Fragmentos para una Historia del cuerpo humano*, Taurus, Madrid, 1990.
- YARZA LUACES, JOAQUÍN: *Beato de Liébana. Manuscritos iluminados*, Moleiro Editor, S.A., Barcelona, 1998.
- YARZA LUACES, JOAQUÍN: "La pintura española medieval: el mundo gótico", en Pérez Sánchez, Alfonso E (dir.): *La pintura española*, Electa, Milán, 1995, 2 vols.
- Zuffi, Stefano: "Episodios y personajes del Evangelio" en *Los Diccionarios del Arte*, Electa, Barcelona, 2003.