
AUTOIMÁGENES AFECTIVAS: DEL AUTODISEÑO A LA EXPOSICIÓN EMOCIONAL EN INSTAGRAM

Sara Piñeiro Fernández

Universidade de Vigo

Resumen: En la hipervisualidad de la era digital actual, la autoconstrucción por parte del artista contemporáneo de su propia imagen ha adquirido una nueva dimensión, no solo como interfaz estratégica, sino afectiva. Este artículo propone una lectura de la autoimagen como dispositivo que excede el autorretrato tradicional y se convierte en gesto de agencia emocional. Partiendo de la noción de autodiseño propuesta por Boris Groys, se analiza cómo ciertas artistas negocian su presencia visual en Instagram, generando narrativas afectivas que interpelan al espectador desde lo íntimo. Posteriormente, a través de los casos de artistas como Tracey Emin y Selma Selman, se examinan estrategias de exposición emocional que desestabilizan los regímenes visuales dominantes. Así, el artículo plantea que la autoimagen digital puede funcionar como cápsula emocional y superficie de contacto hacia una sinceridad digital emergente, donde la afectividad se convierte en vía de comunicación, resistencia y cuidado.

Palabras clave: AUTOIMAGEN; AFECTIVIDAD; SINCERIDAD DIGITAL; ARTISTAS CONTEMPORÁNEAS; INSTAGRAM

AFFECTIVE SELF-IMAGES: FROM SELF-DESIGN TO EMOTIONAL EXPOSURE ON INSTAGRAM

Abstract: In the hypervisuality of the current digital era, the self-construction of image by contemporary artists has acquired a new dimension– not only as a strategic interface, but as an affective one. This article offers a reading of self-image as a device that exceeds traditional self-portraiture and becomes a gesture of emotional agency. Drawing on Boris Groys' notion of self-design, it examines how certain artists negotiate their visual presence on Instagram, generating affective narratives that address the viewer from an intimate position. Subsequently, through the cases of artists such as Tracey Emin and Selma Selman, the article explores strategies of emotional exposure that destabilize dominant visual regimes. Thus, it argues that digital self-image can function as an emotional capsule and a contact surface toward an emerging digital sincerity, where affect becomes a channel for communication, resistance, and care.

Keywords: SELF-IMAGE; AFFECTIVITY; DIGITAL SINCERITY; CONTEMPORARY ARTISTS; INSTAGRAM

AUTOIRUDI AFEKTIBOAK: AUTODISEINUTIK EMOZIOEN AGERPENERA INSTAGRAMEN

Laburpena: Egungo aro digitalaren hiperbisualtasunean, dimentsio berri bat hartu du artista garaikideak bere irudia eraikitzeko egiten duen ahaleginak, ez baita soilik interfaze estrategiko bat, baizik eta baita interfaze afektibo bat ere. Artikulu honek proposatzen du autoirudia ikustea autorretratu tradizionaletik harago joan eta agentzia emozionalaren keinu bihurtu den gailu gisa. Boris Groys-ek proposatutako autodiseinu noziotik abiatuta, aztertzen da nola negoziatzen duten artista batzuek beren presentzia bisuala Instagramen eta nola sortzen dituzten ikuslea intimitatetik interpelatzen duten narrazio afektiboak. Ondoren, Tracey Emin eta Selma Selman artisten kasuen bidez, erregimen bisual nagusiak kolokan jartzen dituzten agerpen emozionaleko estrategia batzuk aztertzen dira. Hala, artikuluak planteatzen du ezen autoirudi digitalak funtziona dezakeela kapsula emozional gisa eta gorabidean dagoen zintzotasun digital batekiko kontaktu-azalera gisa, non afektibitatea komunikazio-, erresistentzia- eta zaintza-bide bihurtzen baita.

Gako-hitzak: AUTOIRUDIA; AFEKTIBITATEA; ZINTZOTASUN DIGITALA; ARTISTA GARAIKIDEAK; INSTAGRAM

Piñeiro Fernández, Sara. 2025. «Autoimágenes afectivas: Del autodiseño a la exposición emocional en Instagram». *AusArt* 14 (1): 73-85. <https://doi.org/10.1387/ausart.27867>

1. Introducción: Rozamientos afectivos y exposición digital

En arte, la investigación puede adoptar múltiples formas y surgir desde sustratos improbables e incluso insospechados. Puede estar, por ejemplo, al servicio del deseo de transmitir la experiencia del hecho artístico, es decir, del entramado personal y técnico que se da en la construcción de formas artísticas (González Francés 2023, 214), aunque también puede emerger del encuentro casual con aquello con el potencial de interpelar, incomodar, intrigar, dejándonos una marca o rozadura, por leve que sea.

De manera similar, la escritura académica en la investigación artística puede activarse a partir de ciertas observaciones atentas o casuales, o desde el tropiezo en repetidas ocasiones con un mismo elemento –aunque parezca insignificante o de poca importancia– que en su roce y abrasión permite visualizar posibles caminos o tendencias. Este texto constituye precisamente uno de esos casos y surge en el contexto de una investigación doctoral en curso acerca de la autoimagen de los artistas contemporáneos en los nuevos territorios mediáticos.

En particular, esta investigación se apoya en una metodología de observación participante, entendida como aquella técnica etnográfica que implica la inmersión del investigador en el fenómeno que estudia. A diferencia del participante ordinario, que actúa tácitamente sin reflexionar

activamente sobre las reglas que sigue, el observador participante mantiene una atención deliberada sobre las interacciones, actores y entorno del contexto o situación que le interesa investigar, mientras participa normalmente de dichas actividades, cumpliendo así un doble propósito. (Spradley 1980, 54). Tradicionalmente aplicada a entornos físicos, la técnica en este caso se ha adaptado a los espacios digitales que habitamos como artistas y agentes del campo artístico contemporáneo, con especial atención a la red social Instagram, donde seguimos, observamos y participamos de la actividad de otros artistas, exponiéndonos de forma constante a su autodiseño y presencia digital a través de las imágenes que de sí mismos producen y comparten en esta plataforma. Esa exposición reiterada, casi efervescente e integrada en la cotidianidad digital, puede parecer trivial o fácilmente eludible por la velocidad a la que circula y desaparece. Sin embargo, es en la colisión con lo real, en el intercambio y en la proliferación –además de en la insistencia algorítmica– donde ciertos patrones comienzan a emerger.

En el contexto hipervisual e hipercomunicativo contemporáneo, observamos cómo la imagen del artista ha dejado de ser un suplemento representativo para convertirse en un eje central de su visibilidad pública y, en consecuencia, de su capacidad para posibilitar su práctica artística. Entre todas las formas posibles de representación, es el rostro el que aparece con mayor insistencia en medios y plataformas, operando ya no como mero soporte representacional, sino como un elemento central en la construcción del sujeto creador y en su reconocimiento dentro del campo artístico. El rostro se convierte así en superficie de proyección e interfaz altamente afectiva e interpeladora. Su presencia activa una narrativa encarnada que interviene en la configuración identitaria del artista, moldeando las formas en que es percibido, valorado y situado en un ecosistema artístico determinado.

Cada vez más, es a través de la producción y gestión de la autoimagen que se despliega una escenificación específica por parte del artista, atravesada no solo por lógicas de mercado, algoritmos, exigencias institucionales y discursos normativos, sino por dinámicas afectivas e íntimas. Todo ello condiciona quién puede aparecer, cómo y desde dónde. La autoimagen se convierte en un campo de negociación entre lo íntimo y lo público, entre la agencia individual y las estructuras que regulan la visibilidad. Aunque el autorretrato no es tampoco la tipología de imagen que con más frecuencia aparece en las publicaciones de artistas *influencers* en las redes sociales, quienes «tienden a ser más comedidas en sus despliegues personales» (Labella-Martínez 2025, 7) que otro tipo de celebridades presentes en las redes digitales, en los casos aquí estudiados, se detecta una presencia significativa de autorrepresentaciones íntimas, tanto en forma de *selfies* como en imágenes que documentan momentos personales atravesados por circunstancias emocionales que terminan apareciendo en la práctica artística.

Esta ‘hipercomparencia’ –como hemos convenido en llamarla– no solo afecta como artista y observadora participante, sino que activa las preguntas que originan y articulan este texto: ¿qué papel juegan lo íntimo y los

discursos emocionales en las autoimágenes de artistas contemporáneos? ¿Qué emociones se negocian, amplifican o resisten en esta construcción visual de sí mismas? ¿Y qué está en juego en la tensión entre una autoimagen diseñada y una autoimagen afectiva?

De alguna manera, desde la afectividad y efectividad del rostro, estas prácticas podrían entrar en fricción con los regímenes emocionales establecidos en las redes sociales, al contraponerse a una estética digital hegemónica que tiende a uniformizar y neutralizar los contenidos.

2. Del autodiseño a la autoimagen afectiva: Una observación situada

La autoimagen digital excede el autorretrato tradicional y se convierte en cápsula emocional, en gesto de agencia afectiva. Como señala Amelia Jones (2006), la autoimagen no debe entenderse como una representación fija, sino como una construcción performativa mediada por tecnologías visuales, capaz de revelar tanto la interioridad como las estructuras que la atraviesan. En este marco, pensar el rostro como interfaz simbólica, afectiva y estratégica permite abordar la autoimagen como campo de negociación entre deseo, incomodidad, exposición y cuidado.

La noción de 'autodiseño', desarrollada por Boris Groys (2014), resulta clave para entender este fenómeno. En sus propias palabras, en la actualidad «el artista deja de ser un productor de imagen y se vuelve él mismo una imagen» (ibid., 39), una imagen obligada a mantener un contacto consigo misma en un contexto en el que, además, la visibilidad del arte contemporáneo es débil y comparable a la baja visibilidad de la vida cotidiana (ibid., 116-117). En el entorno digital, este tipo de práctica se intensifica: el artista se convierte en creador y gestor de su presencia pública, en diseñador de su narrativa visual. En este sentido, el objetivo principal del autodiseño, según Groys (2014, 41), es precisamente neutralizar la sospecha que inevitablemente asalte al espectador, generando un efecto de sinceridad que provoque confianza. Pero esta sinceridad, en el caso del autodiseño, no es necesariamente auténtica, sino una estrategia estética. Entonces, ¿puede existir en este contexto una autoimagen afectiva más que una autodiseñada?

Durante una reciente estancia de investigación predoctoral en la Universidad de Ámsterdam, asistí a una conferencia del artista Daniel Lie en De Ateliers. En ella, además de compartir sus procesos y los registros audiovisuales de exposiciones institucionales recientes, dedicó un espacio a reflexionar sobre la puesta en escena de uno mismo como artista. Lie señalaba que esta era una cuestión que se podía observar de forma más directa y evidente en la industria música o en las artes escénicas, donde la figura del intérprete es inseparable de la obra, pero que también estaba empezando a permeare el campo de las artes visuales, y del arte contemporáneo en general. Para Lie, había algo interesante en esta dimensión todavía ambigua y era la oportunidad única que supone de participar activamente

del proceso, «tal vez todavía estemos a tiempo de decidir cómo queremos aparecer, o incluso si queremos hacerlo»¹.

Se espera que uno sea responsable por la imagen que presenta a la mirada de los demás. Incluso se puede decir que el diseño de sí es una práctica que une a los artistas con una audiencia semejante de la manera más radical (Groys 2014, 40).

Sin embargo, parece que la intensificación de los procesos hipervisuales e hipercomunicativos del entorno digital podría reducir rápidamente ese margen de decisión que Lie mencionaba y que por el momento aún se mantiene. La circulación de la imagen del artista –y en particular la circulación de su rostro– ha crecido exponencialmente, condicionando no solo la recepción de la obra, sino también la forma en que se construye y percibe la figura creadora –que a su vez es asimismo creada–. A modo de ejemplo, podría citarse la experiencia que me compartió una artista con la que he colaborado a principios de este año 2025, en la producción de algunas piezas para su última exposición institucional. En su relato describió cómo tras enviar una selección cuidada de imágenes de su obra para ilustrar la publicación de una entrevista que le habían hecho para una revista especializada, lo que finalmente predominó en el artículo publicado fueron retratos suyos con los que, además, no se sentía totalmente cómoda. Este tipo de situaciones no son puntuales o anecdóticas, sino quizás sintomáticas de una lógica que privilegia sustancialmente la imagen del cuerpo como aquello necesario para dotar de una aparente unidad al trabajo artístico contemporáneo. Resulta verdaderamente paradójico que, en un momento en que muchos discursos y procesos en arte continúan orientados hacia los materialismos y nuevas ecologías, la figura del artista siga operando como un punto de anclaje y moneda de cambio constante. Es decir, aunque hablar de procesos, colectividades o disolución del sujeto siga siendo de gran importancia y pertinencia, el rostro del artista sigue ahí sosteniendo y performando, ocupando un espacio particular y catapultando el trabajo en arte hacia lo real. De algún modo, podríamos afirmar que la despersonalización solo funciona desde una cierta hiperpersonalización previa a través de la imagen autoconstruida.

En este marco, la investigación se plantea como una práctica de atención, una forma de estar con, de dejarse tocar, de construir conocimiento desde la proximidad. La autoimagen se convierte en una herramienta para pensar el arte no solo como producción de objetos, sino como producción de vínculos, de presencias, de gestos que nos atraviesan y condicionan. En su tesis doctoral, la artista Lorea Alfaro escribía acerca de la posición del artista en lo social como «una posición solitaria en una situación de gran exposición», lo cual ella relacionaba con una cierta debilidad. Una debilidad, sin embargo, no entendida como incapacidad, sino como convicción: «No es la debilidad de no poder con algo, sino precisamente la convicción de poder hacer algo desde esa inestabilidad respecto de lo convenido» (Alfaro 2021, 35). Por tanto, la investigación artística, cuando se orienta hacia la

autoimagen como dispositivo performativo, no puede limitarse a una observación externa ni a una sistematización cerrada. Requiere, por el contrario, de una metodología que se despliegue desde dentro, que se active en lo relacional, o que se sitúe en el roce entre práctica y pensamiento. El enfoque metodológico que articula este relato se basa en una práctica situada que entiende el conocimiento como algo que se construye en la interacción y en la exposición directa, en definitiva: en la deriva, en la convivencia y en el roce con el objeto de estudio.

En este caso, el interés por la autoimagen no parte tanto de su acotación o definición previos, sino del uso que está experimentando y los modos en que se manifiesta. «No preguntes por el significado, pregunta por el uso» (Wittgenstein en Laiglesia et al. 2008). Siguiendo esta perspectiva, no nos aproximamos a la autoimagen como objeto o cuerpo diseccionable, sino como una materia viva y una práctica intersticial que está en medio, tocándolo todo.

2.1. Entre lo íntimo y lo público: Una observación situada de Selma Selman y Tracey Emin

El primero de los ejemplos que se aborda en este artículo es el de la artista Selma Selman (Bihać, Bosnia, 1991), artista visual y performer bosnio-estadounidense, así como activista cultural y social que vive y trabaja entre Nueva York, Ámsterdam y Bihać. Pude visitar en varias ocasiones su exposición «Sleeping guards» en el Stedelijk Museum, presentada en el marco del premio de arte contemporáneo Abn Amor Kunstprijs, constituyó el primer contacto con su trabajo. A partir de entonces, y tras seguir su perfil en Instagram, la imagen de Selman comenzó a aparecer con frecuencia en mi entorno digital: el algoritmo la mostraba en el gimnasio, corriendo, en inauguraciones, presentaciones, encuentros, numerosas *selfies*, compartiendo eventos, documentación de obra y publicaciones con fondo negro y texto blanco que siempre comenzaban con la frase «Dear Omer». Este último quizás resulta el ejemplo más curioso y desmarcado respecto a otros ejemplos posibles de artistas cuya imagen circula activamente. Esas publicaciones con formato de carta publicados en su *feed* parecen una vía de comunicación directa con el mundo, que interpela a un nivel personal, por lo directo de los textos y el hecho de estar dirigidos aparentemente hacia un misterioso e inexistente receptor. Esto consigue además cierto distanciamiento de su imagen, lo que permite que en su aparición irrumpa con más fuerza. Los textos –publicados como imagen– íntimos, directos y cargados de significado abren paso a un discurso emocional que puede ser percibido como verdaderamente auténtico. Esta paradoja –la imagen como vía para deshacerse del yo y, al mismo tiempo, como única vía para constituirlo– resuena con fuerza en el momento presente. En un contexto donde la visibilidad se convierte en moneda y gesto de intercambio simbólico, la

autoimagen del artista opera como interfaz, pero también como superficie vulnerable y de afectación. En consecuencia, la autoimagen se presenta como un dispositivo complejo que articula agencia, afecto y contexto, y que participa activamente además en la construcción del sujeto creador contemporáneo por parte del espectador.

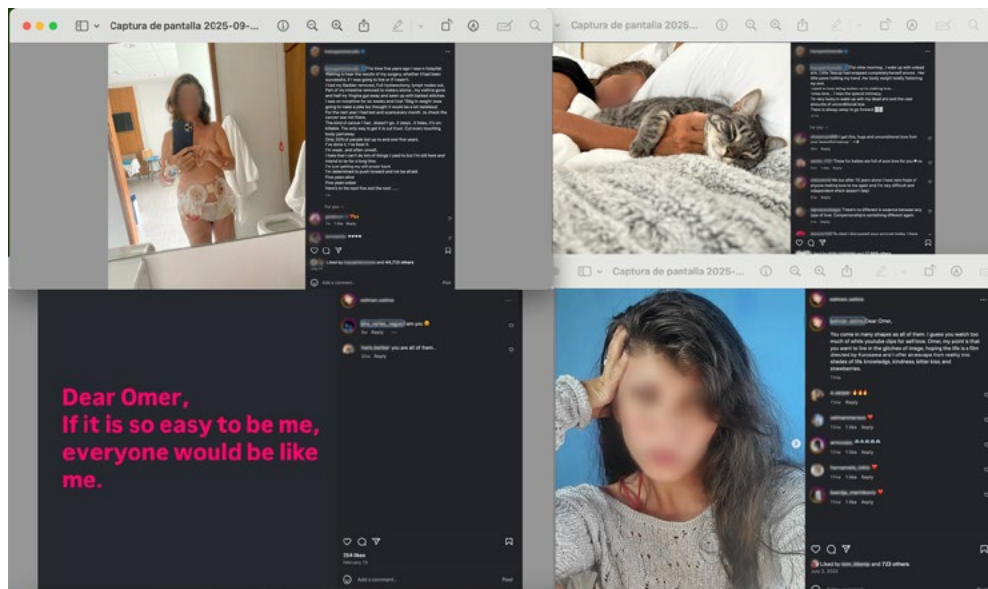


Figura 1. Archivo de autoimágenes.

En la parte superior capturas de publicaciones en Instagram de la artista Tracey Emin @traceyeminstudio Fuente: <https://www.instagram.com/traceyeminstudio/>

En la parte inferior capturas de publicaciones en Instagram de la artista Selma Selman @selman.selma Fuente: <https://www.instagram.com/selman.selma/>

El segundo ejemplo que atraviesa esta narrativa es el de Tracey Emin (Croydon, 1963), artista británica cuya práctica sigo desde mis primeros años de formación artística y que mantiene una presencia activa y significativa en Instagram. En este caso, su perfil, combina documentación de obra con imágenes íntimas y viscerales, activando una forma de exposición emocional que interpela desde lo cotidiano. Durante el confinamiento, sus publicaciones desde la cama –acompañada por sus gatos y con un fuerte componente textual– y las imágenes de su cuerpo afectado por la enfermedad generaban una narrativa que desbordaba la representación artística para situarse en el terreno de lo vivido. En este sentido, el rostro no es un utensilio, sino una herramienta que sugiere y activa una presencia emocional.

Ahora bien, a pesar de lo visiblemente espontáneo de su aparición, no es menos cierto que «las caras son privilegiadas por los algoritmos porque desencadenan un compromiso emocional más rápido que otros elementos visuales» (Wallach et al. 2025, 320). La fotografía, en este contexto, se

reafirma como medio dominante. Ya desde la segunda mitad del siglo XX la fotografía se convierte en paradigma central de las artes visuales, y es precisamente a través del autorretrato que se transforma en un medio privilegiado para «múltiples operaciones de despersonalización y modos de subjetivar» (Neves 2016, 14).

La cámara, al servicio de la máquina capitalista, sigue ofreciendo interpretaciones visuales de la interioridad. El autorretrato se convierte en un espacio de circulación del capital, ofrece su desinhibición al capitalismo global y se posiciona en el campo de la economía política (Neves 2016, 16).

No obstante, la intención reside en abordar la autoimagen desde sus posibilidades afectivas y resistentes a su propia condición inminente en el presente. Y desde la perspectiva de la investigación artística, esto implica necesariamente adoptar metodologías de conocimiento situado que reconozcan su dimensión encarnada (Haraway 1991, 188) contextual y relacional, así como nuestra propia participación en la cuestión. Asumir el rostro y la imagen del artista como dispositivos afectivos y performativos que atraviesan la práctica artística contemporánea permite situarlos en esa fisura entre la incomodidad y el deseo, entre la exposición y la resistencia. Si por definición lo performativo alberga un componente improvisado y una relación directa con el espectador, en el caso de la imagen digital, esta relación no es física, pero sí profundamente afectiva: tiene capacidad de rozamiento, de impacto, de interferencia, etc. Su performatividad no reside solo en el acto de mostrarse, sino en la capacidad de generar afecto, de activar una respuesta emocional en quien la observa. En Instagram, esta performatividad se despliega en múltiples formatos: desde los *posts* narrativos hasta los *stories* efímeros, desde los *selfies* espontáneos hasta las imágenes cuidadosamente planeadas. Cada gesto visual participa de una microcuraduría que el artista realiza sobre sí mismo, negociando simultáneamente con los marcos normativos del sistema artístico y con las lógicas algorítmicas de la plataforma.

3. A modo de conclusión: La autoimagen de artista como arquetipo de la nueva sinceridad digital

La atención al cuerpo en la investigación supone atender a los modos en que la subjetividad se materializa; reconocer sus formas, alterarlas, observando la información que aportan, como aquellos párrafos que se resisten a ser expresados, o identificando en la escritura ampliaciones, ecos y bucles que son reflejo de un conocimiento desconocido sobre uno/a mismo/a. Nos relacionamos con el lenguaje proponiendo una alternativa, asumiendo que hemos venido a alterar las normas y jugar

con el límite para hallar formas afectivas y sensibles. Este lado pulsional que se celebra en el arte tiene lugar en la investigación si quien escribe empuja su deseo de ser entendido/a; en otras palabras, puede permitirse todo juego y toda abstracción, además de cuanta carga personal desee o necesite, al margen de metodologías establecidas, si despliega la transmisión de su experiencia por los medios que puede de una manera significativa y generosa. Nos llega su ímpetu (González Francés 2023, 215)

Esta forma de entender la escritura que se permite el desvío, la carga personal y la opacidad, encuentra un eco directo en las prácticas de autoimagen que aquí se analizan y el modo de llegar hasta ellas. Así como el texto puede contener bucles, silencios o marcas del cuerpo que escribe, la imagen de sí que un artista construye también puede operar como superficie de afecto, como interrupción o como exceso. En ambos casos, se trata de gestos que no buscan representar de forma transparente, sino activar una experiencia situada, cargada de deseo, incomodidad o resistencia. Pensar la autoimagen desde la práctica artística contemporánea implica asumir su carácter inestable, su circulación constante y su capacidad de afectación. A lo largo del artículo se ha propuesto una lectura situada de este dispositivo, entendiendo que no se trata de una representación cerrada, sino de un gesto que se manifiesta, se extiende y se transforma.

Las referencias de Selma Selman y Tracey Emin han permitido observar en la práctica cómo la imagen del rostro –y su entorno– se activa como cápsula afectiva, como estrategia de visibilidad y como forma de resistencia que abre paso a un discurso emocional abierto en los nuevos contextos mediáticos. Ambas artistas, desde contextos muy distintos, despliegan una sinceridad digital desde la apertura más que desde una aparente transparencia. En general, lo que aparece en sus perfiles no es sino una existencia afectada, una presencia que se deja ver en sus gestos, en sus cuerpos, en sus silencios. Así, la autoimagen, en estos casos, no es solo una herramienta de comunicación, sino una forma de cuidado, de agencia y de posicionamiento frente a las narrativas y tendencias establecidas. Es precisamente en este umbral en donde se sitúa la autoimagen afectiva como cuestión germinal, desde una práctica que la observa y que se deja afectar por ella. La investigación no pretende intervenirla, sino simplemente observar su interferencia y su paso por los gestos, las decisiones y los modos de estar por parte de las y los artistas en lo emocional, tratando de propiciar «la posibilidad de un sistema no deliberado en el corazón de otro deliberado» (Martínez Pérez 2012, 35).

Siguiendo con esta idea, cabe destacar que la metodología aquí adoptada se ha construido en líneas generales desde la observación situada: desde el roce con las imágenes y desde la atención a lo que aparece y desaparece en los márgenes. «Quizás debamos aceptar no alcanzar grandes verdades en la investigación en arte, teniendo en cuenta que partimos de

ese conocimiento sensible amigo del detalle» (González Francés 2023, 226). Del mismo modo, este artículo no pretende ofrecer una teoría cerrada sobre la autoimagen, sino abrir un espacio para pensarla desde su uso, desde su activación, desde su capacidad para interferir en lo cotidiano. La imagen del rostro –face, faz, faciana– ha sido aquí punto de partida, no como símbolo, sino como superficie que se hace visible, que se deja afectar y que afecta. Con lo cual, pensar la autoimagen desde ahí es atender a su potencia para hacer visible aquello que todavía no tiene forma, y a su capacidad para sostener presencias en los nuevos contextos frágiles e hipervisuales.

Por último, quisiera destacar cómo el pasado 5 de julio de este mismo año, Tracey Emin compartía una foto en su perfil de Instagram, con el pecho y bolsa de su estoma descubiertos, mientras sostenía por el mango una red para limpiar la piscina. La publicación fue censurada y eliminada en menos de 24 horas, a pesar de contar con re-publicaciones intermitentes en los siguientes días por parte de otros artistas y conocidos. Si bien el cuerpo parece no tener cabida en estas plataformas, el rostro –como fetiche perfecto de una emocionalidad contenida– es el caballo de Troya que sí puede permanecer. El rostro se convierte así en un espacio de exposición permitida, donde lo íntimo se hace público dentro de unos márgenes completamente regulados en su mínima apertura. Son, por tanto, los rostros, de artistas como Selma Selman y Tracey Emin los que logran circular y pueden todavía actuar como cápsulas emocionales: gestos de una posible nueva sinceridad digital que desestabilicen los regímenes visuales dominantes.

Referencias bibliográficas

- Alfaro García, Lorea. 2021. «Amor y distancia técnica: Sobre una práctica propia [2005-2015]». Tesis Univ. del País Vasco. <http://hdl.handle.net/10810/50892>
- González Francés, Abián. 2023. «Cuidar de sí y dejarse influir: Propuestas y directrices para la escritura y la investigación en arte». *AYLLU-SIAF Revista de la Sociedad Iberoamericana de Antropología Filosófica* 5(1): 213-228. <https://doi.org/doi.org/10.52016/Ayllu-Siaf.2023.5.1>
- Groys, Boris. 2014. *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Traducción, Paola Cortes Rocca. Buenos Aires: Caja Negra. <https://n9.cl/yf4rw>
- Haraway, Donna Jeanne. 1991. «Situated knowledge: The science question in feminism and the privilege of partial perspective». En *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*, 183-201. New York: Routledge. <https://n9.cl/xf2jon>
- Jones, Amelia. 2006. *Self-image: Technology, representation and the contemporary subject*. New York: Routledge
- Labella-Martínez, Antonio. 2025. «Artista e influencer: Autoconstrucción del yo en la era digital y diálogo global en Instagram». *Artnodes* 36: 1-11. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i36.430717>
- Laiglesia y González de Peredo, Juan Fernando de, Martín Rodríguez Caeiro & Sara Fuentes Cid, eds. 2008. *Notas para una investigación artística: Actas 'Jornadas La carrera investigadora en Bellas Artes: estrategias y modelos (2007-2015)'*. Vigo: Universidad de Vigo
- Martínez Pérez, Chus. 2012. «How a tadpole becomes a frog: Belated aesthetics, politics, and animated matter; Toward a theory of artistic research». En *Documenta (13): The book of books; catalog 1/3*, foreword Bertram Hilgen; preface Carolyn Christov-Bakargiev, 46-57. Kassel: Hatje Cantz
- Neves, María Eduarda Dias. 2016. «O auto-retrato: Fotografia e subjectiva». Lisboa: Palimpsesto
- Spradley, James P. 1980. *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Wallach, Karen Anne, Hieu Pham, Anthony Koschmann & Gaurav Arwade. 2025. «Analyzing the impact of faces on consumer engagement in social media videos: a machine learning approach». *Journal of Consumer Marketing* 42(3): 318-335. <https://doi.org/doi.org/10.1108/JCM-01-2024-6526>

Notas

- 1 Dan Lie, *Artist talk* [programa de charlas con artistas] en De Ateliers (Amsterdam), 1 abril 2025. <https://www.instagram.com/p/DG5ziMyh07z/>

(Artículo recibido: 14/09/2025; aceptado: 03/11/2025)