

## CIELITO LINDO. Cuando las imágenes (re)tocan lo real

*CIELITO LINDO. When Images (Re)Touch Reality*

*«CIELITO LINDO» (Beau petit ciel). Quand les images  
(re)touchent le réel*

*CIELITO LINDO. Quando as imagens (re)tocam a  
realidade.*

*СЪЕЛИТО ЛИНДО (прекрасное небо) Когда  
изображения (вновь)касаются реальности*



**Cristina Arribas Sánchez<sup>1</sup>**

Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona  
Universitat Politècnica de Catalunya  
Barcelona, España  
[cristina.arribas@upc.edu](mailto:cristina.arribas@upc.edu)

### Resumen

El paisaje del Antropoceno se torna frágil, como la arquitectura moderna. Si en esta prevalecían las necesidades de la masa trabajadora, en el Paisaje moderno, será la masa consumidora quien, además de explotarlo y agotarlo, lo sustituirá por su imagen, su representación, anulando así su

---

<sup>1</sup> Doctora Arquitecta, urbanista y profesora de Teoría e Historia en la Escuela de Arquitectura de Barcelona. Con especial interés en los medios visuales de representación de la modernidad, el paisaje y el turismo. Uno de sus principales ejes es la tarjeta postal como medio esencial de representación. Tiene publicaciones sobre imagen turística, modernidad, ciudad, representación del paisaje, cine o fotografía. Ha comisariado exposiciones en Barcelona, Canarias, Andalucía y Japón.

existencia y *patrimonializando* -en su faceta literalmente económica- su representación para la perfecta venta. Las tarjetas postales dan buena cuenta de ello. El anacronismo que es hoy enviar una postal, no lo es, en cambio, la manipulación y el retoque de su imagen. La tarjeta postal no viaja ya cargada de emoción, sino cargada de munición. Munición suficiente para bombardear y destruir cualquier destino susceptible -muy susceptible- de ser entregado al turista consumidor. En todo este mundo cartófilo, en su *boom*, comprobamos cómo el cielo se convierte en protagonista de un juego de repeticiones y ensamblajes. A veces, un mismo cielo se multiplica sobre distintos paisajes; otras, un mismo paisaje se reinventa bajo cielos diferentes. En esta práctica de montaje, las postales revelan su esencia como artificios visuales que desafían nuestra percepción y nos invitan a reflexionar sobre la construcción visual y los estereotipos del paisaje. Se abre el telón del fantástico espectáculo celeste.

**Palabras clave:** tarjetas postales, montaje, representación del paisaje, cielo

### **Abstract**

*The landscape of the Anthropocene becomes fragile, like modern architecture. If the needs of the working masses prevailed in the former, in the Modern Landscape, it will be the consuming masses who, in addition to exploiting and exhausting it, will replace it with its image, its representation, thus nullifying its existence and patrimonializing—in its most literally economic aspect—its representation for perfect sale. Postcards clearly reflect this. The anachronism of sending a postcard today is not, however, the manipulation and retouching of its image. The postcard no longer travels loaded with emotion, but loaded with ammunition. Enough ammunition to bombard and destroy any destination susceptible—very sustainable—to being delivered to the consumer tourist. Throughout this world of cartophiles, in its boom, we see how the sky becomes the protagonist in a game of repetitions and assemblages. Sometimes, the same sky is multiplied over different landscapes; other times, the same landscape is reinvented under different skies. In this montage practice, postcards reveal their essence as visual devices that challenge our perception and invite us to reflect on the visual construction and stereotypes of the landscape. The curtain rises on the fantastic celestial spectacle.*

**Keywords:** postcards, montage, landscape representation, sky

## **Resumo**

*A paisagem do Antropoceno se torna frágil, como a arquitetura moderna. Se na primeira prevaleceram as necessidades das massas trabalhadoras, na Paisagem Moderna serão as massas consumidoras que, além de explorá-la e esgotá-la, a substituirão por sua imagem, sua representação, anulando assim sua existência e patrimonializando — em seu aspecto literalmente econômico — sua representação para venda perfeita. Os cartões-postais refletem isso claramente. O anacronismo do envio de um cartão-postal hoje não é, contudo, a manipulação e o retoque de sua imagem. O cartão-postal não viaja mais carregado de emoção, mas carregado de munição. Munição suficiente para bombardear e destruir qualquer destino suscetível — muito suscetível — de ser entregue ao turista consumidor. Por todo esse mundo de cartófilos, em seu auge, vemos como o céu se torna protagonista de um jogo de repetições e montagens. Às vezes, o mesmo céu se multiplica sobre diferentes paisagens; outras vezes, a mesma paisagem se reinventa sob diferentes céus. Nesta prática de montagem, os cartões-postais revelam sua essência como dispositivos visuais que desafiam nossa percepção e nos convidam a refletir sobre a construção visual e os estereótipos da paisagem. A cortina se abre para o fantástico espetáculo celestial.*

**Palavras chaves:** cartões postais, montagem, representação de paisagem, céu

## **Résumé**

*Le paysage de l'Anthropocène devient fragile, comme l'architecture moderne. Si dans celle-ci prévalaient les besoins de la masse ouvrière, dans le paysage moderne, ce sera la masse consommatrice qui, en plus de l'exploiter et de l'épuiser, le remplacera par son image, sa représentation, annulant ainsi son existence et patrimonialisant -dans sa facette littéralement économique - sa représentation pour une vente parfaite. Les cartes postales le montrent bien. L'anachronisme qui est aujourd'hui d'envoyer une carte postale, ne l'est pas, par contre, la manipulation et le retouche de son image. La carte postale ne voyage pas déjà chargée d'émotion, mais chargée de munitions. Munitions suffisantes pour bombarder et détruire toute destination susceptible- très susceptible- d'être livrée au touriste consommateur. Dans tout ce monde cartographe, dans son boom, nous constatons comment le ciel devient protagoniste d'un jeu de répétitions et d'assemblages. Parfois, un même ciel se multiplie sur des paysages différents ; d'autres fois, un même paysage se*

*réinvente sous des cieux différents. Dans cette pratique de montage, les cartes postales révèlent leur essence comme des artifices visuels qui défient notre perception et nous invitent à réfléchir sur la construction visuelle et les stéréotypes du paysage. Le rideau du spectacle céleste fantastique s'ouvre.*

**Mots clés :** cartes postales, montage, représentation du paysage, ciel

### **Резюме**

Ландшафт антропоцена становится хрупким, подобно современной архитектуре. Если в первом преобладали потребности трудящихся масс, то в современном ландшафте именно потребительские массы, помимо эксплуатации и истощения, заменяют его своим образом, своим представлением, тем самым сведя на нет его существование и превратив – в буквальном смысле слова, в экономическом смысле – его представление в качестве идеального товара. Открытки ясно отражают это. Анахронизм отправки открытки сегодня, однако, заключается не в манипуляции и ретуши изображения. Открытка больше не наполнена эмоциями, а наполнена боеприпасами. Достаточно боеприпасами, чтобы бомбардировать и уничтожить любое место назначения, поддающееся – очень поддающееся – доставке туристу-потребителю. В этом мире картофилов, в его расцвете, мы видим, как небо становится главным героем игры повторений и ассамбляжей. Иногда одно и то же небо умножается на разных ландшафтах; в других случаях один и тот же пейзаж переосмысливается под разными небесами. В этом монтажном приёме открытки раскрывают свою сущность как визуальные средства, бросающие вызов нашему восприятию и побуждающие нас к размышлениям о визуальной конструкции и стереотипах пейзажа. Занавес поднимается, открывая фантастическое небесное зрелище.

**Слова:** открытки, монтаж, изображение пейзажа, небо



Figura 1. Tarjeta postal romántica y bordada. Comercial Prat, Girona, años setenta

*“No te harás imagen, ni ninguna semejanza de lo que esté arriba en el cielo, ni abajo en la tierra, ni en las aguas debajo de la tierra...”*

*2º. Mandamiento. Éxodo 20: 4-24. Antiguo Testamento de la Biblia.*

En la introducción<sup>2</sup> del primer capítulo de su libro *Sobre la fotografía*, en el conocido texto sobre el fragmento de la película *Les Carabiniers* (1963) de Jean-Luc Godard, Susan Sontag se refiere a las tarjetas postales con cierto tono despectivo en el mundo de la Fotografía. En este texto hace referencia al momento en que los soldados regresan a casa cargados de postales. Sontag nos abre los ojos para ver la

---

<sup>2</sup> <sup>1</sup>SONTAG, Susan. *On Photography*. (New York: Picador, 1977), p.3.

fotografía no como medio para capturar lo circundante, sino como forma en que el comercio de fotos aprovecha el medio para cosificar y banalizar aquellas vistas que, transformándose en tarjetas postales, pueden ser provechosas comercialmente. Esta faceta comercial y de consumo que posee la tarjeta postal es la que le otorga una serie de categorías visuales más ligadas al mundo de la publicidad que al de la fotografía (aunque haya excepciones y muy buenas fotografías). Parece que la postal ideal, la que persigue como ideal el editor, es la postal que se vende, la que reclama el consumidor. Y para ello, todo es válido en el campo de batalla del mercado: montaje, corta y pega, pinta y colorea, ...el paisaje en venta, de rebajas, una ganga. últimas existencias, remate total.

Volviendo a la Fotografía, en sus primeros tiempos, la manipulación y el retoque obedecían casi siempre al interés de los fotógrafos por compensar las limitaciones de la técnica y lograr unas imágenes lo más similares a la realidad; para aumentar la paleta monocroma de sus obras, por ejemplo, le añadían pigmentos a los retratos o los paisajes, consiguiendo así una sensación de mayor verosimilitud y embelleciendo su apariencia. Veracidad y embellecimiento, entonces, eran los principales objetivos. A ello se añadieron acciones más sofisticadas con fines políticos o estratégicos, o un amplio abanico de montajes y manipulaciones para dotar de fantasía a las imágenes. El montaje es omnipresente en la cultura y el discurso modernos. Arraigado en la producción industrial y las prácticas de imagen popular en el siglo XIX, y logrando su forma reconocible en los movimientos de vanguardia de la década de 1920, la yuxtaposición con elementos fotográficos

se convirtió en un principio compositivo básico en todos los medios artísticos. En los años veinte y treinta se asentaron las bases para la práctica del arte montajista. El montaje de fragmentos, la yuxtaposición de realidades dispares, el corte visual de la realidad cosmopolita y la recomposición collagista del arte forman parte del vocabulario esencial de la producción artística de las vanguardias de ese período, implicadas en la construcción de una nueva visión artística y experimental. Las tarjetas postales cuentan desde sus inicios gráficos y fotográficos con una gran tradición en el uso del collage y el montaje. En los primeros tiempos, casi siempre se trataba de montajes a nivel gráfico (no fotográfico), cuyo objetivo era embellecer la imagen del destino o del motivo que mostraba el anverso.

En el apartado de su libro “El Kitsch. Antología del mal gusto”, *el turismo y la naturaleza*, afirma Dorfles que las descripciones de los viajeros antiguos, en la era pre turística, nunca fueron kitsch. La sustitución de la realidad por su representación: las pseudonaturalezas, las recreaciones de lugares, etc. es el punto clave del proceso de «kitschización» en lo turístico. El turista solo va a visitar los lugares sobradamente célebres y ya tiene prefabricados sus sentimientos.

Los lugares dejarán de serlo, para ser solo «pseudolugares». Así, pues, la naturaleza se convertirá también en «pseudonaturaleza», con géiseres domesticados para ser visitados y fotografiados, cascadas y erupciones volcánicas programadas y glaciares que se visionarán desde el telesilla. Incluso los cielos ni serán reales ni serán cielos.

Los cielos de las tarjetas postales, con repertorios de nubes a la carta y estratégicamente colocadas, se convierten en espectáculo, en escenarios del paisaje ideal, idílico y feliz. se abre el telón.

## 1. "*Backstage*" celeste

La relación entre el medio fotográfico y lo celestial tiene un antecedente exclusivamente meteorológico, bien documentado en algunos atlas de cielos, colecciones fotográficas de archivos oficiales o fichas depositadas hoy en archivos meteorológicos o cartográficos. En el caso barcelonés, por ejemplo, encontramos la figura de Eduard Fontserè, hace un siglo, director del Servei Meteorològic de Catalunya, quien llevó a cabo una labor documental de los cielos observados diariamente desde el Observatorio Fabra -entre otros lugares- junto al análisis formal y tipológico de éstos. Como podemos comprobar en las fichas de este archivo, el factor tiempo -y no el montaje, como veremos más adelante en el ámbito fotográfico artístico o en el universo cartófilo- es el agente de cambio o variables celestes.



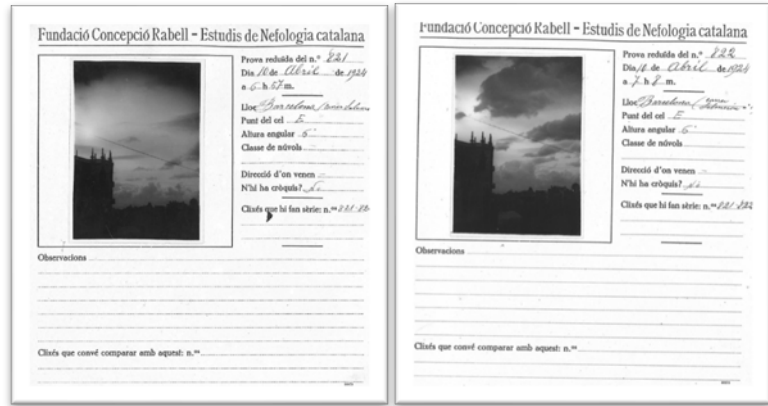


Figura 2. Dos fichas del 10 de abril 1924 a las 5:57h y las 7:08h respectivamente, tomadas en Barcelona desde el mismo lugar. Archivo del Institut Cartogràfic de Catalunya.

En el campo puramente artístico o de la representación, con la Modernidad, se va perdiendo el sentido de la religiosidad y lo humano va tomando el mando, aunque podemos encontrar sus restos en otras facetas más superficiales aún y ligados a la representación gráfica y formal. Lo divino que solía “vivir” y comunicarse sobre lo humano, a través precisamente de las nubes y el cielo, como veíamos en las estampas religiosas o en la pintura sacra, es ahora sustituido por otros valores sagrados como el consumo y la venta...en definitiva, el Capitalismo.

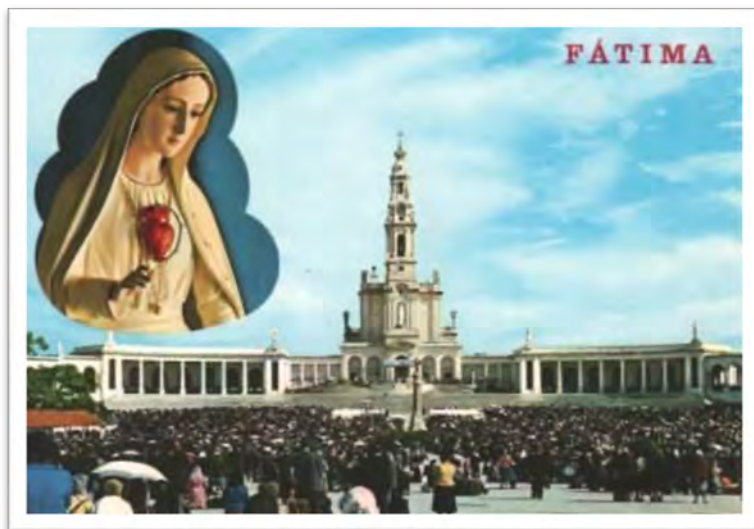


Figura 3. Tarjeta postal. Fátima. Oraciones. Edidata por Nossa Senhora do Perpétuo Socorro. Oporto, 1965.

En el Romanticismo, muchos autores captarán el teatro de la Naturaleza cambiante y los efectos de la luz para representar los paisajes y mostrar así los estados del alma. En este marco y teniendo en cuenta que, en gran medida, el sentimiento del paisaje radica en el cielo, autores como Gustave Le Gray, desde la Fotografía, manipulan las tomas fotográficas con un proceso de montaje del que podríamos afirmar que, aunque ennoblece y eleva la Fotografía a las Bellas Artes acercándose a la Pintura, el resultado trasciende lo pictórico, con respeto a la realidad, pero con devoción a la belleza. Este hecho lleva a Le Gray a combinar dos negativos de manera simultánea, ante la imposibilidad de captar los dos planos de celaje y mar de una sola vez con el efecto de definición deseado. La diferencia lumínica entre

ambos dirigió a Le Gray a realizar exposiciones separadas, uniéndolas posteriormente por la línea del horizonte en el proceso de positivado. Esta pionera intervención de laboratorio sobre una imagen de la naturaleza hay que entenderla dentro del juego de influencias evidentes en aquel momento entre fotografía y pintura. Este juego táctico lo llevó al extremo de montar un mismo plano marino con diversos cielos, llegando al extremo incluso de combinar cielos normandos con mares mediterráneos o viceversa.



Figura 4. La gran ola, Gustave Le Gray, 1857. Colección Patrimonio Nacional, Madrid. Archivo General de Palacio.

Pero en el mundo fotográfico, podemos encontrar posteriormente otros autores que embellecen, manipulan y se interesan especialmente por el cielo. El fotógrafo americano Alfred Stieglitz (1864-1946), en su serie *Equivalents*, por ejemplo, También el inglés Henry Peach Tobin (1830-1901), en sus positivados fotográficos combinados, o en algunos fotógrafos pictorialistas que incluso posteriormente, y a través de la técnica del bromóleo, como los catalanes Joaquim Pla Janini (1879-1970) o Josep Maria Casals Ariet (1901-1986), intercambian los cielos para embellecer sus fotografías.



Figura 5<sup>3</sup>. Pla Janini. Dos bromóleos con el mismo título -Reliquias de la mar"-, pero datados en 1962 y 1948 respectivamente.

<sup>3</sup> VVAA. *Bromolis. Fotografia pictorialista de Pla Janini*. (Barcelona: Museu Marítim de Barcelona, 2021), p.90.

## 2. (Re)Tocar el cielo



Figura 6. Tarjeta postal americana de los años cincuenta editada por American Airlines

Asómese a la ventana...desde el cielo! Eso es gozar de la vida; sentirse desligado de la tierra, y volar a 200 millas por hora.

Con este enunciado se presenta e “ilustra” en su reverso una tarjeta postal americana de los años cincuenta, editada por la compañía aérea American Airlines.

La cuestión del cielo es central en las tarjetas postales, ya que marca el tono del verano, del "buen tiempo" conectado con la idea de placer para el turista, una de sus principales preocupaciones, pero también dotándolas de variantes celestes que intensifican su representación atractiva. Como ya se había hecho en la Fotografía, las llamadas máscaras de cielo "inactínicas" (amarillas o rojas) se aplicaban a los negativos destinados a la producción de postales, lo que

permitía incluir el cielo deseado para variar la impresión de los lugares y paisajes. Además de manipular la gama cromática, los retocadores también añadían nubes al grafito y los editores tenían a su disposición auténticos "catálogos de cielos y nubes a la carta"<sup>4</sup>. Por un lado, podían coexistir tarjetas postales en diferentes versiones de las mismas fotografías con cielos y colores variables, y por otro, tarjetas postales de lugares dispares con exactamente los mismos cielos y nubes. Estas variaciones y fantasías celestes generan la construcción progresiva de imágenes que revelan una realidad paralela y ficticia, donde el cielo ni es real, ni es cielo: una realidad turística y, además, postalera.

Estas dos modalidades de manipulación sin escrúpulos y que -sin que nos demos cuenta- falsean los cielos, adoptan repertorios propios de cada editor. García Garrabella, por ejemplo, era un maestro en probar diversos cielos para cada escena: el mismo lugar con cielo azul, sin rastro de nubes y otra propuesta donde “pegaba” literalmente un cielo con sus nubes colocadas estratégicamente y que dotaba a la imagen de una inexplicable realidad más atractiva. Pero no era solamente este editor, podríamos incluir a casi todos...cada uno de ellos, aquí y en todas partes, practicaban esas manipulaciones -unos más sutilmente que otros-.

---

<sup>4</sup> BOUILLON, Marie-Ève. *Nouvelles du paradis, la carte postale de vacances*. (France: Éditions Loco. Musée de La Poste, 2023). p.79.



Figura 7. Dos tarjetas postales. Segovia. Iglesia de los Templarios. García Garrabella y Cía., 1964.



Figura 8. Dos tarjetas postales. Zaragoza. Serie 82, n.º 1.034. Complejo Turístico El Cachirulo. Kolor-Zerkowitz, 1968.



Figura 9. Dos tarjetas postales. Passagier-Schnelldampfer "Hanseatic". Hamburg Atlantik Linie...Hans Andres Verlag, principios años sesenta.



Figura 10. Dos tarjetas postales. Pisa. Piazza dei Miracoli. Ediz. La Torre, años sesenta.



Figura 11. Dos tarjetas postales. Barcelona. Templo de la Sagrada Familia. Comercial Escudo de Oro, 1981 y 1988.

La otra modalidad de montaje celeste sería la que genera justamente el resultado contrario a los vistos anteriormente. La cuestión es ahora repetir el mismo modelo de nube -o de fragmento de cielo con nubes- en



diversos destinos -y a veces, bien diversos-. A menudo son modelos formales fácilmente reconocibles y cada editor cuenta con los suyos. La nube en forma de conejo, la nube caballito de mar, la pareja de nubes en dueto, la nube lagarto...La misma e idéntica nube podemos encontrarla en Barcelona, Madrid, La Coruña, Bilbao, Sitges, ...giradas, camufladas parcialmente detrás de una montaña, o de un hotel.

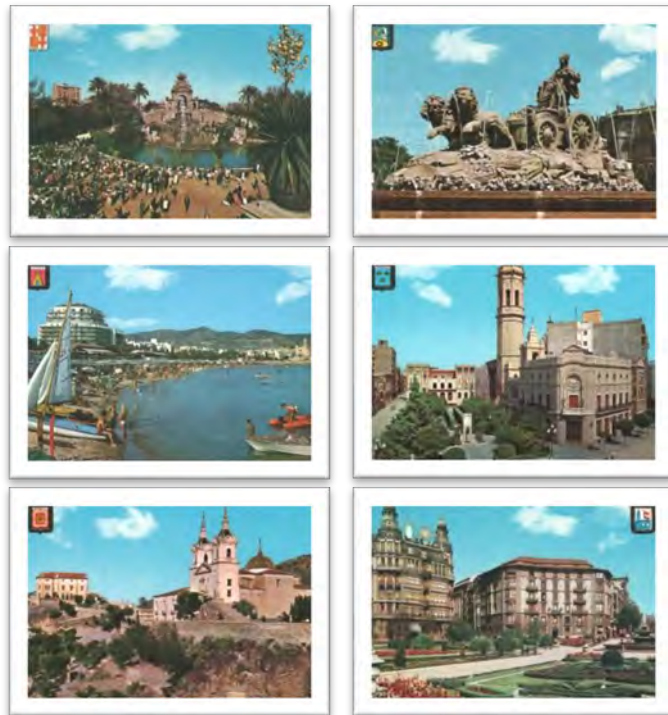


Figura 12. Tarjetas postales del editor Escudo de Oro editadas en la década de los años 60 que pertenecen a un grupo mucho más amplio y en las que se retoca el cielo con la imagen de la misma nube en todas ellas.

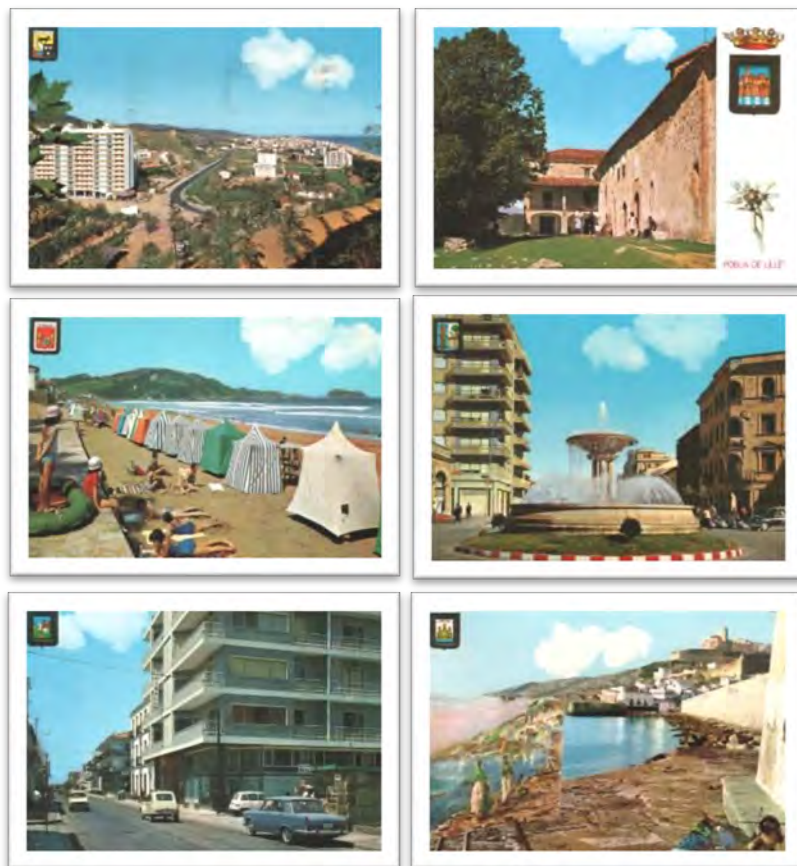


Figura 13. Tarjetas postales del editor Escudo de Oro editadas en la década de los años 60 que pertenecen a un grupo mucho más amplio y en las que se retoca el cielo con la imagen de la misma nube-doble en todas ellas.

Porque ese cielo azul que todos vemos  
 ni es cielo, ni es azul  
 ¡Lástima grande que no sea verdad tanta belleza!<sup>5</sup>  
 Lupercio Leonardo de Argensola (1559-1613).

### 3. Pop-pictorialismo postalero

La tarjeta postal es un objeto transitivo, literalmente transita y, como tal, además, requiere de varios participantes, tiene complementos y se complementa con retoques. A veces, los retoques van más allá y trascienden la voluntad de simular una realidad creíble mínimamente, traspasando lo fotográfico para casi exclusivamente intervenir con lo gráfico literalmente. Pintar sin escrúpulos, dibujar la realidad desde la fantasía más propia del mundo de la animación, de los Walt Disney Studios...El arco iris es uno de los máximos exponentes de esta tipología postalera de exaltación del color y el optimismo turístico. Los cielos, más que nunca, anuncian la alegría de vivir, de vivir de vacaciones, la belleza exasperada de los lugares, rozando la mirada infantil del mundo.

Antonio Miró pintó en 1967 la obra “El oro del azul”, de la serie *Las Constelaciones*. El título refleja precisamente la importancia del color azul y la presencia de elementos dorados, creando una atmósfera poética y cósmica. Una realidad paralela -otra-, donde, como en un sueño, la lógica es opcional y el color es protagonista. Es justamente lo que ocurre en las tarjetas postales, con una lógica cada vez más dudosa y donde el color y el montaje -a veces más

---

<sup>5</sup> G. ROMERO, Pedro. Fragmento del texto de sala de la exposición “Cielito lindo”. (Barcelona: Galería ChiquitaRoom de Barcelona, 2025).

inverosímiles- se priorizan, rozando la peor de las pesadillas. Dicen que el tiempo es oro y, en este caso, el espacio, también y se vende a precio de oro y a todo color, el que más convenga y el que mejor lo venda: *pop-pictorialismo postalero*. El oro del cielo azul...y *The city at the end of the rainbow*.

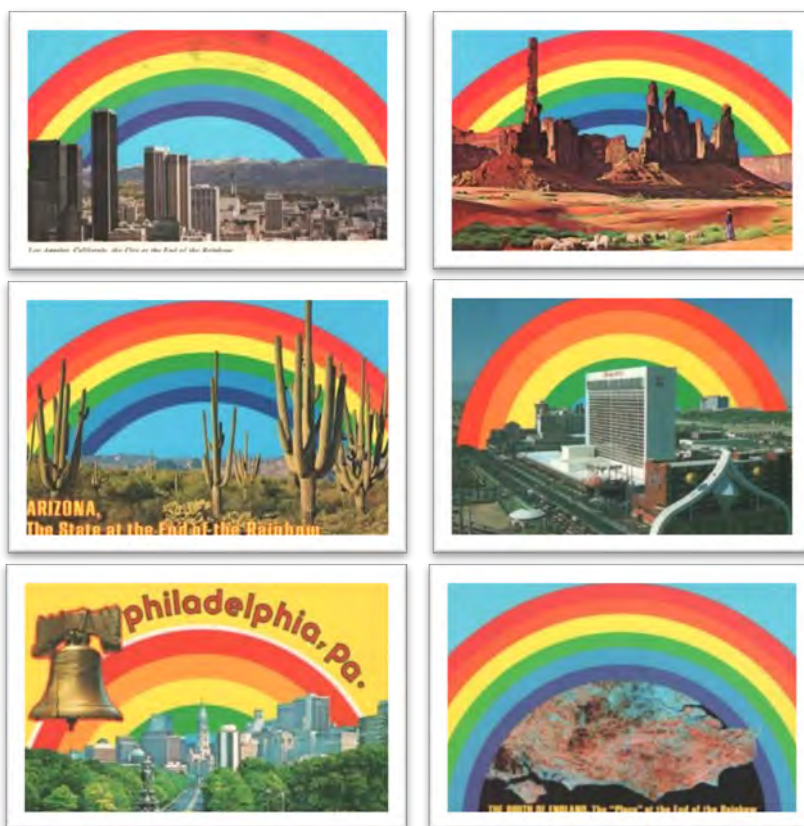


Figura 14. Tarjetas postales americanas de los años setenta de la serie, *The city at the end of the rainbow*.

#### 4. Remate final

René Magritte, gran pintor de cortinas, parecía querer mostrar más bien lo oculto que lo invisible para descifrar este mundo en clave, aparentemente, de otros mundos. Paisajes -imágenes enmarcadas- que se abren allí donde justamente culmina el *desiderium*. A propósito de su repetida insistencia en pintar cortinas en sus telas, afirmó Magritte: “Sí, por ejemplo, aquí el cielo tiene forma de cortina, porque nos oculta alguna cosa. Vivimos rodeados de cortinas”<sup>6</sup>.

En la sociedad del espectáculo, la realidad espectacular se convierte en un collage de imágenes inconexas y superpuestas, bajo una lógica -ilógica- en la que la imagen y la representación, tal y como apunta Debord<sup>6</sup>, se convierte en la forma pre-dominante de la vida.

---

<sup>6</sup> DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. (Paris: Buchet-Chastel, 1967).

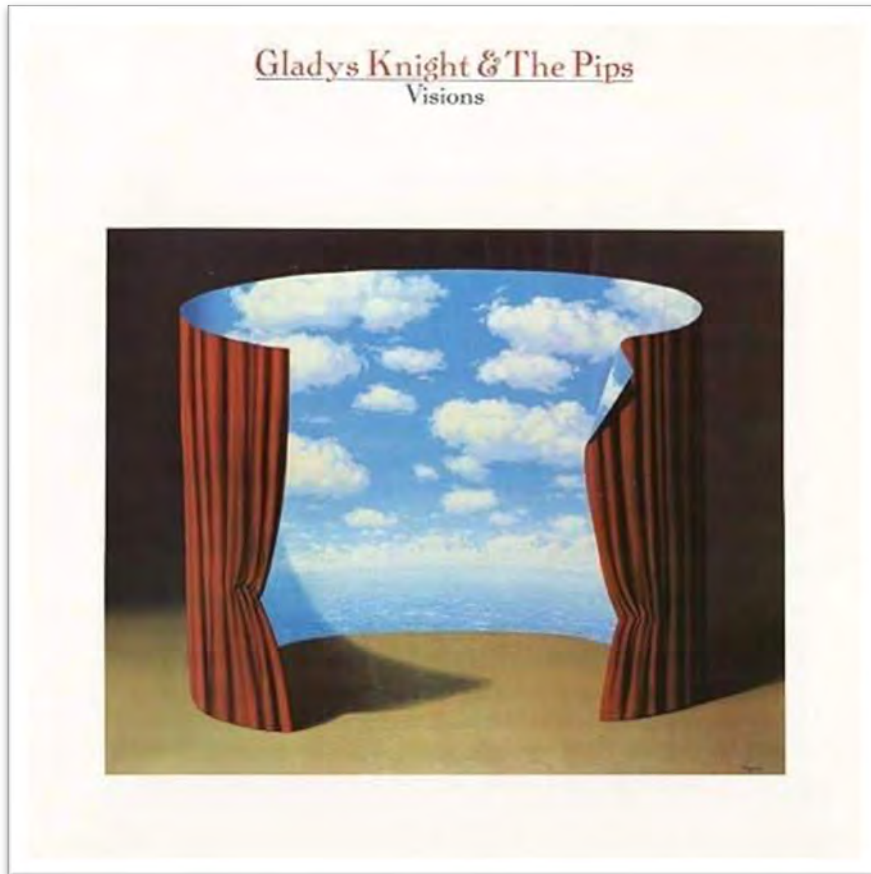


Figura 15. Portada de disco LP “Visions”, Gladys Knight & The Pips, 1983 con pintura de René Magritte “Les Mémoires d’un Saint”, 1960.

“...Because you're sent from (sent from heaven)  
Everybody say  
I wanna be the one you love  
I wanna be (sent from heaven)  
I wanna be the one you trust  
I wanna be (sent from heaven)  
I wanna be the one you need  
I wanna be (sent from heaven)  
I wanna be the one  
I wanna be the one (sent from heaven)  
I wanna be the one who you believe  
In your heart is sent from (sent from heaven)...”<sup>7</sup>

En el espectáculo postalero se eleva la repetición a una potencia propia del lenguaje visual y se convierte en una “patología” y categoría fundamental de la filosofía del futuro, opuesta a las leyes de la Naturaleza, porque en la ley de la Naturaleza, la repetición es imposible<sup>8</sup>.

¿Es un pájaro? ¿Es un avión? ...es una nube, la nube. La misma e idéntica nube de siempre....en el escaparate del paisaje en venta, de rebajas, de ganga.. las últimas existencias, el remate total (final).

---

<sup>7</sup> Fragmento de la canción “*Heaven Sent*”, Sam Dees, del disco “*Visions*”, Gladys Knight & The Pips, 1983.

<sup>8</sup>FOUCAULT, Michel. *Theatrum Philosophicum. DELEUZE. Repetición y diferencia*. (Barcelona: Cuadernos Anagrama, 1972). pp. 49-51.



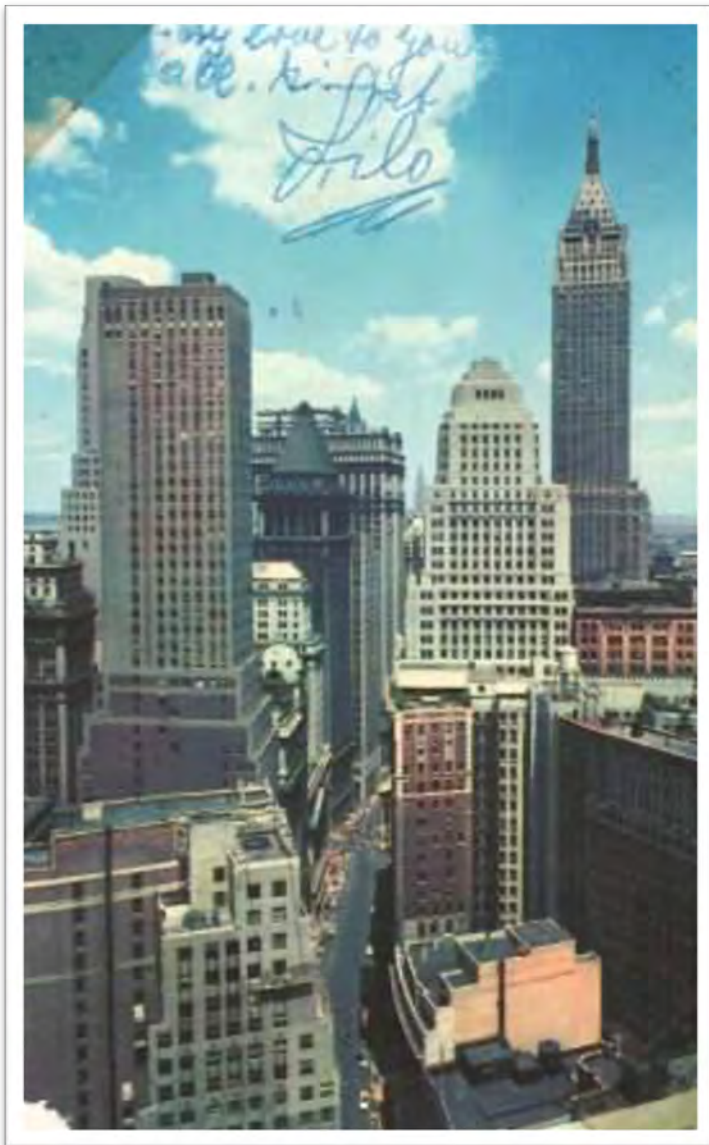


Figura 16. Tarjeta postal americana de los años sesenta con mensaje de amor en una nube del anverso.



## Referencias

- Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona : Kairós, 1978.
- Boullon, Marie-Ève et perlès. Valérie. *Nouvelles du paradis, la carte postale de vacances*. France : Éditions Loco. Musée de La Poste, 2023.
- Chéroux, CLEMENT ; Eskildsen, Ute. *The Stamp of Fantasy. The visual inventiveness of photographic postcards*. Germany: Steidl, 2008.
- Cirlot, Victoria. *La visión abierta. Del mito del Grial al surrealismo*. Madrid : Siruela, 2010.
- Cirlot, Victoria. *Immagini negative. Le nuvole nella tradizione mistica e nella modernità*. Milano : Medusa, 2021.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Paris : Buchet-Chastel, 1967.
- Didi-Huberman, Chéroux, Clément y Arnaldo, Javier. *Cuando las imágenes tocan lo real*. Madrid : Círculo de Bellas Artes, 2013.
- Fontseré, Eduard. *Atlas elemental de núvols*. Barcelona : Editorial Gustau Gili, 1925.
- Foucault, Michel. *Theatrum Philosophicum. Gilles Deleuze. Repetición y diferencia*. Barcelona : Cuadernos Anagrama, 1972.
- G. Romero, Pedro. *Cielo doble*. Hoja de sala de la exposición *Cielito lindo* Barcelona : Galería Chiquita Room, 2025.
- Magritte, René. *Écrits complets*. París: Flammarion, 2001.
- Sontag, Susan. *On Photography*. New York: Picador, 1977.
- Utrera Gómez, Reyes. *Fotografía de lo sublime. Las marinas de Gustave Le Gray*. Madrid : Patrimonio Nacional, 2021.
- VVAA. *Bromolis. Fotografía pictorialista de Pla Janini*. Barcelona: Museu Marítim de Barcelona, 2021.