

Imágenes, metáforas y representaciones visuales de la pandemia COVID-19

Johanna Pérez Daza

Doctora en Ciencias Sociales (UCV, 2018. Mención honorífica), Magíster en Relaciones Internacionales (UCV, 2010) y Licenciada en Comunicación Social (UBA, 2003. Mención honorífica). Desde 2018 se desempeña como Investigadora-docente del Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y Directora de la revista académica Temas de Comunicación (UCAB) y miembro del Consejo Editorial de la revista Comunicación del Centro Gumilla. Se desempeñó como investigadora en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO, 2011-2018) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Ha sido Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social de la UCV (2014-2018) y Editora del Anuario ININCO (2012-2014). Coautora del libro La diversidad de la mirada. Reflexiones sobre fotografía y cultura visual (1era edición en 2016 y 2da edición en 2019). Profesora de las maestrías (UCV) en Relaciones Internacionales; Comunicación Social; Gestión y Políticas Culturales; la Especialización para el uso creativo de la televisión (UCV), Especialización en Publicidad (UCAB), así como en las Escuelas de Artes y de Comunicación Social (UCV y UCAB).

Resumen

Ventanas, pantallas, objetos sanitarios, fotografías, ilustraciones, campañas publicitarias, redes sociales, proyectos comunicacionales y propuestas artísticas van hilvanando la estética de la pandemia COVID-19. ¿Qué nos dicen las imágenes, las metáforas y representaciones visuales de este momento histórico? En este ensayo se plantea un recorrido por algunas de las imágenes —y sus conceptos asociados— que van perfilando este acontecimiento de alcance global que ha impactado la cotidianidad, las formas de relacionarnos y comunicarnos, así como las maneras de expresarnos en el marco de la cultura visual del siglo XXI y el complicado año 2020.

Palabras clave: Fotografía, representaciones visuales, pandemia, imágenes, cultura visual.

Images, metaphors and visual representations of the COVID-19 pandemic

Abstract

Windows, screens, sanitary objects, photographs, illustrations, advertising campaigns, social networks, communication projects and artistic proposals are weaving together the aesthetics of the COVID-19 pandemic. What do the images, metaphors, and visual representations of this historical moment tell us? In this essay, a tour of some of the images —and their associated concepts— that outline this global event that has impacted daily life, the ways of relating and communicating, as well as the ways of expressing ourselves within the framework of the 21st century visual culture and the complicated year 2020.

Key words: Photography, visual representations, pandemic, images, visual culture.

A Edgar Artahona

De repente

Tuvimos que detenernos y observar.

Las agendas liberaron espacios o perdieron sentido. El calendario quedó a un lado. Los proyectos reevaluados y los sueños en pausa.

Nos replanteamos motivaciones y prioridades.

Hicimos silencio. Tuvimos miedo.

Nos quedamos en casa. Nos sentimos frágiles.

Escuchamos hacia adentro, en nuestro interior.

Recordamos logros y hazañas que ahora lucían distantes.

Pisar la luna, descomponer el átomo, alargar la vida o barajar la muerte.

Nuestro espíritu inquieto y creador coexistiendo con nuestra capacidad ambiciosa y destructora.

Ritualización

A la misma hora aplaudimos a médicos, enfermeras y demás servidores. Se hondean banderas y entonan canciones. Al día siguiente, mas aplausos. Luego, cacerolas y protestas desde los balcones. Nos reunimos desde la colectividad individualizada o la individualidad colectivizada. Cada quien en su espacio, sabiéndonos juntos pero sin tocarnos. Distancia social, le dicen.

Uno comparte su música, otro canta. Alguien dirige una clase de aerobics o bailoterapia que todos siguen con entusiasmo. Algunos saludan con sus manos, agitan las luces de su celular. Aquellos proyectan una película en la fachada de una iglesia. Estos proponen juegos de adivinanzas. La sonrisa se cuele en medio de la adversidad.

Científicos y políticos alternan la vocería. Es apremiante distinguir los hechos de las opiniones, separar el grano de la paja. Recomendaciones psicológicas y manuales de *coaching* personal buscan teledirigir emociones, ansiedades y angustias. El abrazo es sustituido por las pantallas.

JOHANNA PÉREZ DAZA

Se organizan conciertos simultáneos desde diferentes partes. Se liberan actividades hasta ahora reservadas o exclusivas. Se reinventan las experiencias de apreciación y contemplación artística, ahora mediadas por la tecnología y la virtualidad. La solidaridad y el entretenimiento se dan la mano y toman la forma de funciones y festivales gratuitos. Se multiplican las experiencias formativas, las clases *on line*, las videoconferencias, las transmisiones vía *streaming*. La sobre oferta de recursos y actividades intenta complementar el ocio a través de la educación.

Miradas y ventanas

Miramos desde la ventana. Observamos otras ventanas.

Imaginamos historias para acompañar nuestra soledad.

Reenfocamos el rostro de nuestros vecinos.

Descubrimos el valor de la mirada, las posibilidades de enmarcar un fragmento de realidad que nos permita asomarnos y asombrarnos ante lo cotidiano, frente a la vida diaria que se abre paso y sigue su curso aunque cambien nuestras circunstancias.

Apreciamos nuestras ventanas. Sus encuadres nos reencuentran con aquello que ahora luce absurdamente lejano. Añoramos el verde, el sol, el viento, el susurro de la naturaleza tantas veces inadvertido.

En este escenario —complejo e incierto— las ventanas son intermediarias de nuestra relación con el entorno, nos devuelven un trozo del exterior repentinamente arrebatado. Sin embargo, la mirada sigue hurgando, se escurre curiosa.

Con disciplina repasamos calles y avenidas, y advertimos el escaso dinamismo que ralentiza el entorno y se extiende a nuestros sentidos.

En estos momentos las ventanas cobran nuevo sentido, su presencia resulta sanadora. Nos ofrecen un medio de observación, pero también de creatividad y creación.

Han sido un tema recurrente en el arte. En la fotografía, concretamente, han generado formas de ver y mirarnos. *Espejos y ventanas* como propuso Jhon Szwalkoski. La fotografía como ventana permite asomarse al mundo exterior, mientras que como espejo refleja sentimientos y emociones.

JOHANNA PÉREZ DAZA

Esta dualidad fotográfica ha inspirado numerosas propuestas que remiten al diálogo entre las dimensiones internas y externas que nos caracterizan. No es casual entonces que una de las primeras fotografías —entonces denominada heliografía— de las que se tenga registro haya sido capturada en 1826 por Nicéphore Niépce desde la ventana de su granero. Conocida como “*Le Point de View de la Fenêtre du Gras*” (“Punto de vista desde la ventana de Le Gras”), esta borrosa imagen muestra la necesidad humana de mirar y conectarse con el exterior, de intentar atrapar una porción de tiempo y espacio, confrontar la fugacidad y rebatir lo efímero y percedero de cuanto nos rodea.



Punto de vista desde la ventana de Le Gras (Joseph Nicéphore Niépce, 1826)

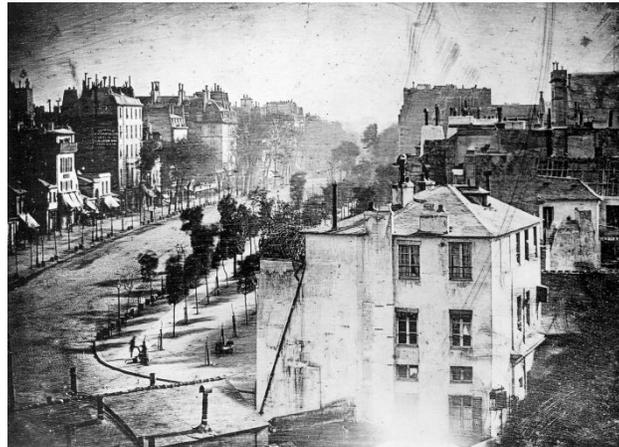
Más adelante sería Louis Daguerre quien, en 1838, realizaría *Vistas del Boulevard du Temple*² dos de los primeros daguerrotipos conocidos: “En realidad se trata de dos tomas con idéntico encuadre (la historiadora Shelley Rice dice que fueron tres), efectuadas el mismo día, pero lógicamente separadas por un cierto espacio de tiempo (tal como indica la diferente orientación der las sombras): Daguerre apostó su cámara a través de una de las ventanas del piso-estudio en el que residía, colindante al Diorama, tal como solían hacer con frecuencia Niépce y Fox Talbot, siguiendo tal vez una intuición fotográfica que luego ha llevado a identificar la percepción a través del visor de la cámara como la obtenida a través de una ventana” (Fontcuberta, 2010, p.105)

¹ Ver: <https://periodistas-es.com/intrahistoria-de-una-foto-de-culto-la-ventana-de-le-gras-39802> Consultado el 24/5/2020

² Ver: <https://www.zoomescuela.com/boulevard-du-temple-solo-enganando-podemos-alcanzar-cierta-verdad/> Consultado el 24/5/2020



Vista 1. *Boulevard du Temple* (Louis Jacques Mandé Daguerre, 1838)



Vista 2. *Boulevard du Temple* (Louis Jacques Mandé Daguerre, 1838)

Innumerables proyectos artísticos y propuestas fotográficas han tomado la ventana como tema central, desde la forma o el contenido se ha explorado como marco de registro y representación. Ahora, en el contexto de la pandemia COVID-19 nos afianzamos y reconocemos como *voyeurs* de la cotidianidad. Abundan imágenes desde alguna ventana en cualquier lugar del mundo en un intento por asomarnos y reconectar con el exterior, de establecer un puente que nos comunique y extienda la interioridad como señal de existencia y permanencia, como quien lanza una señal: “aquí estamos”, “seguimos”.

JOHANNA PÉREZ DAZA

No ha de extrañar que en este escenario, el Festival PhotoEspaña (PHE) realizara la convocatoria online #PHEdesdemibalcón³ como antesala a la edición 2020. La idea de relatar el confinamiento visto desde cientos de ciudades y con la intención de conformar “el vecindario más grande del mundo” recibió “más de 63.000 imágenes subidas a Instagram con el hashtag y la implicación de 50 ciudades españolas que se convertirán durante el verano en sedes de PHotoESPAÑA 2020 recogiendo en balcones y ventanas las fotografías de sus vecinos”, según se lee en su portal web⁴.

Estética de la pandemia

Espacios: Calles vacías, ciudades desoladas, lugares públicos sin gente. Guarderías, restaurantes, parques, bares, universidades carentes de personas, despojados de su función.

Los objetos: Mascarillas, tapabocas, guantes desechables, trajes de seguridad.

Nosotros: Reenmarcados, ubicuos, virtualizados.

Las formas: Cuadrículas, múltiples ventanas, colmenas, mosaicos.

Para Álex Vicente la pantalla partida es la “metáfora visual de la pandemia⁵”. Jorge Carrión afirma que “la imagen de la cuadrícula de rostros de Zoom resume lo que somos en estos momentos: una colmena infinita y virtual⁶”. Desde el humor Luis Yslas⁷ sostiene que “las reuniones virtuales nos han convertido en una versión casera de los Muppets: ya solo existimos cada vez más peludos y de la

³ #PHEdesdemibalcón

Desde el Renacimiento, el Barroco o el Romanticismo encontramos ejemplos como la representación de una espera en el emblemático *Woman at a Window* de Caspar David Friedrich en 1822.

Más adelante, un jovencísimo Salvador Dalí pintó una de sus obras más reconocidas *Figura en una finestra* en 1925. A principios del siglo XX, Picasso redirigió el curso del arte moderno con la llegada del cubismo. Pero la ventana continuó presente, como podemos ver en *Mujer sentada ante una ventana*, de 1937.

Muchos son los autores que nos sirven de inspiración: Berthe Morisot. *The Artist's Sister at a Window*. 1869; Henri Matisse. *Open Window, Collioure*. 1905; Aurelio Arteta. *Niña en la ventana*. c. 1920; René Magritte. *La Clef des champs*. 1936; Edward Hopper. *Cape Cod Morning*. 1950.

En la Historia de la Fotografía, como no podía ser de otra manera, encontramos una infinidad de trabajos de autores que han reflexionado en torno al espacio interior y exterior. Desde la primera fotografía *Point de vue du Gras* de Nicéphore Niépce tomada desde la ventana de su casa en junio de 1826, hasta la actualidad: Lee Friedlander. *Maria*, New York. 1959; Adriana Lestido. *El amor*. 1992-2005; Alessandra Sanguinetti. *The models*. Buenos Aires. 2000; Sarah Jones. *The Bedroom*. 2002; Alberto García Alix. *Al final del pasillo*. 2002, y un largo etcétera. Ver: <https://www.phe.es/convocatoria-online-phedesdemibalcon/> Consultado el 24/05/2020

⁴ Ver: <https://www.phe.es/phedesdemibalcon-cierra-su-convocatoria-con-mas-de-63-000-imagenes-y-la-implicacion-de-50-ciudades/> Consultado el 24/05/2020

⁵ Ver: https://elpais.com/cultura/2020/05/08/babelia/1588959530_172740.html?ssm=TW_CC Consultado el 9/5/2020

⁶ Ver: <https://www.nytimes.com/es/2020/05/09/espanol/opinion/zoom-coronavirus.html> Consultado el 9/5/2020

⁷ @luisyslas, 11/5/2020

cintura para arriba”. Bajo otra óptica, Juan Villoro alerta: “La única solución frente al coronavirus es estar al margen; ser nosotros también invisibles⁸”



Un coro ensaya en Zoom (Agencia Reuters, 2020)

¿Cómo asumir y entender este nuevo “Yo”? ¿Cómo caracterizar el “nosotros” transformado, expandido y virtualizado? Pareciera que, de repente, nos hemos vuelto ubicuos, pero sin cuerpo tangible, sin olor, sin la posibilidad tocarnos, de respirar el mismo aire y mirarnos directamente a los ojos. Participamos en encuentros virtuales que nos recuerdan que estamos presenciando la ausencia del otro. Así de paradójica y confusa es esta realidad o —como la llaman algunos— esta “nueva normalidad” en la que parece haber pocos protagonismos individuales y mayor consenso colaborativo.

En ese sentido, algunos conceptos empiezan a diluirse. Es el caso del héroe. Durante esta pandemia, el personal de salud (médicos, enfermeras, cuidadores) —a los que en menor medida se les ha sumado otros servidores del área de seguridad, limpieza y repartidores a domicilio— ha sido reconocido y exaltado por encima de personalismos. Portadas de grandes medios, mensajes en redes sociales e incluso obras de arte así lo acentúan. Es el caso de Banksy quien homenajea al personal médico con una enfermera superheroína.

⁸ Ver: <https://www.theclinic.cl/2020/05/08/juan-villoro-la-unica-solucion-frente-al-coronavirus-es-estar-al-margen-ser-nosotros-tambien-invisibles/> Consultado el 8/5/2020



Game Changer (Banksy, 2020)

La obra en blanco y negro del famoso artista callejero británico representa a un niño de rodillas, blandiendo la muñeca de un superhéroe, una enfermera con capa, máscara y delantal decorados con una cruz roja, el único toque de color.

La obra ha sido publicada por el propio artista en su cuenta de Instagram bajo el título de ‘Game Changer’ o ‘Cambio de Juego’. Título, que como el mismo dibujo hace explícito, hace referencia a un cambio en el paradigma del juguete clásico siempre relacionado con héroes masculinos.

En esta ocasión Batman y Spiderman, que se encuentran tirados en la basura del niño protagonista, se ven reemplazados por una mujer del sistema de salud que, según Banksy y gran parte de la opinión pública, se trata de la verdadera heroína del sector sanitario que afronta el reto de vencer al Covid-19 desde la primera línea de batalla⁹ (Epik, 2020)

Con un sentido de advertencia, otras iniciativas recurren a los símbolos de los tiempos que corren para crear discursos que llamen la atención y concienticen. Así lo ha hecho, por ejemplo, el gobierno de Ucrania —a través del Ministerio de Cultura e Información Pública— mediante el uso de pinturas clásicas para recordar las normas básicas de la cuarentena.

⁹ Ver: https://as.com/epik/2020/05/10/portada/1589126894_330421.html Consultado el 10/2/2020



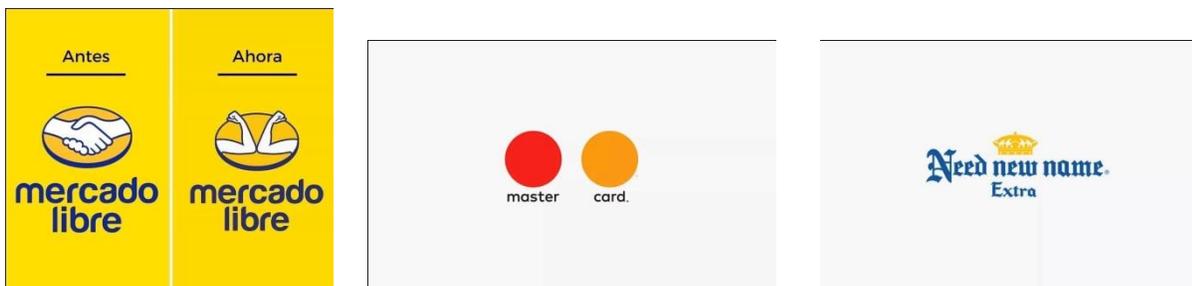
Piezas de la campaña del Ministerio de Cultura e Información Pública de Ucrania (Agencia Looma, 2020)

Con las etiquetas #ArtOfQuarantine y #FlattenTheCurve esta campaña recurre a pinturas como «La Última Cena» de Leonardo Da Vinci, «Retrato de Pietro Bembo» de Rafael, «El hijo del hombre» de René Magritte o «La Creación de Adán» de Miguel Ángel, entre otras, para recordar algunas normas básicas y recomendaciones como el uso de guantes y mascarillas, mantener la distancia social y lavarse frecuentemente las manos¹⁰.

En similar tono de humor y adaptación, algunas marcas y productos han alterado sus representaciones gráficas (logotipo, isotipo, imagotipo, isologo), modificando sus diseños para comunicar estratégicamente en momentos de coyuntura sin desestimar el alcance de la publicidad y sus posibilidades creativas. Así, algunas marcas se anticiparon a los posibles riesgos de asociar su imagen o nombre a elementos de la pandemia¹¹: *mercado libre* cambia su característico apretón de manos, la cerveza *Corona* busca nuevo nombre y *Goat Year* reconoce que el 2020 no ha sido, precisamente, un año que calce con esta definición. Aunque algunos contienen ajustes provisionales y otros sólo fueron propuestas creativas que no llegaron a ejecutarse, estos cambios puntuales también son parte de las representaciones visuales de la pandemia COVID-19. Jure Tovrljan, director creativo esloveno, está detrás de estas propuestas que ha extendido a series de televisión, carteles de películas, entre otros.

¹⁰ Ver: https://lacriaturacreativa.com/2020/04/16/el-gobierno-de-ucrania-usa-pinturas-clasicas-para-recordar-las-normas-basicas-de-la-cuarentena/?fbclid=IwAR3pGrj84FqREFI3pQFzd1uNIFCcTpAzvqVGXPdBd_IqcQB3p36XXFb3Dww Consultado el 18/5/2020

¹¹ Ver: <https://www.behance.net/gallery/93755381/Coronavirus-Logos> y <https://adage.com/creativity/work/jure-tovrljan-coronavirus-logos/2245061> Consultado el 24/5/2020



Coronavirus Logos (Jure Tovrljan, 2020)

Por otro lado, la biblioteca se ha transformado en telón de fondo de la cuarentena¹². En un artículo publicado en *El País*, Mercedes Cebrián desmenuza lo que las estanterías de libros dicen de sus dueños: “Los libros se han convertido en el decorado obligatorio en toda videollamada o entrevista televisiva. ¿Qué dicen sobre quiénes somos y por qué los ponemos en escena?”



¹²Ver:

https://elpais.com/cultura/2020/05/12/babelia/1589297557_790726.html?fbclid=IwAR3v7CheIUKIEqQgsSaezVV0MIIUc0jKIRKkXzJHO6R4Es9Ib7kaLhGfCIk Consultado el 13/5/2020

Pedro Almodóvar, durante su entrevista en 'Late Motiv' (Movistar +), en abril. En su biblioteca se detecta una monografía de Català Roca (1), otra de Manolo Blahnik (2), el catálogo de la exposición 'Dalí' en el Reina Sofía (3), otro sobre Goya (4) y distintos volúmenes de iconografía publicitaria¹³ (5). Análisis de Mercedes Cebrián (El País, 2020)

En *El beso de Judas* (1997) Joan Fontcuberta afirmaba que las apariencias han sustituido a la realidad. Posteriormente, en *La furia de las imágenes* (2016) ampliaría algunas ideas relacionándolas con el entorno digital: “Estas nuevas ventanas nos abocan al conocimiento inmediato y completo de los acontecimientos, de tal forma que tenemos la sensación de estar dentro de la Historia, pero sin la posibilidad de controlarla. Como reacción, el individuo se instala en un presente cambio constante, un presente que conlleva la abolición del pasado, por fugaz, y de lo venidero, por inimaginable, y que por tanto acarrea la pérdida de conciencia histórica y el descrédito del futuro” (Fontcuberta, 2016, p. 22)

En medio de esta incertidumbre se cuellan relatos que combinan realidad y ficción, alternando dudas y asombros. En esta línea se inscriben videos y fotos que muestran el retorno de la naturaleza, la reconquista del espacio por parte de animales que deambulan en fantasmagóricas calles vacías o el saneamiento ambiental como consecuencia de la poca intervención del ser humano. En otro orden, pululan imágenes incesantemente. En el ecosistema comunicacional, los memes también ganan espacio, respondiendo de manera rápida, creativa y diversa a hechos y situaciones que se insertan en el menú informativo llegando a muchas personas a través de las redes sociales. Algo similar ocurre con los *stiker* y *emojis*, como en el caso de *Facebook* que agregó una carita con una nueva reacción.

Los medios hacen su parte, creando alianzas y sumando esfuerzos. El 15 de marzo, los diarios españoles publicaron la misma portada con la frase #EsteVirusLoParamosUnidos y los periódicos argentinos, por su lado, unificaron las primeras planas con la frase “Al virus lo frenamos entre todos¹⁴”.

¹³

Ver: https://elpais.com/cultura/2020/05/12/babelia/1589297557_790726.html?fbclid=IwAR3v7CheIUKIEqQgsSaezVVVoMIIUc_ojKIRKkXzJHO6R4Es9Ib7kaLhGfClk Consultado el 13/5/2020

¹⁴ Ver: <https://eju.tv/2020/03/principales-diarios-de-argentina-y-espana-se-unen-contra-el-coronavirus/> Consultado el 18/3/2020



Portadas de diarios españoles y argentinos del 15/3/2020

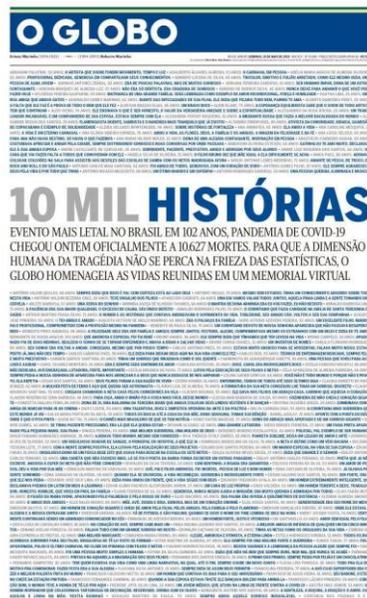
La fotografía periodística comparte espacios con ingeniosas portadas. Es el caso de periódicos y revistas como *O Globo*, *The New York Time*, *The New Yorker*, *Time*, *Der Spiegel*, *The Economist*, entre otros, los cuales recurren a elementos gráficos de contundencia comunicacional. En los dos primeros la intención fue dar otra forma de acercamiento y visualización a las cifras que, en ocasiones, pueden lucir distantes y vacías. 10 mil historias. El evento más letal en Brasil en 102 años sumando, oficialmente, 10.627 víctimas mortales representados con sus nombres y edades en *O Globo*. Por su parte, *The New York Times* combinó obituarios publicados en diversos periódicos de Estados Unidos de los cuales extrajo frases que describían a unas 100.000 víctimas mortales de la pandemia. "No eran simples nombres en una lista. Eran nosotros", se lee en la introducción al listado.¹⁵

"Marion Krueger, 85 años, Kirkland, Washington, bisabuela de risa fácil" ...

"Florencio Alamazo Morán, 65, Nueva York, un ejército de un solo hombre" ...

"Basseff Offiong, 25, Michigan, veía a sus amigos cuando estaban muy mal y les sacaba lo mejor" ...

¹⁵ Ver: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52790181> Consultado el 24/5/2020



Portadas del diario O Globo (Río de Janeiro) del 10/5/2020 (izq.) y The New York Timen del 24/5/2020 (der.)

El Mundo (España) también dedicó una de sus primeras páginas al rostro de, por lo menos, cien víctimas del coronavirus en ese país. Por su parte, *El Español* creó un *memorial del coronavirus*, un proyecto para homenajear y recordar a las víctimas del Covid-19 en España. En el portal¹⁶ se lee: 'In memoriam' es un espacio gratuito para rendir tributo a familiares y amigos que han muerto a causa de la Covid-19. “Envíanos un texto y foto del fallecido en homenaje a quienes nos abandonaron antes de tiempo”.

¹⁶ Ver: <https://www.elespanol.com/sociedad/memorial-coronavirus/> Consultado el 24/5/2020



Portada de *El Mundo* del 21/4/2020



Portadas de *The New Yorker* con el tema de la pandemia COVID-19 (diferentes ediciones)

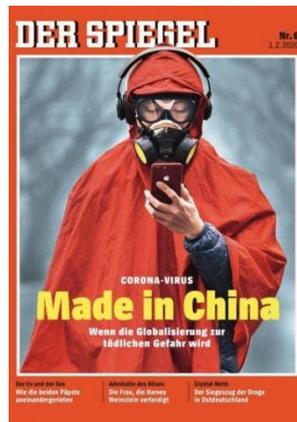


Portadas de *Time* con el tema de la pandemia COVID-19 (diferentes ediciones)



Portadas de *The Economist* con el tema de la pandemia COVID-19 (diferentes ediciones)

Estas portadas reafirman y evidencian, además, la postura política y línea editorial del medio y, algunas veces, no son bien recibidas por la opinión pública.



Portada de *Der Spiegel*, "Hecho en China. Cuando la globalización se convierte en un peligro límite"
(France 24, 2020)

Nuevas realidades, nuevas experiencias

La vida sigue su curso y la actividad creativa también. Por eso en medio de la pandemia han surgido proyectos que han hecho suya esta temática desde el arte, la fotografía y el periodismo. De manera selectiva y acotada se presentan algunos seguidamente:

-*Ante el umbral*, la primera exposición virtual del Museo Reina Sofía en la era COVID-19. Reúne 30 fotos en blanco y negro de Madrid en estado de alarma y confinamiento de la autoría de Clemente Bernad (Pamplona, 1963) quien comenta que el eje temático de las fotos es “el espacio urbano roto y desaparecido como lugar de convivencia” a raíz de las medidas de aislamiento. La muestra fotográfica online (abril 2020) puede ser vista en la web del museo¹⁷.

-Diarios: Este formato ha impulsado varios proyectos que intentan registrar la cotidianidad desde la fotografía o el texto, como formas de documentar lo que ocurre pero también como recurso de expresión y puente comunicante. Convocadas por grupos, organizaciones o medios de comunicación estas son algunas experiencias:

-El profesor Óscar Colorado compartió, el 17 de marzo, la siguiente invitación a través de sus redes sociales: “El querido Maestro Francisco Mata Rosas convoca para que todos hagamos juntos un libro y una pieza multimedia colectiva, y nos pide fotografiarnos, grabar videos o escribir textos sobre

¹⁷ Ver: <https://www.museoreinasofia.es/exposiciones/clemente-bernad> Consultado el 19/5/2020

JOHANNA PÉREZ DAZA

la Pandemia del COVID19, sobre nuestro entorno más íntimo y como la estamos viviendo hasta lo más general posible de nuestras ciudades, hablemos de lo que significa, de lo que pensamos de esta situación pero sobre todo de lo que sentimos, envíen su material sin ninguna restricción a la cuenta coronalibro@gmail.com

Este proyecto es posible gracias a la Universidad Autónoma Metropolitana de Cuajimalpa.

-Boris Muñoz, editor de opinión de *The New York Times*, presentó, el 2 de abril, el proyecto *Postales del coronavirus*¹⁸ descrito como: “un diario colectivo escrito y visual para afirmar que no estamos solos en esta era de incertidumbre. Es una apuesta por dos de las capacidades que nos definen como seres humanos: la comunicación y la empatía. La premisa es simple: no importa cuán remota sea nuestra ubicación o lo aislados que estemos, podemos compartir experiencias, visiones y sensaciones sobre la pandemia que nos acercan como individuos y comunidad”. *Postales del coronavirus* es coordinado por el artista ecuatoriano Pablo Corral Vega, director del concurso de fotografía *POY Latam*. A largo plazo, se propone ser un mosaico de voces ciudadanas y un testimonio polifónico de un periodo marcado por el miedo, el aislamiento y la inseguridad, pero también por la esperanza, el altruismo y la solidaridad.

-COVIDLATAM (@covidlatam), una iniciativa que, desde mediados de marzo, reúne a 18 fotoperiodistas (9 hombres y 9 mujeres) para hacer una cobertura de la pandemia en América Latina. Está integrado por fotoperiodistas de Colombia, Brasil, Perú, Bolivia, Ecuador, Argentina, Chile, Uruguay, Venezuela, Guatemala, Costa Rica, Cuba y México. Es un colectivo hermano de *Covid Photo Diaries* (@covidphotodiaries), un grupo de 8 fotoperiodistas españoles (4 mujeres y 4 hombres) que hacen un registro diario de la pandemia en su país. Ambos proyectos funcionan en *Instagram* desde allí sus integrantes comparten imágenes de la pandemia que muestran lo que ocurre en los cementerios, hospitales, las morgues, las calles de diferentes ciudades, así como historia particulares y relatos íntimos. A la fecha de escribir este artículo ambas cuentas contaban con más de 17 mil seguidores.

-Con orientación similar, la cuenta @covidartmuseum publica obras realizadas por diversos autores durante el confinamiento teniendo como tema central la pandemia y sus distintas implicaciones. En su perfil se presentan como el primer museo de arte nacido durante la cuarentena

¹⁸ Ver: <https://www.nytimes.com/es/series/postales-del-coronavirus> Consultado el 15/4/2020

del COVID-19. Fotografías, videos, ilustraciones, dibujos, entre otros, son publicados diariamente en esta cuenta que suma más de 100 mil seguidores.

-Por su parte, El portal del diario español *El País* publica regularmente la galería fotográfica *Coronavirus: las imágenes de la pandemia en el mundo*¹⁹: *Un repaso fotográfico por los países más afectados por la covid-19* con colaboraciones de fotoperiodistas de agencias internacionales como *AP*, *AFP*, *EFE* y *Reuters*. Otros medios como la conocida revista *National Geographic*²⁰ han creado secciones exclusivas para tratar este tema.

Estos proyectos abren nuevas posibilidades en cuanto a las representaciones visuales y las condiciones de aproximación y acercamiento a la imagen y la obra de arte, lo que conlleva una nueva práctica que el tiempo irá decantando. En todo caso, en lo inmediato se diversifica la experiencia a partir de la mediación tecnológica, lo que conlleva no solo a proyectos surgidos al calor de las circunstancias actuales, sino también a versiones, reinterpretaciones y adaptaciones de iniciativas previas que se irán incorporando a las plataformas digitales, sucintándose otras relaciones y procesos a los que vale que estar atentos.

Mientras tanto...

Nuevos objetos para una nueva cotidianidad. Las mascarillas ya se personalizan, algunos ofrecen originales diseños que no siempre se ajustan a las normas sanitarias pero si a los requerimientos del mercado y sus demandas. Por las redes algunos comentan que parecen *sexy* porque acentúan la mirada y estimulan la imaginación. Hay para todos los gustos.

Paralelamente, estremecedoras imágenes muestran camiones de ataúdes y cadáveres amontonados; campos de fútbol, estadios o centros comerciales acondicionados como hospitales de campaña o morgues provisionales; fosas comunes o improvisados cementerios. Ancianos muriendo solos, velatorios y actos funerales celebrados en modalidad *on line*.

Familias separadas, pasajeros varados esperando la reanudación de vuelos y el retorno a sus países, migrantes y refugiados todavía más vulnerables y desesperados. La tragedia de millones de venezolanos fuera de su país así lo demuestra. Un tema incómodo que muchos prefieren meter debajo de la alfombra.

¹⁹ Ver: https://elpais.com/elpais/2020/05/23/album/1590246662_857137.html#foto_gal_3 Consultado el 24/5/2020

²⁰ Ver: <https://www.nationalgeographic.com/coronavirus> Consultado el 24/5/2020

El desempleo y la crisis global son las grandes amenazas. El hambre es más mortal que el virus, según los hechos y latitudes. La democracia también se tambalea. El totalitarismo aprovecha la hendidura y ofrece pepitas de seguridad a cambio de control social. ¿Y los riesgos? ¿Qué implicaciones tiene estar en cuarentena con un delincuente? ¿Qué garantías tienen quienes se encuentran confinados junto a su maltratador? ¿Cuántos quedaron atrapados con abusadores o violadores?

Población de riesgo, distancia social, cuarentena social... la neolengua avanza. Los términos bélicos se instalan en discursos oficiales y conversaciones cotidianas: vencer, batalla, enemigo. Ya Susan Sontag²¹ advirtió en los años 70 lo peligroso de vincular conceptos como enfermedad y guerra, en su ensayo *La enfermedad y sus metáforas*, cuando el cáncer era un tabú.

Las fronteras se refuerzan y nos recuerdan las desigualdades y fragilidades. No todos tienen la misma capacidad de respuesta, mucho menos las mismas condiciones. Gestos y llamados de atención son lanzados como un grito de auxilio que busca ser oído aun en medio del desierto urbano que se impone. Es el caso de Colombia, por ejemplo, donde se colgaron trapos rojos en las ventanas —de nuevo las ventanas— de algunos barrios pobres como señal de auxilio, una forma de pedir donativos de alimentos. El SOS de la pobreza en medio del coronavirus. “El hambre como bandera”²² y, nuevamente, el cambio de sentido, aunque sin perder ciertas referencias.

²¹ Ver: https://www.elconfidencial.com/cultura/2020-03-27/coronavirus-guerra-advertencia-susan-sontag_2519016/
Consultado el 28/3/2020

²² Ver: <https://elpais.com/sociedad/2020-04-17/el-hambre-como-bandera.html> Consultado el 17/4/2020

“Como ocurre con los símbolos que nacen en lo popular los caminos que ha tomado el trazo rojo son impredecibles. Por momentos, recuerda el viejo trazo rojo que identificaba a los liberales en Colombia; en otros, esa idea de identificar las viviendas, trae a la memoria aquella D, de demolición, con que el Gobierno chavista de Nicolás Maduro tachaba las casas de los colombianos deportados desde Venezuela. Como el pañuelo blanco de las madres de la Plaza de Mayo en Argentina o el verde del derecho a decidir de las mujeres, el trazo rojo va camino de convertirse en la bandera de la desigualdad que ha quedado expuesta con el coronavirus y trasciende las fronteras de Colombia”.



Pobreza y coronavirus. Johannesburgo, Sudáfrica. Autor: Themba Hadebe/ AP Photo

Al final del túnel

Visiones apocalípticas comparten espacio con enfoques más optimistas que auguran una transformación de la humanidad, una nueva época y una nueva oportunidad para enmendar errores. Filósofos e intelectuales atajan reflexiones mientras los acontecimientos siguen su curso. Se decreta el fin de sistemas económicos y se señalan las fragilidades políticas y las amenazas de gobernabilidad en un mundo globalizado que, repentinamente, quedó en confinamiento. Es un escenario complejo, turbulento y cambiante —como diría James Rosenau en su enfoque postinternacional— en el que ciertos conceptos son cuestionados y algunos principios se tambalean. Como suele ocurrir, algunos sacan provecho y otros quedan más aplastados. Las oportunidades no se reparten equitativamente y las condiciones preexistentes pueden definirlo todo. A la par, los gestos de solidaridad intentan equilibrar la balanza y rescatar lo esencial. La esperanza, la imaginación, la empatía siguen siendo necesarias.

Falta que la nube de polvo se asiente y nos permita ver las dimensiones de esta situación, el alcance e impacto de la pandemia COVID-19 en las distintas esferas. Las metáforas, discursos y representaciones visuales van perfilando algunos rasgos. Desde la comunicación y la cultura —las dos caras indivisibles de una misma moneda— tanteamos estos cambios, intuimos estas transformaciones y le damos orden para tratar de entender (nos). Registrar, interpretar, recrear, informar, denunciar son posibilidades de la imagen que hoy reafirman su valor. A las experiencias e iniciativas presentadas en este texto bien podríamos aplicar esta frase de Guillermo Sucre: “Escribimos no porque (nos) conozcamos, sino para conocer (nos); no para expresar el mundo, sino, más bien, para intentar

descifrarlo cuando lo nombramos, y en esa operación irnos descifrando a nosotros mismos”. Extender esto a otras manifestaciones expresivas propias de la comunicación y la cultura visual es un intento por comprender nuestras actuales circunstancias.

La metáfora²³ (del latín *metaphōra*, tomado a su vez del griego *μεταφορά*; propiamente “traslado”, “desplazamiento”; derivado de *metapheró* “yo transporto”) como mudanza implica un cambio de sentido y el traslado de significados. En el contexto de la pandemia COVID-19 las metáforas y representaciones visuales nos permiten aproximarnos a estas circunstancias en busca de entendimiento. La capacidad de síntesis de muchas imágenes, su potencia y posibilidades de perdurar en la memoria son factores claves al momento de sopesar su importancia en medio de esta pandemia. Las imágenes son esas ventanas que nos permiten mirarnos y que hacen posible nuestro reconocimiento a pesar de la separación física y el replanteamiento de nuestra presencialidad.

Referencias

- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas: fotografía y verdad*. Editorial Gustavo Gili, España.
- (2010): *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*. Editorial Gustavo Gili, España.
- (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg, España.
- Sontag, S. (1977). *La enfermedad y su metamorfosis*. Titivillus, ebookelo.

²³ Ver: <https://es.wikipedia.org/wiki/Met%C3%A1fora> Consultado el 25/4/2020