

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 8, año 2022. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-50-1

La identidad europea en las artes audiovisuales (2021)

Javier Figuro Espadas, Roberto Gelado Marcos (editores)

## Separata

## Capítulo 4

### Título del Capítulo

«La percepción como identidad»

### Autoría

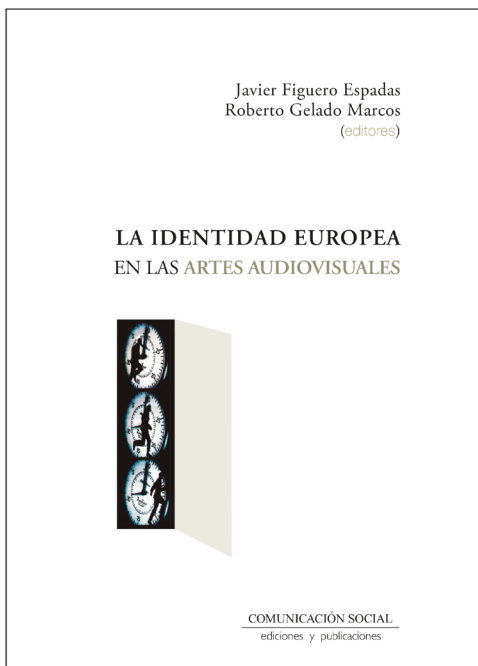
Pilar Irala Hortal

### Cómo citar este Capítulo

Irala Hortal, P. (2021): «La percepción como identidad». En Figuro Espadas, J.; Gelado Marcos, R. (eds.), *La identidad europea en las artes audiovisuales*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-50-1

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.emcs.8.c41>



El libro *La identidad europea en las artes audiovisuales* está integrado en la colección «Contextos» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

¿Existe una identidad europea?

¿Qué es lo que caracteriza a esa noción de identidad, si es que la hay? Conscientes de que el audiovisual es un potente constructor de significados, los autores que firman estos ocho ensayos abordan dichas construcciones para acercarnos a esa idea identitaria.

Afirmaba Wendy Everett que «la identidad europea y sus cines es múltiple, inestable, y en constante cambio; hecho que, de por sí, explica la fascinación que provoca y constituye, quizás, su fortaleza final».

Es dicha naturaleza cambiante y fascinadora de la identidad europea la que justifica el regreso a su estudio sin pretender encontrar respuestas definitivas.

Los ensayos que conforman *La identidad europea en las artes audiovisuales* buscan ofrecer una radiografía poliédrica de la identidad europea, profundizando en la creación de los imaginarios colectivos de dicha identidad en manifestaciones artísticas como la fotografía, el cine o las series de televisión. Así, sus autores abordan este empeño desde perspectivas variadas que, en su conjunto, ahondan con eficacia en el núcleo constitutivo de la identidad europea actual.

Consulte el lector el sumario de esta obra y sumérjase en la prosa limpia de unos textos que le abrirán la puerta de un viaje cautivador por las artes del audiovisual europeo.

# Sumario

<b>Introducción. Europa ante la encrucijada de su identidad</b>	
<i>por Roberto Gelado Marcos; Javier Figuro Espadas</i> .....	9
<i>Los autores</i> .....	16
<i>Bibliografía</i> .....	22
<b>1. El anhelo de una utopía: El cine postsecular de Robert Guédiguian</b>	
<i>por Pablo Alzola Cerero</i> .....	25
<i>Robert Guédiguian, un cineasta europeo postsecular</i> .....	28
<i>Motivos cristianos en los filmes de Guédiguian</i> .....	31
<i>La necesidad ignorada de Dios</i> .....	39
<i>Bibliografía</i> .....	42
<b>2. Um filme falado (Manoel de Oliveira, 2003): una clase de historia sobre la identidad de Europa</b>	
<i>por Agustín Gómez; Nekane Parejo</i> .....	45
<i>Pasado: Miles de años de civilización</i> .....	49
<i>Presente: diálogos occidentales</i> .....	54
<i>Interpretar el futuro: Que Idade Média é agora?</i> .....	58
<i>Bibliografía</i> .....	62
<b>3. Visiones románticas tardías de Europa: cruzados, La danza de la muerte y la peste en El séptimo sello (Ingmar Bergman, 1957)</b>	
<i>por Ruth Gutiérrez Delgado</i> .....	67
<i>Tiempos históricos y tiempo alegórico: la expresión de la causa del fin</i> .....	71
<i>Revisión del pensamiento religioso, dudas de fe y confesión de los pecados</i> .....	75

<i>Las pinturas sobre tabla, el ajedrez y la danza macabra</i> .....	80
<i>Entre predicadores y flagelantes, la quema de la bruja</i> .....	83
<i>Cruzados, declive de la caballería y pérdida del ideal</i> .....	86
<i>Bibliografía</i> .....	90
<b>4. La percepción como identidad</b>	
<i>por Pilar Irala Hortal</i> .....	95
<i>Cultura, identidad y percepción</i> .....	96
<i>Acercarse a la imagen compartida</i> .....	100
<i>Icono y significado</i> .....	102
<i>El Síndrome de Barthes y análisis de las imágenes</i> .....	105
<i>Conclusiones</i> .....	113
<i>Bibliografía</i> .....	114
<b>5. La metrópolis humanizada: Relaciones estéticas e ideológicas entre <i>Manhatta</i> (1921) y las sinfonías urbanas europeas</b>	
<i>por Jorge Latorre Izquierdo; Marcos Jiménez González</i> .....	119
<i>La inclusión de lo artificial en el paisaje: reciprocidad e influencia artística entre continentes</i> .....	119
<i>La ambigüedad europea frente a la visión optimista estadounidense</i> .....	123
<i>El paradigma americano: en principio fue <i>Manhatta</i> (1921)</i> .....	124
<i>La visión ambigua europea: diferencia entre estilos e identidad cultural</i> .....	127
<i>La escisión alemana</i> .....	129
<i>El optimismo soviético de <i>El hombre de la cámara</i> (1929) en relación con la perspectiva europea y la americana</i> .....	134
<i>Recapitulación</i> .....	138
<i>Bibliografía</i> .....	140
<b>6. Turismo es democracia. Henri Cartier-Bresson y la imagen de Europa en la revista <i>Holiday</i></b>	
<i>por Javier Ortiz-Echagüe; Araceli Rodríguez Mateos</i> .....	145
<i>Europa sigue allí</i> .....	145
<i>Americanos en Europa</i> .....	148
<i>Viajar a través de la cámara</i> .....	151
<i>La cuna de la civilización occidental</i> .....	156
<i>De la revista al libro</i> .....	161

<i>El brillo de Europa</i> .....	162
<i>Viajes, libros y revistas</i> .....	164
<i>Bibliografía</i> .....	166
<b>7. Pillorying the Pillars: the EU identity crisis through the lens of Italian contemporary film and TV drama</b>	
<i>por Paolo Russo</i> .....	171
<i>Destination Italy: the victim paradigm and the clash/encounter of cultures</i> .....	171
<i>In search of an audience</i> .....	178
<i>The real paradigm shift: serial drama</i> .....	181
<i>Pillorying the Pillars: what serial dramas tell us about the crisis of the EU identity</i> .....	188
<i>References</i> .....	191
<b>8. Dos fábulas europeas de Aki Kaurismäki:</b>	
<i>El Havre (2011) y El otro lado de la esperanza (2017)</i> <i>por Antonio Sánchez-Escalonilla</i> .....	195
<i>El Havre (2011). Una fábula desde el extremo occidental del continente</i> .....	196
<i>En el peldaño más bajo de la sociedad</i> .....	198
<i>El puerto como microcosmos europeo</i> .....	200
<i>El espíritu de Jacques Tati</i> .....	203
<i>El otro lado de la esperanza (2017). Una fábula desde el extremo oriental del continente</i> .....	204
<i>Migrantes sumergidos en agua y carbón</i> .....	206
<i>Humor en claroscuro y gastronomía multicultural</i> .....	208
<i>«Hostipitality»: hospitalidad y hostilidad</i> .....	211
<i>Bibliografía</i> .....	212
<b>Los autores</b> .....	215



## La percepción como identidad

*Pilar Irala Hortal*  
Universidad San Jorge

Cuando nos enfrentamos a las imágenes de la pandemia en Europa bien sea en Internet, en la televisión o en la prensa, el lector reacciona desde su cultura visual y su experiencia personal generando una serie de reacciones emotivas o informativas. Algunas de ellas están relacionadas con el grado de relación personal y de experiencia directa con el virus en nuestra propia vida y cotidianidad. Sin embargo, aunque el lector no tenga una experiencia cercana a la infección, y a pesar de no conocer a quién o dónde se han tomado exactamente las imágenes, surge también, inmediatamente, un sentimiento de identificación que es un paso fundamental en la formación de la identidad cultural. Es una reacción a las imágenes que tiene relación con la situación y la cultura que compartimos y también con el poder de simbolización, mitificación y persuasión de la fotografía. En este capítulo analizo el trabajo fotográfico sobre los primeros meses de la pandemia (marzo y abril) en diferentes países europeos a través del que se conforma una identidad común. Para ello he partido del armazón conceptual del *síndrome de Barthes* con el que se constata una continuidad en la mirada de los fotógrafos y la formación de una identidad cultural colectiva que están en la base de una identificación de lo que nos es común desde la percepción.

## *Cultura, identidad y percepción*

En 2015 se produjo un hallazgo histórico-artístico de gran envergadura que ha cambiado la imagen que teníamos de las comunidades prehistóricas en Europa. Se trata del grabado de un bisonte que tiene una datación de 27.000 años y que está ubicado en el País Vasco, en concreto en una cueva del cerro Aitzbitarte.

La importancia de este descubrimiento reside en que demuestra «la existencia de una cultura artística común en la antigua Europa» (Hernández, 2020). Como explica Diego Garate, el investigador que descubrió el bisonte, este grabado es la prueba de los intercambios económicos, culturales, artísticos y estéticos que existieron en Centroeuropa, incluyendo la península ibérica, en el Paleolítico superior.

Este pasado común de intercambios ayudó a construir también una identidad cultural. Para Gilberto Giménez (2012) identidad y cultura tienen una relación simbiótica. Aunque ambos términos evolucionan y cambian, lo cierto es que la relación entre ambos se mantiene, aunque sus cualidades se vean modificadas.

Una de las funciones, y quizás la primera como afirma Giménez (2012), de la identidad es «marcar fronteras entre nosotros y los «otros», aunque a la vez, la nuestra se alimenta y define por la asimilación de fórmulas y rasgos de la cultura de nuestro entorno. Por este motivo este investigador afirma que la identidad es el lado «subjeto de la cultura [...] interiorizada de forma específica [...]» (*Ibid.*).

Por tanto, la identidad está irremediablemente ligada a la cultura ya que se forma a partir de ella. Y, por otro lado, de la cultura forman parte indisoluble las imágenes fotográficas, tanto documentales y públicas, como privadas. Por eso, para saber cómo es la identidad de una comunidad debemos acercarnos a sus formas culturales y visuales, y para ello debemos saber a qué nos referimos con el término «cultura».

A lo largo de la historia se han desarrollado diferentes teorías aproximativas al concepto de cultura. Una de las referentes es



la de Clifford Geertz (1995) en la que explica los hechos culturales como hechos simbólicos, es decir, relaciones de significante-significado compartidos por una sociedad o comunidad. Es decir, que los acontecimientos crean una «telaraña de significados» (Giménez, 2012).

En este sentido, Giménez afirma que los símbolos duraderos en el tiempo (específicamente se refiere a «significados») solo son los que son compartidos, bien porque se haga con un núcleo pequeño de personas (la familia o nuestro barrio, por ejemplo), bien con una comunidad mayor (un país, un continente). Y dentro de este intercambio, son las imágenes fotográficas los productos culturales que más rápidamente se transforman en símbolos compartidos y colectivos.

La forma en la que percibimos estos rasgos culturales compartidos, contruidos a través de significados y símbolos, forman también nuestra identidad. Y esto sucede porque al menos una parte importante de estos significados culturales «se interiorizan en forma de [...] de representaciones sociales» (Giménez, 2012). Son precisamente esas representaciones sociales las que hemos compartido toda Europa, y más allá de nuestras fronteras, desde que comenzó la pandemia y su primer episodio común que fue el confinamiento domiciliario de millones de europeos. Como afirma Giménez (2012), «las formas interiorizadas provienen de experiencias comunes y compartidas, mediadas por las formas objetivadas de la cultura».

La consolidación de una percepción de la identidad común ha llegado, por tanto, de la representación visual de las consecuencias de la covid-19 y podemos acercarnos a ella a través del estudio de las imágenes que los fotoperiodistas han realizado en diferentes países (España, Italia, Francia, Alemania y Reino Unido).

La identidad colectiva, pero también individual, se ha construido en el último año a partir de representaciones visuales y audiovisuales que mantienen rasgos comunes tanto temáticos como formales. Si la identidad individual se construye sobre la identificación con unos rasgos culturales comunes y en base también a las diferencias con otros grupos o comunidades, la

percepción de una identidad social y cultural común va a influir tanto en la identidad del individuo como en la identidad colectiva.

Esta identidad común ha evolucionado, o se ha amplificado, en Europa desde marzo del 2020 de una forma más profunda porque los atributos que Giménez (2012) denomina «caracteriológicos», es decir, aquellos relacionados con el «estilo de vida», «consumo», las relaciones personales e incluso con la «biografía personal incanjeable», se han modificado a nivel común y, por tanto, han transformado las formas de representación y los significados a un nivel profundo y global compartido. Es decir, que con la pandemia hemos comenzado a compartir muchos más atributos particularizantes entre las sociedades de diferentes países, siendo esta sociedad no solo nuestro barrio o ciudad, sino la macrocomunidad (Europa).

En este proceso interviene otro fenómeno que es el del reconocimiento, ya que sin él no se puede formar la identificación con los otros. Por tanto, reconocernos en los demás y que los otros nos reconozcan supone la materialización de nuestra propia identidad, y a la vez, reconocer a los demás es dotarles de identidad. De nuevo, la percepción de la identidad tanto individual como compartida se hace a través de diferentes mecanismos de representación social, cultural y, sobre todo, visual.

Como afirma Mara Steinr (2012: 72) «no sólo percibimos al mundo en tanto individuos, sino que lo hacemos en sociedad, lo cual supedita nuestra percepción a una configuración que está determinada por la época y la cultura en que vivimos». Y esta época que nos ocupa en el presente capítulo (marzo 2020-abril 2020) está marcada por el devenir histórico que ha llevado, como hemos comentado más arriba, a la evolución de las identidades individuales, pero, sobre todo, colectivas.

Por tanto, como nuestra identidad colectiva e individual están marcadas por la identificación con la cultura que habitamos o compartimos, la percepción de esta identidad está supeditada también a las imágenes que nos llegan en las que podemos identificarnos individualmente, formando así una

identidad en la percepción en sí misma. Es decir, la percepción (de lo común) como identidad.

Además, como afirma Laura González respecto a las representaciones visuales, en concreto la fotografía,

la relación entre la imagen y su espectador se da en un entorno social con un cierto nivel de mediación, el sentido de la imagen también se ve afectado por sus condiciones de difusión, a través de los medios de comunicación masiva o de circulación artística, que fungirán como un nuevo filtro para un tercer sujeto, el espectador, quien hará una lectura o interpretación de la imagen desde su propio contexto ideológico (González, 2008: 21).

Y, al respecto de la identidad y la fotografía, la misma autora explica la capacidad de formación del imaginario colectivo que tiene este medio de representación. Además, la imagen fotográfica nos permite «entender la identidad social como un proceso *performativo*, es decir, de una puesta en escena en el nivel visual de los valores *activos* que definen a una comunidad en un momento dado» (González, 2008: 25). Es decir, que la fotografía, como medio de comunicación y, sobre todo, de representación, es quizás *el* vehículo para difundir los rasgos identitarios de una comunidad y *activarlos* en otras, conformando así la identidad cultural colectiva.

Si lo aplicamos a Europa, como pasó en el Paleolítico superior, como hemos explicado más arriba, y a la pandemia de la covid-19, la conclusión es que la fotografía ha sido un medio, no solo de representación de las consecuencias del virus, sino de transformación y consolidación de nuevos rasgos identificativos colectivos a través de la percepción de objetos visuales comunes, esto es, las imágenes del confinamiento y la pandemia.

*Acercarse a la imagen compartida*

En el último año hemos visto miles de imágenes de las consecuencias de la pandemia mundial causada por la covid-19. No solo hemos podido acceder a imágenes locales, sino también a fotografías nacionales e internacionales, tanto en prensa como en televisión. Pero ¿cómo es el acceso cultural y por lo tanto identitario a esas imágenes? Tisseron (2000) reflexiona sobre qué hacen las imágenes con nosotros como observadores:

La imagen no es más que la lectura que hacemos de ella: no existe mirada inocente. Se puede formular de otra manera: toda imagen fotográfica propuesta por un fotógrafo es una reconstrucción de lo real, y esa misma imagen vista por un espectador se convierte en otra imagen. El análisis de cualquier imagen puede ir en dos direcciones complementarias: remontarse hacia su producción o avanzar hacia sus efectos. En el primer caso, lo más interesante reside en el análisis del acontecimiento del que surge la imagen: la crítica de la fotografía resulta inseparable de las circunstancias de su producción. En el segundo caso, por el contrario, lo que importa es la relación del espectador con la imagen: la crítica de la fotografía se vuelve entonces inseparable de sus efectos sobre la vida psíquica (2000: 34).

Lo importante de estos enfoques es que son complementarios. Además, la segunda vía de la que habla Tisseron (2000: 20), es decir, la relación entre el espectador y la imagen, no supone solo una simbolización previa a la «introyección» o «metabolización» de la imagen, sino también una apropiación interpretativa, a la vez individual y colectiva, de lo que nos transmite el fotógrafo, y ahí es donde se pone en marcha también el sistema de identidad colectiva, sobre todo porque es necesario conocer el acontecimiento, para lograr su simbolización por parte del espectador. En el caso de la pandemia, como hecho universal, todos los observadores podemos extraer símbolos comunes en las imágenes que vemos de esta.

Es posible acercarse a la segunda vía de interpretación, ya que como afirma Tisseron (2000: 113):

La fotografía no solo es portadora de un imaginario del envoltorio individual y subjetivo. Es también portadora de un imaginario del envoltorio grupal: ver una fotografía es enfrentarse, mucho más que con la pintura, con un imaginario de la imagen compartida. [...] la fotografía se muestra con la ilusión de una representación objetiva del mundo. Por ello alimenta la ilusión de una identidad de percepción entre sus distintos espectadores.

Esta «identidad de percepción» viene dada por la relación tanto individual como colectiva, eminentemente cultural, que contiene todo lo que esa comunidad (sociedad + cultura) ha aprendido con el paso de las generaciones o, en el caso de un evento compartido, su experiencia con el acontecimiento. Esta continuidad tiene que ver con la simbolización psíquica, no solo del individuo, sino de la colectividad de una comunidad y el contexto social y cultural de la que forman parte las imágenes.

Para que el individuo y la comunidad hagan suyas las imágenes que observan, es decir, las comprendan profundamente y pasen a formar parte de su identidad cultural y, por tanto, de su cultura visual, es fundamental descodificar, leer, los elementos de las imágenes y conseguir la lectura profunda, algo a lo que solo puede aspirarse con el conocimiento del hecho o contexto.

Sobre ello han trabajado varios autores, como Raymond Colle (1999) quien describe los diferentes sistemas de codificación que han supuesto un importante aprendizaje en sus complejidades. Por su parte, Juanita Bagés (2012), cuya tesis ahonda en el concepto, formas y aplicaciones de la metáfora en la imagen, afirma que este aprendizaje es fundamental para entender cómo funciona dicha fórmula de comunicación en la fotografía.

También Rafael Gómez Alonso (2005: 6) cuando se refiere al significado de una fotografía, afirma que para su lectura y

comprensión intervienen varios factores, entre ellos los sociológicos, u otros elementos como los símbolos convencionales o accidentales, de tal forma que el lector necesita unas herramientas culturales y conceptuales que le ayuden en la descodificación del texto fotográfico. En el caso de las imágenes de la pandemia, las herramientas culturales o los elementos visuales relacionados con las consecuencias de la enfermedad son compartidos, por lo que todo observador puede entender profundamente las imágenes e incluso sentir las como algo común en experiencia propia y transformarlas así en metáforas colectivas de una identidad común.

Por ello investigadores de varias áreas visuales han ahondado en la importancia de la semántica visual y la formación de metáforas colectivas. Sobre las conexiones entre imagen fotográfica y su semantización han reflexionado, entre otros, García de Molero y Farías de Estany (2007: 109) afirmando que:

Como signo cultural donde el contexto y las circunstancias de enunciación son pertinentes para su entendimiento, las fotografías se semantizan, se cargan de contenidos significativos que parte de ese subcódigo técnico (formatos, granos, tonos, etcétera) y establecen relaciones intertextuales con otros códigos, como el de la pintura (perspectiva geométrica), el cine (encuadre, narración), la escultura y la arquitectura (la pose y la composición), literatura, cómics, etcétera (otras formas narrativas).

### *Icono y significado*

Para que la identidad colectiva se forme es necesario, entre otras cuestiones, la identificación común y la aprehensión colectiva de imágenes sobre un mismo acontecimiento compartido, tal y como ha sucedido con la pandemia, y muy especialmente con el confinamiento domiciliario. Esto permite, además, la semantización como hemos comentado y también la comprensión de metáforas o retóricas visuales fundamentales para la comunicación de significados compar-

tidos y profundos, en definitiva, significativos para los observadores.

Antes de que los investigadores de la comunicación se centraran en la importancia de la retórica visual, especialistas de otras disciplinas relacionadas con la producción visual ya habían estudiado la retórica de la imagen a través de diferentes campos. Es por este motivo que los estudios sobre retórica visual en comunicación han partido de, y heredado las, aportaciones de áreas del conocimiento tales como la Historia del Arte, con estudiosos como Panofsky y otros teóricos de la Gestalt; el lenguaje y la lingüística como Wittgenstein o la filosofía como Habermas.

Así, María del Carmen Agustín (2004; 2015), quien ha estudiado la imagen y las diferentes metodologías para su lectura y comprensión, ya advierte que es un área de estudio complejo y polimórfico. Agustín trabaja fundamentalmente desde el punto de vista del contenido documental, con una sistematización similar a la que Benito (2014) aplica para el análisis de la estructura estética. Eco (1988), Calabrese (1980; 1987), Panofsky (1979, 1998), Ocampo y Perán (1993) y Agustín (2004), entre otros especialistas, afirman que las imágenes son proposiciones y, como tales, requieren de un sistema de descodificación y lectura.

A todo ello se suma la consideración de que toda comunicación visual se basa en la capacidad que tengan emisor y espectador para dotar a las imágenes de un sentido más allá de la identificación de sus formas. Es decir, de profundizar en la comprensión del mensaje subyacente, a veces expresado mediante elementos visuales que se convierten, o se han convertido, en metáforas. Para ello, de nuevo, es fundamental la identidad colectiva, la percepción de un acontecimiento común, que permita al individuo, y también a la colectividad, identificarse a través del reconocimiento de lo que es común y diferenciarlo de aquello que no lo es. Según Marc Augé (2009: 98) existe ahora una «escenificación del mundo», es decir, la traslación de la vida al plano visual que tiene como objetivo final la identificación y el reconocimiento.

De esta manera, en las imágenes documentales de la pandemia, este proceso es fundamental para transmitir ideas y significados que se hallan bajo la superficie acerca de, por ejemplo, las consecuencias del confinamiento en las familias, o el sufrimiento en los hospitales. Como afirma Santos Zunzunegui (1998: 23) «todo acto icónico es fruto de una estrategia significativa y, por tanto, persuasiva». Son, por tanto, fórmulas que apelan al instinto del observador, a su relación con su cultura visual y al conocimiento de iconos actuales compartidos.

Esos iconos están presentes en nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos con el mundo y con la sociedad contemporánea, sobre todo dentro de nuestras subculturas más cercanas. Algunos de ellos se han añadido a nuestra cultura visual común reciente como los ciudadanos asomados a los balcones por toda Europa, las UCIs y sus aparatos, o las imágenes sobre las limpiezas tanto de interiores como de calles. El espectador descodifica las formas y profundiza en ellas. La forma y el contenido de tales signos se traducen en símbolos que apelan a nuestros niveles más básicos de visualidad y comunicación, a la inmediatez de la comparación y al recuerdo instintivo de un modelo que, en este caso, se trata de la comparación con las mismas imágenes que podemos ver en nuestra propia comunidad.

Esta globalización del símbolo, o lo que Rosler (2007: 255) denomina «fijar el significado fotográfico», estará sujeto siempre al «contexto de su recepción», ya que si además el consumo de esas imágenes se hace dentro de la comunidad que las produce su «significación aumenta exponencialmente» (Baeza, 2001a: 83). En este caso, la comunidad local (las imágenes del confinamiento en nuestro barrio o ciudad) se amplía a la comunidad global, sobre todo europea, ya que identificamos las formas, los iconos y los símbolos (por ejemplo, cuando vemos las fotografías de muchos féretros en algún espacio habilitado para ello), dentro, además, de un contexto de recepción igual para todos: pandemia y confinamiento.

Rosler (2007: 250) también reflexiona sobre cómo la interpretación de dichas imágenes ha de realizarse a partir de la



«sociedad y la historia». Esta reflexión, junto con la que hace Roland Barthes (2002: 16) cuando afirma que la fotografía es *leída* y que en el transcurso de esta lectura intervienen más o menos conscientemente una reserva tradicional de signos, nos llevan a entender la importancia de aunar las dos vías de estudio de la imagen de la que he hablado más arriba y la importancia de los símbolos pertenecientes a la cultura en la que nacen y se difunden. Así, la fotografía es interpretada como metáfora o símbolo de un suceso, por ello es importante tener en cuenta el contexto específico de producción y recepción coetánea de las fotografías para centrar el significado simbólico que pueden llegar a adquirir, que en el caso que nos ocupa es, específicamente, la pandemia de la covid-19 en Europa.

### *El Síndrome de Barthes y análisis de las imágenes*

Para conseguir conectar con el espectador y que este se involucre en la imagen y profundice en ella con su mirada (es decir, más allá de la vista superficial) es necesario que le conmueva. El espectador debe meterse en la historia de esa fotografía para iniciar el recorrido reflexivo que vaya más allá de la superficie de la toma y haga así una simbolización psicológica, tanto personal como colectiva. Solo de esa manera la fotografía transcenderá de lo enunciado a lo explicado, de la superficie pintada a la historia narrada, de la producción a los efectos. Pero, además, solo así se avanzará en la evolución de la identidad colectiva, y, en ese momento, probablemente, se hará una conexión dolorosa, como le sucedía a Barthes.

En este sentido he configurado el marco conceptual que desemboca en el *síndrome de Barthes*. Se trata de una reacción en el observador similar al síndrome de Stendhal. Si el de Stendhal se refiere a la reacción psicósomática a la belleza del arte, el de Barthes es la reacción gemela frente a un elemento en una imagen fotográfica, que también nos duele, que nos engancha y que, en cierto modo, nos perturba. Por ello, a esta reacción frente a la imagen fotográfica la he denominado el *síndrome de Barthes*.

Este *síndrome de Barthes* existe porque nuestro pensamiento es fundamentalmente metafórico, y gracias a esto el observador tiene la capacidad no solo de mirar la imagen, sino de verla en profundidad, es decir, de detenerse conscientemente en ella y poner así en marcha los mecanismos de identificación y semantización, tanto individual como colectiva.

Por tanto, para que el *síndrome de Barthes* aparezca se necesita mirar la imagen fotográfica más allá del *studium*, es decir, profundizar en ella desde la cultura visual propia y también desde la psicología e historia personal y colectiva, con el bagaje cultural, intelectual y emocional que nos hace enfrentarnos a la realidad que nos circunda. Por tanto, este síndrome que he definido es el *punctum* del que habla Barthes, pero que una vez que engancha la mirada del espectador conectándola con sus conocimientos, recuerdos y experiencias, le lleva a una reflexión profunda de la imagen y a la comprensión de su significado más allá de la descripción evidente, llevándole así al conocimiento.

En este caso, cuando vemos imágenes del confinamiento y la pandemia tomadas en Francia o en Italia irremediamente las leemos como iconos conocidos, dado que compartimos el evento y el contexto, así como las consecuencias. Al ver determinadas imágenes de nuestra comunidad más cercana tenemos una reacción punzante, al ver las de otros países europeos también nos sucede porque compartimos una identidad en la percepción.

Para el presente capítulo se han analizado los trabajos de seis fotógrafos. En España se ha trabajado sobre las imágenes de Andoni Lubaki y José Colón quienes han abordado tanto desde la crónica (Lubaki) como desde el reportaje narrativo (Lubaki y Colón) diferentes aspectos del confinamiento. Para Italia se ha analizado el trabajo de Francesca Volpi, en Francia el de Rafael Yaghobzadeh, en Alemania de Lena Mucha, y en Reino Unido de Philip Hatcher-Moore.

Todos ellos llevan años publicando en medios internacionales como *The New York Times*, *TIME*, *Le Monde*, *Al Jazeera*, *Le Figaro*, *El País*, *El Mundo*, *La Repubblica*, *Internazionale*, *Stern*

o *Der Spiegel*, entre muchos otros. Además, todos han recibido multitud de premios y reconocimientos, así como expuesto en los más prestigiosos centros. Cada uno de ellos ha sido la *voz visual* de su país, la mirada crítica, la reflexión en las calles mientras los ciudadanos permanecíamos confinados en casa. Ellos han sido nuestros ojos y han sido la mirada de todos.

Se han analizado 257 imágenes y tres reportajes de los seis fotógrafos. La premisa de partida era que todas las fotografías se hubieran realizado entre marzo y abril del 2020 en sus propios países. Así, la mayor cantidad de tomas se han realizado sobre las consecuencias de la pandemia en las ciudades (calles desiertas, comercios cerrados, limpieza de calles, hospitales...).

El trabajo de los fotoperiodistas que han cubierto las consecuencias de la covid-19, desde el confinamiento en los domicilios, las pruebas, los ingresos hospitalarios, las muertes y hasta las consecuencias económicas, pueden clasificarse en muchos casos como fotohistorias. De los trabajos analizados por reporteros en España, Italia, Francia, Alemania y Reino Unido, se desprende que se han tratado los temas, incluso con diferentes enfoques, siempre dentro de una cobertura de dimensión histórica. Esto se ha visto incluso cuando se ha analizado la pandemia desde lo pequeño (la vida de una familia inglesa en su casa en el campo) hasta lo grande (las consecuencias en una ciudad entera, como Venecia).

Además, conocer el contexto de producción es fundamental para entender las imágenes de una manera más profunda. Y, en este caso, el tema retratado, es decir, la pandemia y sus consecuencias, tiene una dimensión no solo actual, sino mundial. Y solo centrándonos en Europa, la percepción social, cultural y económica forman parte de una identidad común a todos los observadores por los rasgos, contextos y cultura comunes que compartimos. De esta forma, además, la ingente cantidad de imágenes que se han generado, y continúan generándose, de esta situación sanitaria global conforma la que será nuestra memoria colectiva sobre el acontecimiento.

Los fotoperiodistas también han sido testigos en primera línea, junto a los enfermos y equipos sanitarios, de lo que ocurre

tanto en hospitales, como en residencias o domicilios. Aportan su mirada crítica y reflexiva sobre el dónde, el cómo, el cuándo y muchas veces el por qué. Extienden también su atención más allá y analizan visualmente las consecuencias sociales, económicas, culturales y, por supuesto, personales. En definitiva, son nuestros ojos que, con una identidad propia, perciben los acontecimientos extrayendo lo universal de lo particular. Por eso, la percepción forma parte y conforma a su vez nuestra identidad.

En línea con esta idea podemos comprobar que no tenemos una foto-ícono de la pandemia. Es decir, no hay ninguna imagen específica de un fotógrafo en particular que sea una imagen-referente para todos, sea cual sea el país de residencia. Esto es debido a que cada comunidad, ciudad y país ha creado sus propias fotografías de la pandemia, siendo todas ellas similares en tanto que muestran las consecuencias de esta, que son, en todos los rincones, los mismos.

Compartimos por ello los mismos temas (hospitales, UCIs, féretros, calles desiertas, test...) e incluso los mismos enfoques (centrados en las personas, en ocasiones muy narrativos con el uso de planos medios, puntos de vista bajos y uso del color). Es decir, nuestra percepción viene condicionada por nuestro entorno y contexto, estos forman nuestra identidad, y en el caso de la covid-19 en Europa los fotógrafos nos han dado imágenes de esos rasgos, contextos y situaciones compartidas.

Los temas que se han localizado han sido: ambulancia; cementerio, ciudades: consecuencias; conciliación; confinamiento en casa; educación/colegios/residencias; fuerzas de seguridad/ejército; funeraria-ataúdes; hospitales (incluyendo: hospital de campaña, hospital-administración, hospital-apoyo entre trabajadores, hospital-compañía-afecto, hospital-enfermería/medicina, hospital-enfermo, hospital-limpieza, hospital-objetos personales y hospital-visita familiares); Iglesia/religión; limpieza calles/residencias; mascotas; pruebas covid y otros temas.

Así, el 36% del total de las tomas se han centrado en la lucha y el trabajo en los hospitales desde diferentes enfoques,

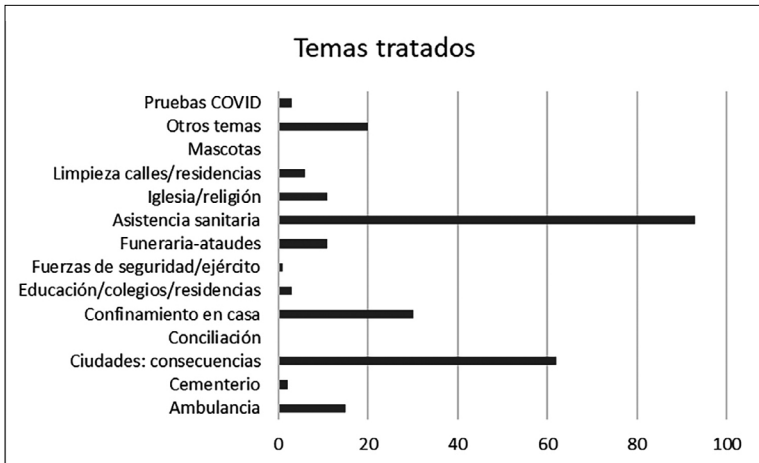


Gráfico 1. Estadísticas con los temas más ampliamente tratados en las imágenes analizadas. Fuente propia.

incluyendo la atención médica o de enfermería, servicios de limpieza, hospitales de campaña, visita de familiares, trabajos de administración y el propio enfermo, aunque aquí no se han incluido las imágenes de las ambulancias por ser un servicio externo al hospital.

Dentro del tema etiquetado bajo el paraguas «hospital», el 43% de las imágenes corresponden al trabajo del servicio médico o de enfermería, seguido por los hospitales de campaña (16%) y de la limpieza de las instalaciones (13%). Se muestra así la preocupación de los fotógrafos por mostrarnos la batalla que se ha librado, y continúa todavía, en los hospitales. El trabajo de los servicios de medicina, enfermería, fisioterapia, limpieza y resto de atención socio-sanitaria es la clave de la lucha en primera línea. De hecho, las expresiones de algunos fotógrafos que han retratado los primeros meses de pandemia hablan en los mismos términos y de forma comparativa con las guerras y conflictos armados que han fotografiado anteriormente.

Respecto al segundo tema más ampliamente tratado se encuentra el que está enfocado a las consecuencias del confina-

miento en las ciudades. Las calles desiertas, los comercios cerrados, las terrazas vacías, los taxistas parados, la vida de los vecinos en las terrazas, vistas desde las calles. El 24% de las imágenes analizadas tratan este tema, enfocándolo desde diferentes aspectos, pero coincidiendo en la falta de vida en las ciudades y la paralización absoluta de la actividad social, cultural y económica.

El resto de los temas basculan entre la labor de las ambulancias (8%), el confinamiento en casa (tema también tratado desde los reportajes como los de Philip Hatcher-Moore), la religión (por ejemplo, misas a través de internet) siendo un 4%, y las residencias (siendo este tema más tratado en reportajes como el de José Colón).

Respecto a los tipos del plano destacan, en todos los fotógrafos, una importante preferencia por los planos medios. Este tipo de aproximación a la imagen permite tomas narrativas, en las que el sujeto está inmerso en un contexto (sala de UCI, sala de espera de hospital, salón de casa...), pero manteniendo la cercanía del observador. Estos planos, más o menos cerrados, consiguen mantener el análisis del contexto sin perder la reflexión sobre las emociones.

No es casual que el 75% de las imágenes hayan usado este tipo de planos con los que se transmite la narrativa del acontecimiento, pero incluyendo los gestos, las emociones y, en definitiva, la privacidad de los retratados. En cambio, sí puede ser algo llamativo el hecho de que, proporcionalmente, hay muy pocos primeros planos. Podría ser debido a que, en los primeros momentos de la pandemia, cuando apenas se sabía nada de la enfermedad, y los fotógrafos se exponían al virus todavía sin conocer cómo se contagiaba, el mantener las distancias de seguridad se convirtió en una decisión vital como nunca antes.

Podríamos preguntarnos por qué no aparecen otros temas que hoy adquieren una importancia mayúscula, como son las investigaciones científicas para encontrar vacuna y tratamiento contra la covid-19, o las consecuencias en la economía de las familias, la pérdida de empleos y el cierre de empresas. Pero debemos tener en cuenta que las imágenes analizadas se centran

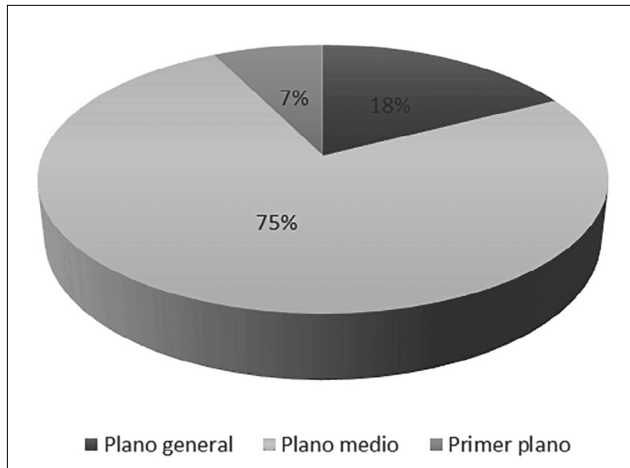


Gráfico 2. Proporción de los tipos de plano más usados en la muestra analizada. Fuente propia.

en los dos primeros meses del confinamiento, cuando la lucha estaba centralizada en la atención a los infectados, la contención comunitaria del virus, mayores aislados, y las imágenes del confinamiento.

Al margen de las fotografías realizadas para los reportajes de prensa, tres fotógrafos, José Colón (España), Andoni Lubaki (España) y Philip Hatcher-Moore (Reino Unido), realizaron su trabajo en marzo y abril centrándose en temas muy específicos, algunos de los cuales han seguido desarrollando en los meses posteriores haciendo trabajos de largo recorrido.

El tema en el que se centró Lubaki es el más curioso. Se trata de aquellas personas que tienen animales exóticos. Sus cuidados, atención y necesidades, además de la propia compañía que el animal aporta, fue la aproximación que podemos ver en estas imágenes. De este trabajo se han analizado 12 imágenes. Son siempre retratos frontales, de cuerpo entero, en planos medios y en un exterior. Es un acercamiento a la pandemia desde un enfoque completamente nuevo.



Imagen 1. Durante el confinamiento los ciudadanos franceses salieron a sus balcones para apoyar a los sanitarios. Pie de foto y fotógrafo: Foto cedida para esta edición por su autor © by Rafael Yaghobzadeh, 2020.

Por su parte, José Colón pasó semanas tomando imágenes en residencias de mayores. El confinamiento, el aislamiento social y familiar que deriva del mismo, la enfermedad, la soledad y la edad, son los temas a los que se acerca Colón con este trabajo. Retratos en las habitaciones o en las salidas a la terraza, objetos personales, comidas, atención médica, atención afectiva, pero también la muerte, están presentes en este reportaje a color donde se subraya la soledad de las personas mayores en las residencias durante el confinamiento.

Por último, el británico Hatcher-Moore realizó sendos reportajes sobre el confinamiento en zonas rurales. Se centró en su propia familia con un hijo pequeño y un nuevo nacimiento en camino. El confinamiento en una zona de por sí aislada, como es la naturaleza, adquiere una dimensión muy distinta.



En este caso, el propio fotoperiodista fotografió este confinamiento forzoso como si retratara a las familias en sus viajes por otros países y conflictos.

La incertidumbre fue enfrentada desde el trabajo. Así, fotografió la vida en una pequeña familia, con un bebé en camino, los miedos y las esperas, pero también los paseos por el campo, los baños en el río y el trabajo desde casa. Hatcher-Moore se pregunta por el impacto de este aislamiento para la sociedad y cómo se volvió fundamental el cuidado en comunidad, el trabajo del campo, la alimentación de proximidad o la educación de los hijos en familia, entre otras cuestiones.

### *Conclusiones*

La pandemia de la covid-19 ha sido un terremoto que ha convulsionado el mundo entero. Los países europeos han establecido estrategias de contención del virus similares, lo que ha llevado a que la experiencia vital de los ciudadanos haya sido compartida. Los fotógrafos que trabajaron durante los primeros meses de confinamiento, marzo y abril, se enfrentaron a una situación que comparan con las guerras que han fotografiado lejos de nuestras fronteras. Han subrayado tanto en sus propias palabras como en sus imágenes las situaciones de soledad, dolor y miedo tanto de los ciudadanos, como, de una forma muy significativa, de los equipos sanitarios.

La identidad colectiva se conforma, entre otras cosas, con la identificación de lo que somos y especialmente de lo que nos diferencia del otro. Así construimos nuestro *yo* individual. Pero la personalidad colectiva forma parte intrínseca de lo que somos, ya que no es posible separarnos de la sociedad, la política, la cultura y, en definitiva, de nuestra comunidad.

La imagen fotográfica es uno de los medios más potentes, rápidos y eficaces en la construcción de la identidad cultural, individual, y sobre todo colectiva. Gracias al aparato conceptual del *síndrome de Barthes* podemos comprender las imágenes de la lucha contra el virus desde la percepción de una identidad

común y compartida, la cual permite la lectura profunda de las imágenes. La repetición de temas, los mismos enfoques, la continuidad estética llevan a la semantización del conjunto de tomas y a la simbolización del todo, en lugar de configurar una imagen-ícono.

Sin duda, la experiencia colectiva tanto vital como visual vivida con la covid-19 en Europa ha dejado ya un poso estético que ha reforzado la identidad colectiva y lo ha hecho a través de la percepción. Además, si miramos más allá, y en una continuidad de esta investigación atendemos a las imágenes que nos llegan de otros países occidentales como Estados Unidos, podríamos partir de la hipótesis de que la identidad europea en la mirada es una identidad universal, y las miradas a uno y otro lado del «charco» son iguales. De esa manera, la identidad europea funcionaría como la parte por el todo de una identidad colectiva mayor.

## Bibliografía

- Agustín, María del Carmen (2004): *Análisis documental de contenido de la imagen artística: Fundamentos y aplicación a la producción retratística de Francisco de Goya* (tesis doctoral), Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Agustín, María del Carmen (2015): «La lectura de las imágenes fotográficas orientada hacia la representación documental», *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, vol. 20, núm. 1, pp. 55-88.
- Augé, Marc (2009): «La puesta en escena del mundo» [conferencia], *Talleres de Arte Contemporáneo*, Ayuntamiento de Zaragoza, pp. 96-101.
- Baeza, Pepe (2001a): *Por una función crítica de la fotografía en prensa*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Baeza, Pepe (2001b): «Invocación y modelo. Las nuevas imágenes de la prensa», *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, vol. 27, pp. 159-171. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72423>>
- Bagés, Juanita (2012): *Metáfora e imagen fotográfica* (tesis doctoral), Madrid: Universidad Complutense. <<http://eprints.ucm.es/15474/>>
- Barthes, Roland (2002): *Lo obvio y oculto*, Barcelona: Paidós.
- Benito, José (2014): *Composición en fotografía. El lenguaje del arte*, Fine Art Editions.
- Benito, José (2016): *Fotografía de autor. Análisis y evaluación de la imagen*, Fine Art Editions.
- Calabrese, Omar (1980): *Semiotica della pittura*, Milán: Il Saggiatore.
- Calabrese, Omar (1997): *El lenguaje del arte*, Barcelona: Paidós.
- Colle, Raymond (1999): «El contenido de los mensajes icónicos»,

- Colección Cuadernos Artesanos de Latina*. <[http://www.revistalatinas.org/067/cuadernos/08\\_Colle\\_interior\\_DEF.pdf](http://www.revistalatinas.org/067/cuadernos/08_Colle_interior_DEF.pdf)>
- Colón, José (2020): *COVID-19: The elderly, a collective risk in the pandemic* [reportaje fotográfico].
- Eco, Umberto (1988): *Signo*, Barcelona: Labor
- García de Molero, Írida; Farías de Estany, Jenny (2007): «La especificidad semiótica del texto fotográfico», *Opción*, vol. 23 (septiembre-diciembre). <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31005407>>
- Geertz, Clifford (1995): *La interpretación de las culturas*. Buenos Aires: Gedisa.
- Giménez, Gilberto (2012): «La cultura como identidad y la identidad como cultura» [conferencia], Universidad Nacional Autónoma de México. <<https://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>>
- Gómez Alonso, Rafael (2005): «Retórica fotográfica. Ingenio y provocación», *UOC Papers, Revista sobre la sociedad del conocimiento* (1). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5298455>
- González, Laura (2008): «La fotografía como memoria. Reflexiones en/desde el siglo XXI», *Textos de Historia*, vol. 16, núm 1, pp. 11-32.
- Hatcher-Moore, Philip (2020): *Lock-down & Labour on a hillside in North Wales* [reportaje fotográfico].
- Hatcher-Moore, Philip (2020): *Solvitur Ambulando* [reportaje fotográfico].
- Hernández, Juan Miguel (2020): «Grabados de bisontes en cuevas españolas revelan una cultura artística común en la antigua Europa», *El País* (30-10-2020). <<https://elpais.com/ciencia/2020-10-29/grabados-de-bisontes-en-cuevas-espanolas-revelan-una-cultura-artistica-comun-en-la-antigua-europa.html>>
- Hernández, María Luisa; Tolosa, Guadalupe (2011): «La imagen fotográfica como documento de lo perdurable: el discurso visual de las instantáneas de los Hermanos Mayo», *Revista Discurso Visual*, vol. 18. <<http://discursovisual.net/dvweb18/>>
- Irala, Pilar (2019): *El síndrome de Barthes. La construcción retórica de la imagen fotográfica*, Madrid: Fragua.
- Martínez, Sergio (2017): «Globalización y circulación visual: el -con- de las imágenes», *Campoderelampagos*. <<http://campoderelampagos.org/critica-y-reviews/6/1/2017>>
- Molano, Olga Lucía (2007): «Identidad cultural, un concepto que evoluciona», *Revista Opera*, vol. 7, pp. 69-84.
- Ocampo, Estela; Perán, Martí (1993): *Teorías del arte*, Barcelona: Icaria.
- Olson, Lester; Finnegan, Cara; Hope, Diane (2008): «*Visual Rhetoric: a reader in communication and American culture*», Thousand Oaks: SAGE.
- Panosfky, Erwin (1979): *El significado en las artes visuales*, Madrid: Alianza.
- Panosfky, Erwin (1998): *Estudios sobre iconología*, Madrid: Alianza.
- Parras, Alicia (2014): «El tratamiento documental de las fotografías de prensa, ante el dolor de los demás» (tesis doctoral), Madrid: Universidad Complutense.
- Rosler, Martha (2007): *Imágenes públicas. La función política de la imagen*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Steinr, Mara (2012): «Comprender las imágenes. Entre las formas simbólicas y los procesos culturales», *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, cuaderno 39, año 12, pp. 71-85.
- Tisseron, Serge (2000): *El misterio de la cámara lúcida: fotografía e inconsciente*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Zunzunegui, Santos (1998): *Pensar la imagen*, Madrid: Ediciones Cátedra.

