

Compasión colectiva, esfera digital e imágenes de pathos en tiempo de COVID-19

Laura Gherlone¹

Recibido: 30 de octubre de 2020 / Aceptado: 13 de enero de 2021 / Publicado: 15 de febrero de 2021.

Resumen. El presente artículo pretende indagar cómo, durante la explosión de la pandemia del COVID-19, la esfera digital ha proporcionado un espacio afectivo para la manifestación del dolor colectivo frente a la muerte de multitudes de personas. Se hará particular referencia a una serie de imágenes viralizadas por las redes sociales durante los meses de febrero-abril de 2020 e interpretadas a la luz de la teoría de las *Pathosformeln* de Aby Warburg –imágenes que, usando el rostro patético como interfaz, han hecho *visible* y *real* el drama en curso, procurando un modelo de expresión universal de la compasión–.

El artículo se divide en tres partes. En primer lugar, se introducirá la idea de “cultura imago-céntrica” para plantear un rasgo saliente de las sociedades contemporáneas. En segundo lugar, se destacará la actualidad del concepto de *Pathosformel* (nacido originariamente en la historia del arte) para explicar la asociación imagen-emoción que caracteriza el tiempo presente. En tercer lugar, se proporcionará una interpretación de las imágenes de pathos en tiempo de COVID-19 recurriendo a la fórmula expresiva patética de la *imago pietatis*: un modelo visuo-afectivo “revivido” en la contemporaneidad y capaz de universalizar y con-mover la interioridad del observador, haciendo hincapié en el dolor empático.

Palabras clave: Compasión; cultura imago-céntrica; *pathosformeln*; agentividad; semiótica social; COVID-19.

[en] Collective Compassion, Digital Sphere and Images of Pathos in the Time of COVID-19

Abstract. This article aims to investigate how, during the outbreak of the COVID-19 pandemic, the digital sphere afforded an affective space for the manifestation of collective pain in the face of the death of multitudes of people. A special attention will be given to a series of images viralized by SNSs during February-April 2020 and interpreted in the light of Aby Warburg’s theory of *Pathosformeln* –images which, through the mediation of the pathetic face, made *visible* and *real* the ongoing drama, providing a model of universal expression of compassion–.

The article is divided into three parts. First, the idea of “image-centric culture” will be introduced to raise a salient feature of contemporary societies. Second, the topicality of the concept of *Pathosformel* –originally conceived within the history of art– will be highlighted in order to explain the association between image and emotion that characterizes the present age. Third, the article will provide an interpretation of the images of pathos in the time of COVID-19 through the pathetic expressive formula of the *imago pietatis*: a visuo-affective model “revived” in contemporaneity and able to universalize and move the interiority of the observer, placing emphasis on empathic pain.

Keywords: Compassion; Image-centric Culture; *Pathosformeln*; Agency; Social Semiotics; COVID-19.

Sumario. 1. Imágenes que actúan y afectan dentro y fuera de la esfera digital. 2. Siguiendo los pasos de Aby Warburg en la era digital. 3. La mirada empática de la *imago pietatis* como fórmula de intensidad afectiva. 4. Conclusiones. 5. Fuentes y referencias bibliográficas.

Cómo citar: Gherlone, Laura. “Compasión colectiva, esfera digital e imágenes de pathos en tiempo de COVID-19”. En *Tristeza eterna: representaciones de la muerte en la cultura visual desde la Antigüedad a la actualidad*, editado por Luis Vives-Ferrándiz Sánchez. Monográfico temático, *Eikón Imago* 10 (2021): 79-91.

1. Imágenes que actúan y afectan dentro y fuera de la esfera digital

1.1. Visualidad y públicos afectivos

A partir de la primera década del siglo XXI, con la extensión de la revolución digital a nivel global, hemos asistido

a una aceleración del proceso de integración y convergencia de diferentes instrumentos y formas de comunicación. Si, como ha observado Marshall McLuhan, “[I]os cruces o híbridos de medios liberan grandes cantidades de fuerza y energía nuevas, como ocurre en la fisión y en la fusión”², podríamos preguntarnos donde se está encanalando toda esta potencia.

¹ Universidad Católica Argentina (Argentina)
Correo electrónico: lauragherlone@uca.edu.ar
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0117-1077>

² Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre*, ed. rev. (Barcelona: Paidós, 1996), 69.

Es interesante notar que semejante proceso se esté dando concomitantemente con la emersión del llamado “giro afectivo”, es decir, una inédita manera de interpretar y explicar la acción individual, colectiva y espacio-temporal del ser humano a través de la circulación discursiva-material de símbolos, estilos y repertorios emocionales que se depositan consciente e inconscientemente en la cultura. Esta perspectiva ha puesto en evidencia que la época contemporánea se caracteriza por una prepotente manifestación del mundo afectivo humano, corporalmente encarnado, pero virtualmente expresado de manera amplificadora a través del ciberespacio.

Varios estudios relacionados con las plataformas de interacción social confirman que el vínculo que se establece entre personas aparentemente desconocidas entre sí es incompresible por fuera del enlace emotivo. Tamara Kharroub y Ozen Bas, por ejemplo —estudiando las protestas sociales vía web, estalladas después de la viralización de fotografías de muerte violenta—, se han enfocado en las imágenes afectivo-efectivas³, señalando que éstas tendrían sobre todo la función de “presentar símbolos que establecen referencias rápidas”, sin pasar por “ideologías abstractas y complejas”⁴. De esta manera, impulsarían en particular la construcción de identidades compartidas basadas en significados fácilmente reconocibles, decodificables y “transmisibles” (o como se suele metafóricamente decir, viralizables), con consecuencias considerables en términos de acción: quizás la exposición a imágenes patéticas no causa un evento social pero sí influye sobre el mismo a través de la constitución de *públicos afectivos* cuya “masividad” es intrínsecamente agente⁵.

Los constructos visuales en línea atraen la atención de la gente debido a la posibilidad que ofrecen de intercambiar información a nivel mundial e interactuar eficazmente sin —incluso— interacción verbal. Como han subrayado Michele Zappavigna y Sumin Zhao, a menudo, el intercambio colectivo de una imagen o de una palabra-concepto⁶ que genera una multitud de imáge-

nes mentales y virtuales no implican que las personas “interactúen necesariamente de forma directa”: basta que se “coagulen” en torno a los valores, generando así una “comunidad masiva de sentimientos”⁷.

Piénsense en la nota imagen del cadáver de Aylan Kurdi, el niño sirio de origen kurdo aparecido en 2015 en una playa de Turquía después del naufragio del barco que lo alejaba de la guerra, así como la imagen de Oscar Alberto Martínez Ramírez y de su hija Valeria, muertos durante la travesía hacia Estados Unidos y cuyos cuerpos fueron hallados en la orilla del Río Bravo en 2019. En ambos casos la fotografía digital, a través de un proceso mínimo de narrativización vía hashtags, ha hecho que la muerte —y en particular la muerte “visual” del sujeto vulnerable migrante⁸— no fuera sólo representada, sino que se *corporeizara*, convirtiéndose en un evento colectivo de externalización de emociones contrastantes, desde la compasión hasta el odio discriminatorio (síntomas de identidades y valores comunes que constituyen los públicos afectivos): lo que ha tenido una cierta influencia en la opinión pública, empujando, quizás no hacia un cambio, pero al menos a un cuestionamiento de las políticas migratorias a nivel mundial.

1.2. Sociedades imago-céntricas

Si nos referimos a la tesis de McLuhan, lo dicho hasta ahora haría suponer que la visualidad mediada por el ambiente en línea está encañalando las energías afectivas e imaginativas liberadas por los cruces de medios y lenguajes que el proceso de digitalización ha fomentado. En otras palabras, el ciberespacio se está perfilando como un ambiente particularmente propicio para la proliferación de imágenes —cuya eficacia comunicativa se deriva de la acción mutua de la agentividad del lenguaje visual y la

³ Retomando una literatura científica vinculada con la sociología y la psicología evolucionista y social, Kharroub y Bas distinguen entre temas visuales emocionalmente excitantes (como la fotografía de un manifestante brutalmente golpeado, es decir, imágenes violentas) y temas visuales que suscitan eficacia (como las imágenes de las multitudes, las actividades de protestas y los símbolos de unidad nacional, religiosa, etc.). Esta distinción, hecha por utilidad heurística, ha puesto de manifiesto la distribución temporal con la cual han intervenido esos tipos de imágenes específicamente en la evolución de la revolución egipcia. Tamara Kharroub y Ozen Bas, “Social media and protests: An examination of Twitter images of the 2011 Egyptian revolution”, *New Media & Society* 18, no. 9 (2015): 1-20, <https://doi.org/10.1177/1461444815571914>.

⁴ Kharroub y Bas, “Social media and protests...”, 15.

⁵ Como ha señalado Zizi Papacharissi, “[l]os medios de comunicación no hacen ni destrozan revoluciones, pero sí prestan a los públicos emergentes su propia y distintiva *medialidad*”, basada en vínculos afectivos con una fuerte agentividad. Zizi Papacharissi, “Affective publics and structure of storytelling: sentiment, events and media-*lity*”, *Information, Communication and Society* (2015): 2, <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>.

⁶ Michele Zappavigna habla, por ejemplo, de “hashtag ideacional” (‘ideational hashtag’) para designar la palabra icónica que en la esfera digital tiene un efecto multiplicador de imágenes. Michele Zappavigna, *Searchable Talk Hashtags and Social Media Metadiscourse* (Londres: Bloomsbury, 2018).

⁷ Michele Zappavigna y Sumin Zhao, “Selfies and recontextualization: Still life self-imaging in social media”, en *Photography and Its Publics*, eds. Melissa Miles y Edward Welch (Londres: Bloomsbury, 2020), 207.

⁸ Para una profundización véase Francesco D’Orazio, “Journey of an image: From a beach in Bodrum to twenty million screens across the world”, en *The iconic image on social media: A rapid research response to the death of Aylan Kurdi*, eds. Farida Vis y Olga Goriunova (Visual Social Media Lab, 2015), 11-26; Simon Faulkner, Farida Vis y Francesco D’Orazio, “Analysing social media images”, en *The SAGE Handbook of Social Media*, eds. Jean Burgess, Alice Marwick y Thomas Poell (Londres: SAGE, 2017): 160-178; Çiğdem Bozdağ y Kevin Smets, “Understanding the images of Alan Kurdi with ‘small data’: A qualitative, comparative analysis of tweets about refugees in Turkey and Flanders (Belgium)”, *International Journal of Communication* 11 (2017): 4046-4069; Antigoni Memou, “Spectacular images of the ‘refugee crisis’”, *Photographies* 12, no. 1 (2019): 81-97, <https://doi.org/10.1080/17540763.2018.1501728>; Marouf Arif Hasani y Stephanie Marek Muller, “Containing the power of child migrant imagery, the domestication of Alan Kurdi’s public memories, and the securitization of the EU’s migrant ‘crisis’”, en *Interdisciplinary Perspectives on Child Migrants: Seen but Not Heard*, eds. Mary Grace Antony y Ryan J. Thomas (Lanham: Lexington Books, 2017), 23-44; Ryan Thomas, Kimberly Kelling, David Wolfgang y Keith Greenwood, “Discourses of compassion? British newspapers and the Alan Kurdi Image”, en *Interdisciplinary Perspectives on Child Migrants: Seen but Not Heard*, eds. Mary Grace Antony y Ryan J. Thomas (Lanham: Lexington Books, 2017), 45-64; Rebecca Adler-Nissen, Katrine Andersen y Hansen, Lene, “Images, emotions, and international politics: the death of Alan Kurdi”, *Review of International Studies* 46, no. 1 (2020): 75-95, <https://doi.org/10.1017/S0260210519000317>.

agentividad de las emociones⁹—, tanto que varios estudiosos han empezado a hablar de *sociedades centradas en las imágenes* para definir el trato saliente de nuestro tiempo. Hartmut Stöckl, Helen Caple y Jana Pflaeging escriben:

Lo que se percibe como la esfera mediática contemporánea *imago-céntrica* es el resultado de un *cambio* hacia la centralidad de la imagen que ha tenido lugar, más notablemente, desde el siglo XIX. Estimulados por la Revolución Industrial, pero sin depender únicamente de los avances tecnológicos, los modos visuales han transitado gradualmente hacia el centro de la semiosfera.¹⁰

Claramente esto no significa que el aspecto verbal de la comunicación digital no sea importante: en primer lugar, casi nunca desaparece del todo en los constructos visuales, permitiendo solidariamente la interpretación de sus significados; en segundo lugar, a través del mismo es posible comprender las diferentes reacciones frente a un mismo evento representado por las imágenes y las interacciones que se desenvuelven en formas de historias compartidas (comentarios, discusiones, etc.)¹¹. Lo que se quiere subrayar aquí es que los textos semióticos multimodales con un

fuerte componente icónico, como los memes y las imágenes macro, los mensajes construidos con los *emojis*, las fotografías y los autorretratos digitales (o *selfies*), por citar sólo algunos ejemplos, parecen hoy cumplir las funciones de (1) atraer y acumular los estados afectivos como “nubes” densas de sentido; (2) vehicular, por lo tanto, con inédita fluidez las emociones, las cuales han sido “reflotadas” y potenciadas por la conectividad de los ambientes digitales; (3) facilitar la identificación entre personas (a pesar del idioma y la cultura de proveniencia), haciendo la comunicación más inmediata y universal; (4) fomentar la emersión de la inteligencia conectada¹², lo que Iuri Lotman ya en los años setenta llamó la “inteligencia colectiva” (*‘kollektivnyi intellekt’*)¹³.

En resumen, podemos decir que la convergencia entre la esfera digital y la vida cotidiana de las personas está liberando inéditas energías en el plano imaginativo y emocional. Las redes sociales, en particular, han puesto de manifiesto la *necesidad colectiva* de las enunciaciones afectivas que, en lugar de quedar relegadas al universo de la intimidad, se convierten en una especie de ego-documentos expuestos públicamente y hechos circular a través del uso insistente de las imágenes.

En esta perspectiva, la representación 2.0 del dolor y los temas afines al mismo (muerte, duelo, vacío, fin) en las redes sociales son un fenómeno particularmente distintivo de las que hemos llamado sociedades *imago-céntricas*.

1.3. Visualizar el dolor en tiempo de COVID-19: el corpus de imágenes seleccionadas

El dolor, como energía original y universal y por su estructura relacional, es una fuerza dinámica que se realiza espontáneamente en la producción de signos, a partir del propio cuerpo y del cuerpo colectivo. La filogenética humana¹⁴

⁹ Véase Arjun Appadurai ed., “Introduction”, en *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge: Cambridge University Press, 1986), 3-62; Alfred Gell, *Art and Agency. An Anthropological Theory* (Oxford: Clarendon Press, 1998); Horst Bredekamp, *Image Acts. A Systematic Approach to Visual Agency* (Berlín: De Gruyter, 2017); William John Thomas Mitchell, *What do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images* (Chicago: University of Chicago Press, 2005); Keith Moxey, *Visual Time: The Image in History* (Durham-Londres: Duke University Press Books, 2013); Jan Slaby y Philipp Wüschner, “Emotion and Agency”, en *Emotion and Value*, eds. Sabine Roeser y Cain Todd (Oxford: Oxford University Press, 2014), 212-228; Jan Slaby, “Emotions and the extended mind”, en *Collective Emotions*, eds. Christian von Scheve y Mikko Salmela (Oxford: Oxford University Press, 2014), 32-46; Kerstin Schankweiler y Philipp Wüschner, “Images that move: Analyzing affect with Aby Warburg”, en *Analyzing Affective Societies: Methods and Methodologies*, ed. Antje Kahl (Londres-Nueva York: Routledge, 2019a), 101-119; Kerstin Schankweiler y Philipp Wüschner, “Pathosformel (pathos formula)”, en *Affective Societies*, eds. Jan Slaby y Christian von Scheve (Londres-Nueva York: Routledge, 2019b), 220-230; Christine Tappolet, *Emotions, Values, and Agency* (Oxford: Oxford University Press, 2016).

¹⁰ Hartmut Stöckl, Helen Caple y Jana Pflaeging, “Shifts towards image centrality in contemporary multimodal practices: An introduction”, en *Shifts towards Image-centrality in Contemporary Multimodal Practices* (Nueva York-Oxon: Routledge, 2020), 1. Además, véase Hartmut Stöckl, “Multimodality and mediality in an image-centric semiosphere – A rationale”, en *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives*, eds. Crispin Thurlow, Christa Dürscheid y Federica Diémoz (Berlín-Boston: De Gruyter, 2020), 189-202.

¹¹ Según el sentido atribuido por Ruth Page, las historias compartidas (un género narrativo característico de las redes sociales) amplían la tradicional idea de historia como una organización de “secuencias, en forma de trama, contadas por un solo relator” usando principalmente la forma verbal al pasado. Al mismo tiempo, siendo persistentes en el ciberespacio —tanto como contenido cuanto como interacción desplegada—, son distintas de “las historias que se cuentan en contextos cara a cara, [ya que éstas] son efímeras y deben ser registradas y transcritas”. Las historias compartidas son “artefactos textuales que consisten en palabras, imágenes y otros recursos multimodales” —con un “peso específico” del aspecto verbal por el hecho de ser estudiable en forma de corpora— y que son mediadas por una tecnología multiplicativa: es decir, una tecnología que conecta, reproduce, clasifica (priorizando), remezcla y re-contextualiza los contenidos en línea, invita a la co-construcción de significados y fomenta distintas interpretaciones, haciendo trazables y negociables los valores y las identidades. Ruth Page, *Narratives Online: Shared Stories in Social Media* (Cambridge: Cambridge University Press, 2018), 25, 12, 11.

¹² Ernesto Pablo Molina Ahumada y Laura Gherlone, “Ciberespacio y semiótica de la otredad”, *deSignis* 30 (2019): 53-62, <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i30p53-62>. Al concepto de inteligencia conectada se puede asociar a el de *imaginario*, entendido aquí como el tejido de narraciones que in-forman (en el sentido de “moldear” discursivamente) y hacen inteligible nuestra experiencia de la realidad bajo la forma de textos. Estas narraciones son formas de relatos colectivos (sedimentados en el trascurso del tiempo y continuamente actualizados) que engloban formas verbales y no verbales —como las imágenes—, donde la emoción juega un papel fundamental justamente porque se vincula a la experiencia subjetiva a través de la cual las personas se “apoderan” de dichos universos de significancia. La emoción es, como ha subrayado Jesús González Requena, “el punto de referencia que [nos] debe guiar (...), pues esa experiencia es la que da su sentido —o su sinsentido— a las significaciones que el texto contiene”. Jesús González Requena, “El texto: semiótico, imaginario, real”, Blog del autor. 4 de enero, 2013, consultado el 15 de enero de 2021, <http://gonzalezrequena.com/1-el-texto-semiotico-imaginario-real> Véase además Jesús González Requena, “La imagen: lo semiótico, lo real, lo imaginario”, *Sociocriticism* 12, no. 1-2 (1997): 117-137.

¹³ Iuri Lotman, “Kul'tura kak kollektivnyi intellekt i problemy iskusstvennogo razuma”, en *Semiosfera*, ed. rev. (San Petersburgo: Iskusstvo-SPB, 2000), 557-567.

¹⁴ En este trabajo no pretendo detenerme en la cuestión de la afinidad animal-humana de la experiencia emocional, ahora científicamente probada. Las investigaciones actuales, de hecho —escribe Marc Bekoff—, proporcionan “pruebas convincentes de que al menos algunos animales posiblemente sienten una amplia gama de emociones, incluyendo miedo, alegría, felicidad, vergüenza, embarazo, resentimiento, celos, rabia, ira, amor, placer, compasión, respeto, alivio, repugnancia, tristeza, desesperación y dolor”. Marc Bekoff, “Animal Emotions: Exploring Passionate Natures”, *BioScience* 50, no. 10 (2000): 861, [https://doi.org/10.1641/0006-3568\(2000\)050\[0861:AEEP\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1641/0006-3568(2000)050[0861:AEEP]2.0.CO;2).

pone de relieve la búsqueda constante de espacios y formas para comunicar esta experiencia primordial, desde la disposición de los cementerios¹⁵ hasta llegar a las formas más transgresoras generadas en/por el ciberespacio. Estudios recientes han puesto de manifiesto cómo está cambiando nuestra manera de expresar el sufrimiento, crear comunidades de duelo, elaborar colectivamente los sentimientos de consternación y miedo frente a la caducidad de la vida, vivir la melancolía y el recuerdo, forjar semióticamente conceptos espacio-temporales abstractos como los de transitoriedad, fin y vacío. En el artículo seminal “Does the Internet change how we die and mourn?”, Tony Walter *et. al*¹⁶ escribían hace unos años:

la evidencia hasta ahora indica que Internet tiene implicaciones significativas para muchos conceptos actuales en los estudios sobre la muerte; a su vez estos conceptos iluminan lo que está sucediendo en línea. Estos conceptos son: el secuestro (u ocultamiento) de la muerte y el morir; la privación del derecho al duelo, el luto privado, la muerte social, la enfermedad y las narraciones del duelo; la continuidad de vínculos (‘continuing bonds’) con los muertos; y la presencia de los muertos en la sociedad. Varias de las implicaciones de Internet para la muerte y el duelo se remontan al desarrollo, en la década de 2000, de la Web 2.0, es decir, a la mayor interactividad de Internet y a la facilidad con que los no expertos pueden cargar textos, imágenes y sonido, y modificarlos continuamente en colaboración —como lo demuestra el rápido desarrollo de las redes sociales (SNSs), aunque no se limita a ellas—.

En la presente contribución se entiende analizar este campo de estudio tomando en cuenta una serie de retratos digitales que han circulado durante la explosión del COVID-19 en febrero-abril de 2020, es decir, cuando —después de una general incredulidad sobre una enfermedad proveniente del “Lejano Oriente”— la epidemia mostrara ser no tan lejana. Los meses considerados corresponden al periodo en el que la enfermedad adquiriera un alcance mundial (convirtiéndose en pandemia), los sistemas sanitarios colapsaran —llevando a la muerte los mismos profesionales de la salud— y comenzaran a viralizarse fotografías de “caravanas” de ataúdes dejados sin rituales públicos de duelo.

Se tomará en cuenta un corpus limitado, pero representativo de las numerosas imágenes que fueron publicadas durante ese periodo de desconcierto y que se focalizan en expresiones de duelo, compasión y sufrimiento físico vinculadas con la emergencia sanitaria. Se ha elegido en particular dos fotos de Susana Vera (fotoperiodista española y Premio Pulitzer de Fotografía 2020) sacadas durante el tributo a Esteban Peñarrubia, el enfermero del Hospital Severo Ochoa que falleció tras infectarse con

COVID-19 (figs. 1 y 2); la autofoto digital subida a la red por el enfermero italiano Nicola Sgarbi después de trece horas de trabajo en terapia intensiva (fig. 3); dos de las destacadas fotos del portal Rojaklah que el 3 febrero denunció la gravedad de la catástrofe sanitaria en Wuhan a través de imágenes impactantes (figs. 4 y 5).



Figuras 1 y 2. Expresión de duelo de dos sanitarias durante el tributo a Esteban Peñarrubia, el enfermero del Hospital Severo Ochoa que falleció tras infectarse con COVID-9, el 13 de abril de 2020. Foto de REUTERS/Susana Vera, 13 de abril de 2020. Fuente: Twitter, <https://twitter.com/ReutersLatam/status/1250126719480139781/photo/1> (fotos de acceso público). Consultado el 29 de octubre de 2020.

Estas imágenes se interpretarán a la luz de un motivo iconográfico de la tradición artística europea (luego convertido en patrimonio universal), a saber, la *imago pietatis* (‘imagen de piedad’), y metodológicamente hablando, se analizarán adoptando la teoría de las *Pathosformeln* de Aby Warburg. La idea que subyace a dicha lectura interpretativa es que Internet, fomentando la inteligencia conectada a través de la continua interacción de las personas, tiende a “revivir” figuras de la memoria cultural, re-proponiéndolas en formas nuevas (hasta las más transgresoras, como los memes) pero afectivamente trans-temporales. Las imágenes antes mencionadas, usando el rostro patético como interfaz, podrían, por lo tanto, haberse inspirado a una configuración (o fórmula) antigua del duelo, y haber hecho visible —exhibiéndolo— el estado afectivo del dolor, procurando un modelo de expresión universal de la compasión frente a la muerte de multitudes de personas.

¹⁵ Robert Chapman, “Death, burial, and social representation”, en *The Oxford Handbook of the Archaeology of Death and Burial*, eds. Liv Nilsson Stutz y Sarah Tarlow (Oxford: Oxford University Press, 2013), 47-57.

¹⁶ Tony Walter, Rachid Hourizi, Wendy Moncur y Stacey Pitsillides, “Does the internet change how we die and mourn? Overview and analysis”, *Omega: Journal of Death and Dying* 64, no. 4 (2012): 276, <https://doi.org/10.2190/OM.64.4.a>.



Figura 3. Autofoto digital subida a la red por el enfermero italiano Nicola Sgarbi después de trece horas de trabajo en terapia intensiva durante la emergencia de COVID-19. Foto de Nicola Sgarbi, 14 de marzo de 2020.

Fuente: Facebook, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10221828032120963&set=pb.1562292028.-2207520000.&type=3> (foto de acceso público).

Consultado el 29 de octubre de 2020.



Figuras 4 y 5. Fotos subidas a la red por el portal Rojaklah el 3 de febrero de 2020. Las imágenes muestran los rostros lastimados por el uso incesante de las mascarillas de protección facial. Fuente: Facebook, <https://www.facebook.com/rojaklah88/posts/2474054019577312> (fotos de acceso público). Consultado el 29 de octubre de 2020.

2. Siguiendo los pasos de Aby Warburg en la era digital

2.1. Fórmulas de pathos

Desde la antigüedad, el lenguaje visual se ha prestado al trabajo de simbolización de la experiencia patética humana. El historiador Aby Warburg¹⁷, a través de un minucioso trabajo intertextual y comparativo principalmente (pero no sólo) entre obras de arte figurativo¹⁸ —el *Atlas Mnemosyne*, es decir, una arquitectura de 63 paneles que contienen 971 reproducciones (según la última versión, fechada octubre de 1929)—, intuyó que las imágenes podían ser interpretadas a través de una genealogía energético-emocional que las uniera. De hecho, acuñó la palabra *Pathosformeln* para indicar las *fórmulas expresivas* a través de las cuales el *pathos* se da en las imágenes de forma transcultural, es decir, en diferentes espacios-tiempos de la historia cultural humana. En otras palabras, la fórmula sería la “traducción” plástica de la *intensidad del dolor* entendido en el sentido más amplio, como una experiencia original (veteada de euforia, agitación, exceso, violencia, éxtasis) impresa en la memoria de la humanidad: no una sintaxis figurativa fija que se repite a lo largo del tiempo, sino una especie de esquema emocional que, de vez en cuando, se “encarna” en las imágenes. Warburg identificó con mayor evidencia a las *Pathosformeln* en precisas manifestaciones artísticas de la antigüedad grecorromana (como la Ménade Danzante), cuya supervivencia encontró y estudió en el arte del Renacimiento. Se centró, en particular, en la *tensión* generada en las imágenes (y en el observador) a través de gestos expresivos patéticos. Un reciente experimento de Leonardo Impett y Franco Moretti —los cuales hablan de “similitud morfológica”¹⁹ para expresar la interconexión icónica, emocional y temporal producida por las fórmulas patéticas— ha demostrado ser esclarecedor²⁰. Formalizando computacionalmente los movimientos de 1665 figuras humanas contenidas en el *Atlas Mnemosyne*, los dos autores han hecho surgir los patrones corporales que generan la sensación de *agitación*, *turbulencia* y *sufrimiento* intuitivamente capturada por Warburg: aquel mismo *pathos* que invade al observador y lo lleva a *con-moverse*. A esto se vincula directamente otro concepto clave, el de *Nachleben* (supervivencia): las fórmulas, sacando su fuerza expresiva del *pathos*, traen consigo una especie de energía residual nunca extinguida, un rastro de vida pasada, como lo ha defini-

¹⁷ Aby Warburg, *Atlas Mnemosyne* (Madrid: Akal, 2010).

¹⁸ El “atlas de imágenes” —concebido y nunca concluido por Warburg—, incluía en sus grandes paneles “fotografías en blanco y negro de cuadros, esculturas, páginas de libro, sellos, recortes de periódico, cartas de tarot, monedas y otros tipos de imágenes”. Leonardo Impett y Franco Moretti, “TOTENTANZ. Operacionalización de las Pathosformeln de Aby Warburg”, *New Left Review* 107, (2017): 73.

¹⁹ Impett y Moretti, “TOTENTAZ...”, 75.

²⁰ Los dos estudiosos han trabajado sobre 21 de los 63 paneles del Atlas. Para estudiar el dinamismo del cuerpo portador de *pathos*, han examinado 1665 figuras humanas y las han analizado cuantitativamente: es decir, las han transformado en esquemas iconográficos mediante la extrapolación de segmentos y ángulos a partir, esencialmente, de los movimientos extraíbles de brazos y piernas. Así, han surgido 16 grupos de figuras, donde cada grupo reúne “cuerpos morfológicamente similares, dispuestos en orden de similitud en torno al vector-esqueleto ‘central’ del grupo”. Impett y Moretti, 93.

do Georges Didi-Huberman²¹, uno de los más célebres intérpretes de Warburg. Esto explicaría por qué ciertos motivos, ciertos estilemas, ciertas configuraciones aparecen cíclicamente en la historia y se perciben como objetos culturales reconocibles (o familiares) y, al mismo tiempo, nuevos.

2.2. La actualidad del pensamiento de Warburg

El pensamiento de Warburg –aquí expuesto sólo brevemente– se ha limitado durante mucho tiempo a la historia del arte y, en ese contexto, el autor de *Mnemosyne* “es más conocido por su estilo poco ortodoxo que por su rigor metodológico”²². Sin embargo, en la actualidad, con la aparición del “giro afectivo”, la idea de una genealogía energética-emocional capaz de interpretar la cultura contemporánea visual-céntrica está teniendo un cierto florecimiento. La teoría de las *Pathosformeln*, de hecho, contribuiría a la elaboración de un marco explicativo de:

- el complejo imaginario que alimenta las sociedades contemporáneas, las cuales “están intensamente impregnadas de emociones”²³. Hemos visto, de hecho, que según Warburg la imagen es el punto centripeto de un presente reminiscente y un pasado fantasmal, donde el presente y el pasado son atraídos por la energía patética, que se infiltra densamente en el tejido cultural permitiendo a las imágenes de *migrar* (lo que el historiador alemán llama *Bilderwanderung*).
- la centralidad del lenguaje visual en los flujos comunicativos actuales. Las redes sociales que permiten el intercambio de material multimedia han creado un espacio antes inimaginable para la aparición de un “atlas” de las enunciaciones emocionales, que ocurren ampliamente y no casualmente a construcciones visuales ya que están impulsadas por la *universalidad* –y, como nos ha enseñado Marcel Danesi²⁴, la visualidad es ciertamente más universal que las formas alfabéticas de escritura–. Warburg, en esta perspectiva, “se considera un pionero de la ‘ciencia de la imagen’. Su proyecto inacabado del *Mnemosyne Atlas* se reconoce como una extensión temprana y radical de la historia del arte y puede considerarse como un estudio de cultura visual *avant la lettre*”²⁵.
- la agenticidad de las imágenes, ya que la atención de Warburg a los gestos expresivos pasionales ha puesto de relieve la capacidad de ciertas construcciones visuales para *reactivar* enérgicamente en el observador la intensidad afectiva. Como hemos mencionado, diversos estudios en el ámbito de la comunicación han demostrado que la exposición a imágenes patéticas (por ejemplo, las de protestas sociales en curso), puede activar en las redes sociales una “respuesta”

que se convierta en propensión a la acción. No sólo: ya no es sólo el individuo sino el *público afectivo* el que se con-*mueve*.

- el tiempo múltiple que cruza las culturas. Warburg había captado con cierto adelanto que para comprender el presente es necesario tener en cuenta la energía residual de un tiempo que se mueve no de manera lineal sino de manera omnidireccional. Al igual que el historiador del arte *vio* en la turbulencia de la Magdalena cristiana el *pathos* contenido en la figura pagana de la Ménade Danzante²⁶, hoy podríamos interpretar algunas de las imágenes viralizadas a través de las redes sociales como la reconfiguración de sujetos patéticos que originalmente formaban parte del repertorio cultural occidental.

Si es verdad que “los medios de comunicación sociales ayudan a activar y mantener los lazos latentes que pueden ser cruciales para la movilización de los públicos en red”²⁷, considero que el desconcierto ante un acontecimiento desconocido como la pandemia y la consiguiente y urgente búsqueda de un significado colectivo han llevado a la gente a (1) agruparse en torno a “atmósferas” de sentimiento (materialmente apoyadas por las arquitecturas de los medios de comunicación en línea) a través de las cuales dar expresión al mundo de las emociones “a gran escala”; (2) liberar “las imaginaciones individuales y colectivas”²⁸, haciendo que la comunicación convergiera hacia antiguas imágenes patético-simbólicas compartidas, fácilmente reconocibles; (3) reapropiarse de estas imágenes (potenciadas gracias a los recursos semióticos inherentes a la relación persona-máquina y el ciberespacio) y recurrir a sus energías para elaborar comunitariamente el acontecimiento dramático.

La hipótesis que aquí se plantea es la de considerar las representaciones faciales de tipo digital que han circulado durante la explosión del COVID-19 como una “familia de imágenes” emparentadas por el patrón de la *imago pietatis*.

¿Por qué la *imago pietatis*? Porque es un modelo de *pathos* que surgió como un instrumento de la práctica religiosa de la compasión y, por lo tanto, es particularmente adecuado para la reproducción plástica de las emociones y, en particular, del dolor empático: un modelo que, como veremos, ha traído a la época contemporánea la “pasión” por la exposición ritual de las imágenes y la mutua acción colectiva de mirar-demostrar. Cabe destacar que, aunque se adoptará el trabajo de Hans Belting *La imagen y su público en la Edad Media* para enmarcar históricamente la función de la *imago pietatis*, queda afuera de los intereses específicos de este estudio una discusión *ad hoc* sobre el modelo de iconología antropológicamente centrado

²¹ Georges Didi-Huberman, *La imagen superviviente. Historia del arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg* (Madrid: Abada Editores, 2009).

²² Schankweiler y Wüschner, “Images that move...”, 101.

²³ Piroška Nagy y Ute Frevert, “History of Emotions”, en *Debating New Approaches to History*, eds. Marek Tamm y Peter Burke (Londres: Bloomsbury, 2019), 202.

²⁴ Marcel Danesi, *Popular Culture: Introductory Perspectives* (Lanham: Rowman & Littlefield, 2018), 300.

²⁵ Schankweiler y Wüschner, “Images that move...”, 101.

²⁶ El vínculo de “parentela” (el parecido de familia) entre estas dos figuras cronológicamente y contextualmente distantes entre sí ha sido profundizado por Edgard Wind y Frederick Antal. Véase Edgard Wind y Frederick Antal, “La Ménade sotto la Croce // The Mænad under the Cross”, *Engramma. La Tradizione Classica nella Memoria Occidentale* 132 (2016): s/p.

²⁷ Papacharissi, “Affective publics and structure...”, 4.

²⁸ Papacharissi, 4.

del mismo Belting²⁹. Lo que se pretende aquí es más bien contribuir al reciente debate sobre la imagen (y la visualidad) en relación a la teoría de la agentividad y de los afectos (véase nota 9), puesto que esta perspectiva asume que “los objetos de arte tienen el poder de reactivar los sedimentos de significados anteriores del pasado que irrumpen en el presente a través de sus impactos afectivos en el espectador”³⁰. Se trata de un campo de estudios, sigue Veerle Thielemans, “inspirado en los modelos de tiempo histórico de Aby Warburg y Walter Benjamin que definen la relación entre el pasado y el presente como anacrónica en lugar de desplegarse cronológicamente”.

3. La mirada empática de la *imago pietatis* como fórmula de intensidad afectiva

3.1. Premisas metodológicas

Antes de enfocarnos en la relación entre la *imago pietatis* y la producción visual que ha marcado la explosión del COVID-19, hay que hacer tres clarificaciones para que la adopción de la teoría de Warburg pueda ser pertinente para nuestro marco interpretativo. En primer lugar, el historiador alemán no se centró en el rostro³¹ de las figuras humanas tomadas en consideración, sino más bien en los gestos expresivos patéticos. Para una explicación de esta sorprendente “omisión” nos remitimos al ya mencionado trabajo de Impett y Moretti³². En segundo lugar, no le interesó distinguir las emociones según una nomenclatura precisa (aunque estaba familiarizado con la obra de Darwin *La expresión de las emociones en el ser humano y en los animales* de 1872), sino que se concentró en el *pathos*, como una forma antigua y duradera de sentir el mundo. En este sentido –y llegamos a la tercera clarificación–, preocupándose por la *intensidad patética* depositada en las imágenes y siempre susceptible de “reavivarse” en tiempos, lugares y formas impredecibles, Warburg puede acercarse más al concepto de *afecto* (como forma de intensidad pre-emotiva experimentada subjetivamente) que al de *emoción*, retomando

un *distingo* que siempre se aclara en los estudios actuales sobre este tema³³.

Aquí he optado por adoptar la teoría de las *Pathosformeln* de forma dilatada para dar cuenta de cómo un modelo de externalización del dolor y de “activación” de la empatía, la *imago pietatis*, haya penetrado profundamente en el tejido cultural europeo y luego universal, tanto como para ser “exhumado” con insistencia (por lo general de forma secularizada) a partir de mediados del siglo XIX, interviniendo también en la crisis planetaria generada por la pandemia. Aunque Warburg no mencionó específicamente esta configuración –que muestra precisamente un rostro–, considero que puede ser definida como una *fórmula patética* (como será demostrado a continuación). Además, dada la estructura con confines inciertos que caracteriza al *Atlas Mnemosyne* (cuyo sistema de asociaciones entre imágenes resulta ser en varios puntos oscuro y portador de una perspectiva bastante personal), me siento legitimada para hablar de una *Pathosformel*. Por último, en este contexto, prefiero referirme a la *emoción del dolor empático* para dar cuenta de la experiencia colectiva y semióticamente “encarnada” que se hace de él.

3.2. Rastros de la *imago pietatis* en la contemporaneidad

El término *imago pietatis*³⁴ se usa para indicar a las imágenes medievales generalmente transportables y de pequeñas dimensiones que apuntaban a ser *retratos* “vivientes” –a través de una retórica de la imagen centrada en el realismo figurativo– de la Pasión de Cristo, *Vir dolorum* (Varón de dolores): el Dios muerto-vivo que muestra las heridas del cuerpo. Originalmente se trató de la sola figura de Cristo, representado hasta la cintura, pero con el tiempo se extendió a otras figuras evangélicas.

La premisa histórica del nacimiento de esta tipología de imágenes fue la transformación, alrededor del siglo XIII, de la secuencia narrativa del motivo religioso en una

²⁹ Un modelo donde “las imágenes, a diferencia de lo que fuera la obsesión del arte y la crítica modernas, ya no pretenderán conformarse de acuerdo con un médium específico, sino que se servirán de diferentes médiums, transitando nómadas, por ese lugar *entre* que comparten con unos afectos no regulados ya por el juicio de gusto”. Gabriel Cabello, “Figura. Para acercar la historia del arte a la antropología”, *Revista Sans Soleil - Estudios de la Imagen* 5, no. 1 (2013): 12. Para un debate sobre este tema véase también Gabriel Cabello, “Malestar en la historia del arte: sobre la antropología de las imágenes de H. Belting y G. Didi-Huberman”, *Imago Critica* 2 (2010): 29-52.

³⁰ Veerle Thielemans, “Beyond visibility: review on materiality and affect”, *Perspective* 2 (2015): 4 par. 8, líneas 17-20, <https://doi.org/10.4000/perspective.5993>.

³¹ Sin embargo, no pasó desapercibido a Erwin Panofsky (discípulo y colega de Warburg), quien escribió en 1927 el ensayo “‘Imago pietatis’: ein Beitrag zur Typengeschichte des ‘Schmerzensmanns’ und der ‘Maria Mediatrix’”. Erwin Panofsky, “Imago Pietatis. Contribution à l’histoire des types du ‘Christ de Pitié’/‘Homme de Douleurs’ et de la ‘Maria Mediatrix’”, en *Peinture et dévotion en Europe du Nord à la fin du Moyen Âge*, ed. Daniel Arasse, ed. rev. (Paris: Flammarion, 1997), 13-28.

³² Impett y Moretti, “TOTENTANZ...”, 73-103.

³³ Como han precisado Christian von Scheve y Jan Slaby, “mientras que ‘afecto’ indica las dinámicas relacionales pre-categoriales y ‘sentimiento’ la dimensión subjetiva-experiencial de estas relaciones afectivas, ‘emoción’ indica las secuencias consolidadas y categóricamente circunscritas de la relación afectiva con el mundo”. Christian von Scheve y Jan Slaby, “Emotion, emotion concept”, en *Affective Societies* (Londres-Nueva York: Routledge, 2019), 43.

³⁴ Se reporta aquí un extracto de la definición proporcionada por *The Oxford Dictionary of Christian Art and Architecture*: “(Image of pity, se deriva del latino *Imago pietatis*; en griego, *akra tapeinosis*; en alemán, *Schmerzensmann*, y ocasionalmente en italiano, erróneamente, *Pietà*). Es una imagen devocional de Cristo mostrando sus heridas (...). La forma habitual es una figura de medio cuerpo, de pie en la tumba, con los ojos abiertos o cerrados, y los brazos cruzados para mostrar las heridas. Es una imagen puramente simbólica, no un Entierro, y se originó en Oriente, probablemente antes del siglo XII. Se basó en un icono de Santa Cruz en Roma, ahora perdido pero conocido gracias a las copias. Se desarrolló mucho en Occidente en los siglos XIII y XIV en consonancia con la piedad medieval tardía, especialmente la franciscana. El primer ejemplo occidental conocido es el de un pintor florentino del siglo XIII, en el Museo Horne de Florencia. Estas imágenes eran comunes en Alemania, especialmente en la escultura, y sobrevivieron a la Reforma, pero se volvieron raras después de mediados del siglo XVI, siendo reemplazadas en cierta medida por el Sagrado Corazón. Aparte de la figura única, hay variantes que muestran a Cristo sostenido por María, o María y Juan, o los ángeles”. Tom Devonshire Jones, Linda Murray y Peter Murray, “Imago pietatis”, en *The Oxford Dictionary of Christian Art and Architecture* (Oxford: Oxford University press, 2013), 268.

estación escénica. Esto fue posible gracias a la penetración en Occidente del icono bizantino, que cristalizó la representación en un tiempo inefable. El historiador del arte Hans Belting escribe: “[e]l aislamiento de las figuras principales es el indicio que la imagen se está ‘ajustando’ a una nueva función de la escena, la de ser un objeto de contemplación”³⁵. La consecuencia directa del cambio de función introducido en y por la *imago pietatis* fue la experimentación de nuevas formas de representación de las figuras aisladas. Se introdujo el primer plano, a menudo con la mirada directa hacia el observador, que permitía al creyente dialogar con Cristo, siendo de este modo exhortado a con-moverse (fig. 6). Belting llama esta tensión óptica-afectiva la *Schaubedürfnis*³⁶ (‘necesidad de mirar’), en virtud de la cual el público quería ver de manera tangible el sujeto-objeto de su credo, participando en la realidad del culto: un culto basado en la demostración y en una participación cada vez más directa y plástica.



Figura 6. Aelbert Bouts, *Varón de dolores*, 1525. The Metropolitan Museum of Art, Nueva York. Fuente: The Metropolitan Museum of Art, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/435760>

Estas imágenes, en sus varias variantes y combinaciones, “migraron” en toda Europa, volviéndose extremadamente populares hasta el siglo xv. Un sujeto muy

afín al tipo de la *imago pietatis*, la Piedad³⁷, llegó hasta el Barroco, periodo artístico en el cual gozó de gran popularidad “por su perfecta adaptación a las normas emanadas del Concilio de Trento encaminadas a mover a la devoción y despertar la piedad entre los fieles”³⁸, confirmándose “una de las iconografías pasionarias”³⁹ que más penetró en el tejido cultural europeo. La *imago pietatis* enseñó no sólo *cómo sufrir*, a través de la postura de Cristo, sino también *cómo unirse al dolor* de la víctima, a través de la mirada explícita de María y otras figuras, y la mirada implícita que el observador infiere y que lo invita a una postura pasionaria.

La fuerza afectiva y relacional-dialógica de esta familia de figuras es tal que, aún si con una función y un público distintos, ha llegado hasta nuestros días, surgiendo con cierta insistencia sobre todo con esas poéticas del arte contemporáneo que han redescubierto el cuerpo, la tactilidad, el espacio sensible, el tiempo subjetivo, la experiencia comunitaria, performativa e incluso espontánea del momento artístico⁴⁰. En este caso, la imagen religiosa ya no actúa según su función devocional, sino que sugiere al observador cómo expresar el sufrimiento y aceptar el sacrificio, empujándolo a actuar. Como ha escrito el semiólogo Ugo Volli⁴¹, “[f]iguras hechas con la intención de ser utilizadas para la oración hoy en día actúan como objetos de arte que involucran [el observador] no por lo que dicen sino por cómo lo dicen”. Este foco en la *función pasional* de la *imago pietatis* recuerda lo que Warburg vio en “Muerte de Orfeo” de Alberto Durero (1494), imagen que

podría ser una fórmula para todos los afectos relativos a la muerte, el asesinato, la pérdida, el luto, etcétera. Ver a la *Muerte de Orfeo* como una reiteración formativa del “mismo pero diferente” pathos de la experiencia de la violencia y la muerte a lo largo de la historia significa considerar la naturaleza representativa de la imagen como algo *secundario* a su genealogía afectiva. Obviamente, esta no es la única forma posible de verla, ni contradice una lectura meramente representativa.⁴²

Una de las “exhumaciones” más emblemáticas de la *imago pietatis* en la época contemporánea es la realiza-

³⁷ En la *imago pietatis*, aunque estando presente la Virgen, el protagonista es Cristo, *Vir dolorum*, con todos los signos de la Pasión corporal y espiritual. En la Piedad, por el contrario, el centro de la escena “es la Virgen y su sufrimiento más o menos contenido”. Laura Rodríguez Peinado, “Dolor y lamento por la muerte de Cristo: la Piedad y el planctus”, *Revista Digital de Iconografía Medieval* 7, no. 13 (2015): 5. Rodríguez Peinado, “Dolor y lamento...”, 7.

³⁸ Rodríguez Peinado, “Dolor y lamento...”, 7.

³⁹ Rodríguez Peinado, 7.

⁴⁰ Al haber nacido en la Baja Edad Media con la intención de ser un simulacro y una presentificación de la realidad de la Pasión, la *imago pietatis* de los diferentes periodos históricos pone de relieve el proceso de transformación del lenguaje del dolor por medio del lenguaje artístico a lo largo del tiempo. En esta imagen, de hecho, es posible observar de manera significativa el pasaje de un arte del *cogito* a un arte plurisensorial, performativo, colectivamente consumado y, por supuesto, multimedia, con evidentes repercusiones en la manera en que la experiencia del dolor se convierte en (re)presentación.

⁴¹ Ugo Volli, “Leggere le immagini?”, *Lexia* 17-18 (2014): 31.

⁴² Kerstin Schankweiler y Philipp Wüschner, “Pathosformel (pathos formula)”, en *Affective Societies*, eds. Jan Slaby y Christian von Scheve (Londres-Nueva York: Routledge, 2019b), 225.

³⁵ Hans Belting, *Das Bild und sein Publikum im Mittelalter* (Berlín: Mann, 1981), 88.

³⁶ Belting, *Das Bild...*, 126.

da por Bill Viola en 2000 en la serie *The Passions*, una serie de videoinstalaciones cuyo trabajo paroxístico sobre los códigos semióticos, realizado con el apoyo de la tecnología, tenía como objetivo ofrecer al observador un espacio-tiempo individual y a la vez colectivo dedicado al derrame incontenible de las emociones en un sentido transcultural. Para dar forma a esta búsqueda del *pathos universal* (exhibido y contemplado), Viola eligió trabajar sobre las figuras sagradas de la Baja Edad Media y el Renacimiento, recontextualizándolas. A los fines de la reflexión que aquí se plantea, es relevante subrayar que el artista estadounidense asoció *Dolorosa* (fig. 7) –un retrato en movimiento inspirado al díptico de Dirk Bouts “Mater Dolorosa / Cristo Coronado de Espinas” (fig. 8)– a *The Quintet of the Astonished* y *The Quintet of the Unseen*, y dos años más tarde a *Observance* (Figura 9)⁴³.



Figura 7. Bill Viola, *Dolorosa*, 2000. Colección del artista. Foto de The J. Paul Getty Museum, Los Ángeles Malibú, California. Fuente: Getty Museum, <http://news.getty.edu/getty-museum-unveils-major-exhibition-recent-works-by-video-artist-bill-viola.htm>.



Figura 8. Dirk Bouts, *Mater Dolorosa / Cristo Coronado de Espinas* 1470-1475. National Gallery, Londres. Fuente: National Gallery, <https://www.nationalgallery.org.uk/paintings/workshop-of-dirk-bouts-mater-dolorosa>



Figura 9. Bill Viola, *Observance*, 2002. Colección del artista. Foto de Kira Perov. Fuente: Web Art Gallery, <https://www.artgallery.nsw.gov.au/collection/works/255.2011>

Estas obras nos sugieren (i) que el dolor empático implica una doble dinámica –la tensión entre mirar y ser mirado/a–; (ii) que el ser humano necesita una interfaz para que sus estados emotivos interiores sean *reales*, es decir, expresables y compartibles; y, finalmente, (iii) que estas expresiones (pena, compasión, consternación, duelo etc.) son algo universal y, al mismo tiempo, asimilado culturalmente⁴⁴.

3.3. Ver (tocando) para creer

Bill Viola, como otros exponentes del arte contemporáneo, ha captado un fenómeno que hoy es dominante en la esfera digital (y no por casualidad esta última recurre ampliamente a imagen generadas por el mundo del arte): la necesidad de *ver para creer* ha crecido en la medida en que la tecnología ha llevado al extremo la representación mimética de la realidad, tanto que “ver”, en la actualidad, significa casi poder “tocar” las imágenes: imágenes que se perciben como más reales, presentes, cercanas y entonces verdaderas, que la realidad misma. Esto explicaría porque, como se ha dicho al principio, las enunciaciones afectivas se están convirtiendo en una *necesidad colectiva* que se expresa a través de la visualidad: la emoción (re)presentada, casi palpable y públicamente expuesta, parece ser la manifestación más auténtica de la realidad.

Además, sugiere que el imaginario colectivo reconoce inconscientemente en la exposición de una mirada deformada por el dolor (pero aún identificable) un código comunicativo universal, sometidos a múltiples narraciones (véase nota 12). Por lo tanto, podríamos decir que el arte ha intuido un fenómeno que ahora es dominante, en particular, en las redes sociales: la exposición de las *heridas del rostro* –en un sentido amplio, tanto como

⁴³ La exposición incluye otras video-instalaciones que no mencionaré aquí pero que juntas forman parte de la serie *The Passions*.

⁴⁴ Vienen a la mente las palabras de Marcel Danesi, el cual habla de la *semiótica del amor* en términos que pueden hacerse absolutamente extensivos a la *semiótica del dolor*: “No es una simple construcción cultural, ya que se encuentra universalmente como una fuerza en todas las culturas, lo que sugiere que las trasciende. Su universalidad es la razón por la que las diferentes representaciones que se han ideado para él, desde los mitos hasta las pinturas, tienen un eco emocional muy similar en las personas, sin importar el idioma que hablen o la cultura en la que se hayan criado”. Marcel Danesi, *The Semiotics of Love* (Bloomsbury: Londres-Nueva York. 2019), 166-167.

carne lastimada que como interioridad lacerada (cuyos efectos-afectos son visibles en las expresiones faciales)— no sólo llama universalmente a la comprensión, sino que también atrae a un observador que sabe *cómo* re-accionar.

Es en virtud de esta relación entre observador y observado, tan profundamente penetrada en la cultura humana a través de la migración de la *imago pietatis*, que podemos ver en esta última una *fórmula expresiva* capaz de reactivar enérgicamente la intensidad afectiva en el público. Esto es lo que ha ocurrido con las imágenes circuladas durante la explosión del COVID-19, cuyos autores —inconscientemente— han recurrido a una configuración que genealógicamente se remonta a la *Pathoformel* contenida en la *tensión* entre observado/sujeto compadecido (Figuras 3, 4 y 5) y observador/sujeto compadeciente (Figuras 1 y 2) propia de la *imago pietatis*, así apelándose a un “espectador” universal. Estos retratos digitales presentan de hecho características formales que recuerdan la *imago pietatis*. El primer plano contemplado a través de la pantalla de la computadora o del teléfono:

- (1) como la imagen antigua es “transportable” y de pequeña dimensión, y genera una esfera privada —lo que en la proxémica se conoce como “distancia íntima”— a la cual nunca podríamos acceder en la vida real, permitiéndonos una *relación de familiaridad* con la (re)presentación facial;
- (2) invita al sentir propio del *Einfühlung* ya que pone al observador y a la persona mediata “de carne” en una *relación inmediata*, dando vida a un efecto-afecto de proximidad cognitiva, perceptiva y emocional;
- (3) se apela a un *tiempo extendido* porque, por un lado, se realiza en el instante y, por otro lado, a través de su viralización y multiplicación, está sometido a una dilatación temporal;
- (4) obtiene como impresión sensible directa la *expansión del espacio* porque el rostro se convierte en el punto centrípeto de la mirada del observador, el cual no está ocupado en conectar los elementos de un camino óptico complejo, sino que se concentra únicamente en las expresiones faciales: de esta manera él puede imaginar libremente el espacio más allá del encuadre, descontextualizando el evento.

A través de la esfera digital, este marco de coordenadas ha hecho visible y visualizable el dolor, asegurando en otras palabras su *exhibición* y *universalización*: lo que parecía ser “un rostro único (...) [mostrado] a un público universal de desconocidos”⁴⁵ se ha convertido en la situación a la cual cada uno se ha sentido candidato frente a la muerte (y una muerte en soledad, sin rituales públicos de duelo) y la posible pérdida⁴⁶. Si, como he subrayado al principio de este trabajo, la *agentividad* asume un papel fundamental cuando hablamos de imágenes afectivo-efectivas en Internet, el conmoverse —que, lo sugiere la etimología, implica ya de por sí un movimiento relacional hacia el externo— asume inmediatamente una dimen-

sión comunitaria, siendo experimentado por los públicos afectivos digitales, cuya “masividad” es intrínsecamente agente. En otras palabras, dicha conmoción “difundida” se convierte en una forma de compasión colectiva, la cual, además del carácter relacional, ostenta una dinámica activa-pasiva (el padecer-con) y una propensión a la ritualidad (es decir, a ser una práctica social-simbólica). Sin la atmósfera creada por la simultaneidad propia de las redes sociales (y sus mecanismos algorítmicos de viralización) probablemente la conmoción seguiría siendo una experiencia privada, aunque en su disposición relacional. En esta perspectiva, considero que la compasión colectiva sea el resultado de lo que Jan Slaby llama una “concertación afectiva” (‘affective arrangement’), que puede ser tanto espacialmente localizada cuanto virtual⁴⁷.

Lo dicho hasta ahora no implica por supuesto que las imágenes digitales no sean efímeras: a menudo el efecto “atmosférico” de la emoción no dura más de 48 horas (véase el ya citado artículo de Francesco d’Orazio⁴⁸). Pero sí pueden tener una repercusión a nivel cognitivo y pragmático (por ejemplo, dando comienzo a un embrionario proceso de concientización) y a la larga afectivo, bajo la forma de repertorios emocionales⁴⁹, lo que implica patrones de comportamiento, hábitos, creencias y modos de acción.

Pensando en el tema que se aborda en este número monográfico, las consideraciones procedentes por el presente estudio de caso confirmarían la tesis de Walter *et. al.*, según los cuales —lo repetimos— “Internet tiene implicaciones significativas para muchos conceptos actuales en los estudios sobre la muerte”⁵⁰, en particular los vinculados con el duelo.

Por último, las imágenes que han circulados durante la explosión del COVID-19 sugieren que la esfera digital sería parte de un proceso semiótico global (cuyas raíces remontan a un tiempo muy lejano): un proceso que ve la exploración del cuerpo humano, con su fragilidad y sus límites físicos; que satura la necesidad de (re)vivir las emociones como presencia —no simplemente como representación—; que apunta a construir un espacio común de comprensión imago-céntrico, el cual logre trascender la transitoriedad y fragmentariedad de la vida individual. No por casualidad las “auto-presentaciones” visuales de tipo digital (o *selfies*) han sido tan viralizadas durante ese

⁴⁵ Massimo Leone, “Mona Lisa’s emoji: digital civilization and its discontents”, *Social Semiotics* 30, no. 3 (2020): 323.

⁴⁶ Walter et al., “Does the internet change...”, 276.

⁴⁷ Una “concertación afectiva” o “disposición afectiva” es un concepto “que describe la constelación única y puntual de un rincón específico de la vida social que se encuentra imbuido de afectos. Una concertación afectiva comprende un conjunto de personas, cosas, artefactos, espacios, discursos, comportamientos, expresiones u otros materiales que confluyen (‘coalesce’) en una formación coordinada de mutuos *afectar* y *ser-afectados*. Aunque sus materiales compuestos son heterogéneos, una concertación afectiva es típicamente social. Como tal, suele reunir a múltiples actores humanos en una conjunción, de modo que el recíproco *afectar* y *ser-afectado* de esos actores es la dimensión central de la concertación. Así pues, el concepto pertenece a la combinación mutuamente formativa de las configuraciones socio-materiales y de las relaciones afectivas locales, así como no locales (es decir, mediatizadas)”. Jan Slaby, “Affective arrangement”, en *Affective Societies*, eds. Jan Slaby y Christian von Scheve (Londres-Nueva York: Routledge, 2019), 109-118.

⁴⁸ D’Orazio, “Journey of an image...”, 11-26.

⁴⁹ Véase Anita von Poser, Edda Heyken, Ta Thi-Minh-Tam y Eric Hahn, “Emotion repertoires”, en *Affective Societies*, eds. Jan Slaby y Christian von Scheve (Londres-Nueva York: Routledge, 2019), 241-251.

⁵⁰ Walter et al., “Does the internet change...”, 276.

periodo. Como ha subrayado Amanda du Preez⁵¹, el yo digital –en particular a través de la auto-exposición fotográfica–, pone de manifiesto la propensión del ser humano a encontrar un espacio donde poder *percibir* de manera amplificada (es decir, colectivamente expuesta) la propia individualidad, extendiendo el propio yo en el tiempo y el espacio: “los yoes creados en línea son más representativos por naturaleza porque se crea la ilusión de que [estén] más cerca del yo real que otras representaciones anteriores”. Se trata, sigue du Preez, de “presencias instantáneas que están disponibles en todas partes y siempre [y] que aseguran la longevidad más allá de la fragilidad del yo encarnado”.

4. Conclusiones

Los retratos digitales circulados en las redes sociales durante la pandemia por COVID-19 han sido una respuesta afectiva tanto a un evento saturado de *pathos* cuanto a la tecnología misma, la cual ha amplificado espacio y temporalmente la experiencia colectiva dolorosa.

¿Y cuáles efectos han tenido estas imágenes en términos de eficacia? Los medios mainstream, a través de

un proceso mínimo de narrativización, las han asociado a un discurso del género épico⁵², lo que ha potenciado sus efectos de persuasión, ya activados por la mencionada reproducción mimética. Esto ha generado en poco tiempo una idea de verdad y autenticidad (con respecto a la gravedad de la situación epidemiológica) que los comunicados oficiales apenas estaban logrando expresar⁵³. Al igual que la *imago pietatis*, estas imágenes, portadoras de una fuerte *carga empática*, han operado como dispositivos capaces de *exhortar* a muchos a *actuar* en nombre de un peligro real, o, al menos, capaces de sembrar una duda (sobre todo en aquellos no afectados en primera persona por la enfermedad o por sus efectos masivos): ¿el virus es una farsa o es verdad? No sólo. La viralización ofrecida por la tecnología digital parece, por un lado, haber sacado a estos rostros lastimados sus referentes, transformándolos en una imagen auto-emergente que habla de la *fragilidad humana* a la cual todos estamos expuestos y, por otro lado, puesto de manifiesto que las personas están convirtiendo la *Schaubedürfnis* (‘necesidad de mirar’) en un rasgo característico de la cultura contemporánea, una cultura centrada en las imágenes.⁵³

5. Fuentes y referencias bibliográficas

- Adler-Nissen, Rebecca, Katrine Andersen, y Hansen Lene. “Select images, emotions, and international politics: the death of Alan Kurdi”. *Review of International Studies* 46, no. 1 (2020): 75-95. <https://doi.org/10.1017/S0260210519000317>.
- Appadurai, Arjun, ed. “Introduction”. En *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, 3-62. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Bekoff, Marc. “Animal emotions: Exploring passionate natures”. *BioScience* 50, no. 10 (2000): 861-870. [https://doi.org/10.1641/0006-3568\(2000\)050\[0861:AEEPN\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1641/0006-3568(2000)050[0861:AEEPN]2.0.CO;2)
- Belting, Hans. *Das Bild und sein Publikum im Mittelalter: Form und Funktion früher Bildtafeln der Passion*. Berlín: Mann, 1981.
- Bozdağ, Çiğdem y Kevin Smets. “Understanding the images of Alan Kurdi with ‘small data’: A qualitative, comparative analysis of tweets about refugees in Turkey and Flanders (Belgium)”. *International Journal of Communication* 11 (2017): 4046-4069.
- Bredenkamp, Horst. *Image Acts. A Systematic Approach to Visual Agency*. Berlín: De Gruyter, 2017.
- Cabello, Gabriel. “Malestar en la historia del arte: sobre la antropología de las imágenes de H. Belting y G. Didi-Huberman”. *Imago Critica* 2 (2010): 29-52.
- Cabello, Gabriel. “Figura. Para acercar la historia del arte a la antropología”. *Revista Sans Soleil - Estudios de la Imagen* 5, no. 1 (2013): 6-17.
- Chapman, Robert. “Death, burial, and social representation”. En *The Oxford Handbook of the Archaeology of Death and Burial*, editado por Liv Nilsson Stutz y Sarah Tarlow, 47-57. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Danesi, Marcel. *Popular Culture: Introductory Perspectives*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018.
- Danesi, Marcel. *The Semiotics of Love*. Londres-Nueva York: Bloomsbury, 2019.
- Devonshire Jones, Tom, Linda Murray y Peter Murray. “Imago pietatis”. En *The Oxford Dictionary of Christian Art and Architecture*, 268. Oxford: Oxford University press, 2013.
- D’Orazio, Francesco. “Journey of an image: From a beach in Bodrum to twenty million screens across the world”. En *The iconic image on social media: A rapid research response to the death of Aylan Kurdi*, editado por Farida Vis y Olga Goriunova, 11-26. Visual Social Media Lab, 2015.
- Didi-Huberman, Georges. *La imagen superviviente. Historia del arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*. Madrid: Abada Editores, 2009.

⁵¹ Amanda du Preez, “When Selfies Turn into Online Doppelgängers: From Double as Shadow to Double as Alter Ego”, en *The Digital Arts and Humanities Neogeography, Social Media and Big Data Integrations and Applications*, eds. Charles Travis y Alexander von Lünen (Cham: Springer, 2016), 19.

⁵² “Guerra”, “héroes invisibles” “campo de batalla”, “enemigo desconocido” han sido expresiones usadas y abusadas.

⁵³ Pensemos en algunos países, por ejemplo, de América Latina –como Perú, Ecuador, Argentina, Bolivia, Paraguay (“COVID-19: Government Stringency Index”, Our World in Data, consultado el 7 de febrero de 2021, <https://ourworldindata.org/grapher/covid-stringency-index>)–, donde el aislamiento social ha sido dictado como una medida preventiva y en forma estricta (sobre la base de la experiencia europea) antes de que la gente

- Faulkner, Simon, Farida Vis y Francesco D'Orazio. "Analysing social media images". En *The SAGE Handbook of Social Media*, editado por Jean Burgess, Alice Marwick y Thomas Poell, 160-178. Londres: SAGE, 2017.
- Gell, Alfred. *Art and Agency. An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press, 1998.
- González Requena, Jesús. "La imagen: lo semiótico, lo real, lo imaginario". *Sociocriticism* 12, no. 1-2 (1997): 117-137.
- González Requena, Jesús. "El texto: semiótico, imaginario, real". Blog del autor. 4 de enero, 2013. Consultado el 15 de enero de 2021.
- Hasian, Marouf Arif y Stephanie Marek Muller. "Containing the power of child migrant imagery, the domestication of Alan Kurdi's public memories, and the securitization of the EU's migrant 'crisis'". En *Interdisciplinary Perspectives on Child Migrants: Seen but Not Heard*, editado por Mary Grace Antony y Ryan J. Thomas, 23-44. Lanham: Lexington Books, 2017.
- Impett, Leonardo y Franco Moretti. "TOTENTANZ. Operacionalización de las Pathosformeln de Aby Warburg". *New Left Review* 107 (2017): 73-103.
- Kharroub, Tamara y Ozen Bas. "Social media and protests: An examination of Twitter images of the 2011 Egyptian revolution". *New Media & Society* 18, no. 9 (2015): 1-20. <https://doi.org/10.1177/1461444815571914>.
- Leone, Massimo. "Mona Lisa's emoji: digital civilization and its discontents". *Social Semiotics* 30, no. 3 (2020): 312-327.
- Lotman, Iuri. "Kul'tura kak kollektivnyi intellekt i problemy iskusstvennogo razuma". En *Semiosfera*, 557-567. Ed. rev. San Petersburgo: Iskustvo-SPB, 2000.
- McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre*. Ed. rev. Barcelona: Paidós, 1996.
- Memou, Antigoni. "Spectacular images of the 'refugee crisis'". *Photographies* 12, no. 1 (2019): 81-97. <https://doi.org/10.1080/17540763.2018.1501728>.
- Mitchell, William John Thomas. *What do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Molina Ahumada, Ernesto Pablo y Laura Gherlone. "Ciberespacio y semiótica de la otredad". *SeSignis* 30 (2019): 53-62. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i30p53-62>.
- Moxey, Keith. *Visual Time: The Image in History*. Durham-Londres: Duke University Press Books, 2013.
- Nagy, Pirooska y Ute Frevert. "History of Emotions". En *Debating New Approaches to History*, editado por Marek Tamm y Peter Burke, 189-215. Londres: Bloomsbury, 2019.
- Our World in Data. "COVID-19: Government Stringency Index". Consultado el 7 de febrero de 2021. <https://ourworldindata.org/grapher/covid-stringency-index>.
- Page, Ruth. *Narratives Online: Shared Stories in Social Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
- Panofsky, Erwin. "Imago Pietatis. Contribution à l'histoire des types du 'Christ de Pitié'/'Homme de Douleurs' et de la 'Maria Mediatrix'". En *Peinture et dévotion en Europe du Nord à la fin du Moyen Âge*, editado por Daniel Arasse, 13-28. Edición revisada. París: Flammarion, 1997.
- Papacharissi, Zizi. "Affective publics and structure of storytelling: sentiment, events and mediality". *Information, Communication and Society* (2015): 1-18. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>.
- Poser, Anita von, Edda Heyken, Ta Thi-Minh-Tam y Eric Hahn. "Emotion repertoires". En *Affective Societies*, editado por Jan Slaby y Christian von Scheve, 241-251. Londres-Nueva York: Routledge, 2019.
- Preez, Amanda du. "When Selfies Turn into Online Doppelgängers: From Double as Shadow to Double as Alter Ego". En *The Digital Arts and Humanities Neogeography, Social Media and Big Data Integrations and Applications*, editado por Charles Travis y Alexander von Lünen, 3-21. Cham: Springer, 2016.
- Rodríguez Peinado, Laura. "Dolor y lamento por la muerte de Cristo: la Piedad y el planctus". *Revista Digital de Iconografía Medieval* 7, no. 13 (2015): 1-17.
- Schankweiler, Kerstin y Philipp Wüschner. "Images that move: Analyzing affect with Aby Warburg". En *Analyzing Affective Societies: Methods and Methodologies*, editado por Antje Kahl, 101-119. Londres-Nueva York: Routledge, 2019a.
- Schankweiler, Kerstin y Philipp Wüschner. "Pathosformel (pathos formula)". En *Affective Societies*, editado por Jan Slaby y Christian von Scheve, 220-230. Londres-Nueva York: Routledge, 2019b.
- Scheve, Christian von y Jan Slaby. "Emotion, emotion concept". En *Affective Societies*, editado por Jan Slaby y Christian von Scheve, 42-51. Londres-Nueva York: Routledge, 2019.
- Slaby, Jan. "Affective arrangement". En *Affective Societies*, editado por Jan Slaby y Christian von Scheve, 109-118. Londres-Nueva York: Routledge, 2019.
- Slaby, Jan y Philipp Wüschner. "Emotion and Agency". En *Emotion and Value*, editado por Sabine Roeser y Cain Todd, 212-228. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- Slaby, Jan. "Emotions and the extended mind". En *Collective Emotions*, editado por Christian von Scheve y Mikko Salmela, 32-46. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- Stöckl, Hartmut. "Multimodality and mediality in an image-centric semiosphere – A rationale". En *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives*, editado por Crispin Thurlow, Christa Dürscheid y Federica Diémoz, 189-202. Berlín-Boston: De Gruyter, 2020.
- Stöckl, Hartmut, Helen Caple y Jana Pflaeging. "Shifts towards image centrality in contemporary multimodal practices: An introduction". En *Shifts towards Image-centrality in Contemporary Multimodal Practices*, 1-16. Nueva York-Oxon: Routledge, 2020.

- Tappolet, Christine. *Emotions, Values, and Agency*. Oxford: Oxford University Press, 2016.
- Thielemans, Veerle. "Beyond visibility: review on materiality and affect". *Perspective* 2 (2015): 1-7. <https://doi.org/10.4000/perspective.5993>.
- Thomas, Ryan, Kimberly Kelling, David Wolfgang y Keith Greenwood. "Discourses of compassion? British newspapers and the Alan Kurdi Image". En *Interdisciplinary Perspectives on Child Migrants: Seen but Not Heard*, editado por Mary Grace Antony y Ryan J. Thomas, 45-64. Lanham: Lexington Books, 2017.
- Volli, Ugo. "Leggere le immagini?". *Lexia* 17-18 (2014): 17-40.
- Walter, Tony, Rachid Hourizi, Wendy Moncur y Stacey Pitsillides. "Does the internet change how we die and mourn? Overview and analysis". *Omega: Journal of Death and Dying* 64, no. 4 (2012): 275-302. <https://doi.org/10.2190/OM.64.4.a>.
- Warburg, Aby. *Atlas Mnemosyne*. Madrid: Akal, 2010.
- Wind, Edgard y Frederick Antal. "La Menade sotto la Croce // The Mænad under the Cross". *Engramma. La Tradizione Classica nella Memoria Occidentale* 132 (2016).
- Zappavigna, Michele. *Searchable Talk Hashtags and Social Media Metadiscourse*. Londres: Bloomsbury Publishing, 2018.
- Zappavigna, Michele y Sumin Zhao. "Selfies and recontextualization: Still life self-imaging in social media". En *Photography and Its Publics*, editado por Melissa Miles y Edward Welch, 207-228. Londres: Bloomsbury, 2020.

