

## Una epidemia visual. La pandemia COVID-19 desde un abordaje iconopolítico

---

mateobelgrano@uca.edu.ar

por Mateo Belgrano

Doctorando en UCA y en la FernUniversität in Hagen (Alemania) – Becario CONICET (Argentina)

### Resumen

En este trabajo me propuse analizar lo que he llamado una epidemia visual, investigar cómo se ha construido icónicamente el virus desde una perspectiva iconopolítica. La tesis que intenté demostrar es que el virus SARS-CoV-2 precisa de un aspecto visible para que las medidas sanitarias no pierdan su poder y eficacia. Esta hipótesis de lectura se aplicará a un corpus de imágenes que responden a diferentes estéticas o modos de representación.

**Palabras clave:** COVID-19, imagen, iconopolítica, presencia visual.

*A visual epidemic. The COVID-19 pandemic from an iconopolitical approach*

### Abstract

In this paper I set out to analyse what I have called a visual epidemic, to investigate how the virus has been iconically constructed from an iconopolitical perspective. The thesis that I tried to demonstrate is that the SARS-CoV-2 virus needs a visible appearance so that health measures do not lose their power and effectiveness. This reading hypothesis will be applied to a corpus of images that respond to different aesthetics or modes of representation.

## 1. Introducción

La pandemia no ha sido solamente viral, ha sido también visual: desde principios del 2020 hemos sido invadidos por miles de imágenes de médicos, barbijos, tumbas, hospitales, entre otras cosas. Y como cualquier virus, la epidemia visual contagia, propaga ya no una enfermedad biológica, sino un sentimiento colectivo: el temor. El 16 de marzo del 2020 el presidente de Francia, Emmanuel Macron, afirmó: “Estamos en guerra, en una guerra sanitaria. Es cierto que no luchamos ni contra un Ejército ni contra una nación, pero el enemigo está ahí, invisible y evasivo, y avanza” (Sardiña, 2020: en línea). ¿Cómo enfrentar a un enemigo invisible? ¿cómo convencer a los ciudadanos del mundo que el adversario se encuentra allí, entre ellos, imperceptible? ¿Cómo puede un Estado persuadir a sus habitantes de que tomen medidas drásticas que atentan contra sus propias libertades? ¿cómo puedo protegerme de algo que no veo? ¿cómo creer en algo invisible?

La tesis que intentaré mostrar en este trabajo es que con el virus SARS-CoV-2 sucede algo análogo a la presencia visual que necesita el monarca para gobernar según Hobbes. Más precisamente, para que se cumpla el contrato es necesario que haya un poder visible que “mantenga a raya” a los súbditos. El Leviatán precisa manifestarse visualmente para evitar la desobediencia civil, para ejercer su soberanía. Lo mismo podríamos decir del ícono cristiano: Dios precisa una presencia visible para que su poder sea factible. La construcción del discurso teológico cristiano se encontró ante una paradoja: Dios debe ser invisible, dado que, en tanto infinito, excede toda representación humana, pero, al mismo tiempo, cuanto menos visible, menos influencia tiene sobre la vida de los hombres. Los padres de la Iglesia creían que la inteligencia no era suficiente para alcanzar las verdades de la fe, sino que era preciso alcanzar el “corazón” de los fieles. Y el lenguaje que puede lograr esta adhesión y que trasciende toda barrera idiomática es el lenguaje icónico. Del mismo modo, para que los ciudadanos “acaten” las normas sanitarias que determinan los Estados, es preciso una iconografía adecuada que haga visible este enemigo invisible. Claro que hay una diferencia: mientras Dios y el monarca necesitan volverse visibles para ejercer su soberanía, en el 2020 fue necesario hacer presente visualmente al enemigo para que las medidas sanitarias no pierdan su poder y eficacia. Como sostienen Jeffrey C. Alexander y Philip Smith (2020), en este contexto pandémico “los líderes precisan de un poder extra-racional” (264) que no es otro que el poder visual. Esta hipótesis de lectura se aplicará a un corpus de imágenes que responden a diferentes estéticas o modos de representación

y que he catalogado de la siguiente manera: 1. Una estética científica; 2. Una tanatoestética; y 3. Una estética de la desaparición.

## 2. De la biopolítica a la iconopolítica

La irrupción de la pandemia trajo consigo la aparición de múltiples interpretaciones de este suceso desde la biopolítica. Giorgio Agamben (2020) y Roberto Espósito (2020a y b) fueron las figuras más renombradas que propusieron esta línea de lectura. Es innegable que esta perspectiva es ciertamente productiva para analizar la crisis sanitaria actual. Pero este marco teórico no es nuevo. Con la aparición de *Historia de la sexualidad, La voluntad de saber* (1977) Michel Foucault introdujo el concepto de biopolítica. La tesis del filósofo francés es que en el siglo XVIII y XIX aparece la vida ligada al poder de lo social. La población se torna en un problema económico-político, es preciso analizar “la tasa de natalidad, la edad del matrimonio, los nacimientos legítimos e ilegítimos, la precocidad y la frecuencia de las relaciones sexuales, la manera de tornarlas fecundas o estériles, el efecto del celibato o de las prohibiciones, la incidencia de las prácticas anticonceptivas” (Foucault, 2014: 28). Aquí hay un claro énfasis en la dimensión sexual, pero otras dimensiones de la vida biológica pasan también a ser objeto de lo político: normas sanitarias, de higiene, la mortalidad de los habitantes, etc. Se busca administrar la vida biológica de los individuos para que éstos se mantengan vivos y con fuerza para insertarse en el esquema productivo de la sociedad. En la teoría clásica de la soberanía, el monarca era quien decidía sobre la muerte de sus súbditos, era aquel, como señala Foucault, que “hace morir o deja vivir”. El soberano era quien poseía el monopolio de la violencia, quien determinaba cómo castigar a sus súbditos para garantizar la paz. Ahora bien, mientras que los ciudadanos respeten la ley, al monarca le era indiferente cómo llevan su vida. Si no hay necesidad de “hacer morir”, entonces el soberano “deja vivir”. En el siglo XVIII, en cambio, la vida pasa a ser un objetivo central del poder. Agamben, Espósito, Toni Negri, entre otros, han continuado estos análisis foucaulteanos y han intentado aplicarlos a nuevos fenómenos a lo largo del siglo XX.

La crisis del COVID-19, en tanto significó una conjugación inevitable entre los Estados y la salud de la población, o en palabras de Roberto Espósito (2020b), implicó “el doble proceso de medicalización de la política y politización de la medicina” (en línea), parece un fenómeno ideal para la aplicación de este marco conceptual. Giorgio Agamben (2020) llegó a afirmar que la pandemia es una invención. El filósofo italiano considera las

medidas gubernamentales llevadas a cabo en ese momento como “frenéticas, irracionales y completamente injustificadas” (Agamben, 2020: 15). Basándose en la información brindada por el *Consiglio Nazionale delle Ricerche* (Consejo Nacional de Investigación de Italia), según el cual entre el 80 y el 90 por ciento de los contagiados presenta síntomas, como los de cualquier gripe, entre el 10 y el 15 por ciento de los infectados puede desarrollar una neumonía y solamente el 4 por ciento de los casos precisa de atención en terapia intensiva, Agamben concluye que la pandemia es una invención de los Estados soberanos para obtener poder. Es decir, se utiliza esta enfermedad para crear un escenario de crisis mundial, donde los Estados se verían “obligados” a declarar un estado de excepción y así ganar poder. Para Agamben el COVID-19 no era más que una gripe normal y se estaba utilizando como “una tendencia creciente a utilizar el estado de excepción como paradigma normal de gobierno” (Agamben, 2020: 16). Así el Estado puede suspender legítimamente el orden jurídico ordinario y atribuirse un poder extraordinario. Es claro que Agamben está leyendo la situación actual a partir del marco teórico que viene desarrollando hace décadas en su serie *Homo sacer*, particularmente el tomo I, *El poder soberano y la vida desnuda* (2010). Allí muestra como en la historia del siglo XX se ha usado el estado de excepción como, paradójicamente, la norma. Es decir, los Estados soberanos introducen supuestas “emergencias” (como, por ejemplo, el narcotráfico, el terrorismo y, ahora, la pandemia) para extender su poder. Para Agamben el estado de excepción es el paradigma de la política contemporánea y es desde allí desde donde lee la pandemia. La tesis es ciertamente polémica y, aunque uno en algunas cuestiones puede coincidir, parece en un primer momento apresurada y exagerada. El mismo Roberto Esposito (2020a: en línea) entiende que la tesis de la invención de la pandemia es un poco excesiva, aunque admite que es cierto que los Estados han ganado poder en esta situación de emergencia.

Pero como ya he indicado, no pretendo aquí engrosar la bibliografía sobre la pandemia desde una perspectiva biopolítica. Sin negar su relevancia y utilidad, propongo pensar la crisis sanitaria desde un nuevo marco, lo que llamaré un abordaje iconopolítico. La tesis es que, así como en el siglo XVIII la vida se torna objeto de la política, en tanto se busca moldear el comportamiento de los individuos a partir de la administración de su vida y sus cuerpos, en los últimos tiempos las imágenes se han tornado dispositivos de control y normalización. No niego que esto no haya sucedido antes, quizás desde siempre. Podemos pensar en la iconografía religiosa, por ejemplo, como un modo de iconopolítica. El uso de lo visual por parte de la política tiene larguísima data. Pero es a partir de fines del siglo XX y principios del XXI que, gracias al desarrollo de la tecnología, particularmente

el internet, los teléfonos celulares y las redes sociales, hay un acceso masivo a una innumerable cantidad de imágenes. Vivimos, constantemente, rodeados de imágenes. Y éstas, lejos de ser meras reduplicaciones de lo real, modifican lo real, configuran cómo interpretamos lo que nos rodea y cómo nos interpretamos a nosotros mismos. Lo visual se torna un dispositivo a partir del cual se instituye lo normal y lo anormal, lo correcto y lo incorrecto, lo bueno y lo malo. En definitiva, nos moldea como sujetos.

La teoría política de Thomas Hobbes nos servirá para analizar esta dimensión iconopolítica de la pandemia del COVID-19. Curiosamente muchos especialistas señalan como antecedente de su filosofía política sus investigaciones y traducción de la *Historia de la Guerra del Peloponeso* de Tucídides, particularmente el capítulo 53 del segundo libro, donde se describe la crisis que generó una plaga en la ciudad de Atenas en el año 429 a.C. Dice Tucídides, traducido por Hobbes:

La enfermedad desencadenó igualmente sobre la ciudad, otros desórdenes más graves. Pues cada uno se entregó a la búsqueda del placer con una audacia que antes se ocultaba ampliamente. Entonces, de frente a estos cambios tan bruscos, en los que había ricos que morían súbitamente, y pobres que se enriquecían de golpe acumulando los bienes de esos muertos, todos comenzaron a buscar los beneficios y los gozos rápidos, dado que tanto la vida como las riquezas se habían vuelto igualmente efímeras. Nadie mostraba prisa alguna por alcanzar con algún esfuerzo un fin honesto, puesto que no se sabía si uno viviría lo suficiente para lograr dicho fin. En su lugar, el placer y todos los medios para procurárselo era los que se juzgaba bello y útil. Ni el miedo a los dioses ni el respeto de las leyes humanas contenía (*theon de phobos e anthropon nomos oudeis apeirge*) a ningún hombre, y no se hacía caso ni de la piedad ni de la impiedad, a partir de que se veía morir indistintamente a todo el mundo. Además nadie creía que viviría suficiente tiempo como para tener que rendir cuentas de las faltas cometidas. Lo que más les importaba a todos, era esa enorme calamidad ya presente y amenazadora en contra de ellos, así que pensaban que antes de sucumbir a ella, lo mejor era tratar de obtener de la vida los gozos que aún fuesen posibles. (citado en Ginzburg, 2014: 36-37)

El fragmento nos describe una situación en la que la plaga ha generado un vacío de poder y una ausencia del orden jurídico (*anomia*), un retorno al estado de naturaleza. Para

Carlo Ginzburg (2014) la plaga ateniense descrita por Tucídides podría haberle servido a Hobbes como un experimento mental para pensar el estado de naturaleza (37). La pregunta es: ¿cómo evitar que un estado de excepción, generado por una plaga en los tiempos de Tucídides, o una pandemia, en nuestros tiempos, no desemboque en un caos total?

Según Thomas Hobbes (2017) el Estado y la paz social se encuentran en peligro “cuando no existe poder visible que los tenga a raya [*keep them in awe*] y los sujete, por temor al castigo, a la realización de sus pactos” (149). La expresión “*keep them in awe*” requiere un análisis un poco más detenido. El traductor elige “tenerlos a raya”, aunque muchas veces se tradujo como “temor”. Como muestra Ginzburg (2014), aquí *awe* no significa meramente miedo (*fear*), sino temor, pero al mismo tiempo reverencia (44). *Awe* es el término que se utiliza en la traducción de la Biblia de James para designar la actitud de los creyentes ante Dios. La imagen para Hobbes debe generar este terror, pero al mismo tiempo veneración ante el poder del Estado. Es curioso como Samuel Sorbière define la teoría de la visión de su amigo Hobbes: “La visión (*visio*) se produce mediante la acción de un objeto brillante o iluminado, y esta acción es un movimiento local causado por la presión continua del medio realizada por el objeto en el ojo” (citado en Bredekamp 2017: 144). Es decir, la visión es un movimiento de reacción ante la presión que genere un objeto. El retrato de un gran hombre genera por ejemplo para Sorbière una presión tal que me mueve e impele a ser virtuoso (Bredekamp, 2007: 30). Para Bredekamp (2017) lo mismo sucede con las imágenes políticas, generan una presión sobre el individuo (144). La imagen es un signo que dirige la acción, tiene un rol activo ante la pasividad de los súbditos, que en este caso implica asegurar el cumplimiento del pacto social. Incluso Bredekamp habla de la imagen como un agente que encarna “a la república que conduciría a los ciudadanos a la paz” (Bredekamp, 2014: 5). Con esta misma lógica debe entenderse la figura bíblica del Leviatán: “el Dios del Antiguo Testamento no responde a las quejas ni le explica el sentido de los golpes del destino que ha sufrido, sino que muestra su poder para suprimir hasta el más mínimo indicio de rebelión” (Bredekamp, 2009: 1). Es decir, Dios, para ejercer su soberanía sobre los hombres, debe encarnarse visiblemente en la figura mítica del Leviatán.

Horst Bredekamp (2020) sugiere que puede haber una vinculación entre las estrategias visuales propuestas por Hobbes y el portal de Saint Lazare en Autun, que podría haber conocido en sus largas estancias en Francia (160). En el tímpano de la iglesia románica, erigida en el 1130, encontramos a un Cristo gigante ([Imagen 1](#)). Su mano derecha señala a aquellos benditos que se han salvado, su mano izquierda indica el lugar

de los condenados, el infierno. Y en el dintel reluce la siguiente frase en latín: "Que aquí el horror aterrorice [*terreat hic terror*] a quienes están ligados al error terrenal". Según Bredekamp el *terreat terror* que señala esta imagen es un claro ejemplo de la relación irreconciliable entre la paz y el miedo a la autoridad, sea el Dios mortal, el Leviatán, o el Dios inmortal. El mismo Hobbes explica en el capítulo 11 y 12 del *Leviatán* que la religión surge del miedo a las causas naturales. Al no comprender el origen de los fenómenos, el hombre, por temor, lo atribuye a ciertos poderes invisibles, fabrica dioses a quienes les teme. Pero Hobbes aclara rápidamente que esto es aplicable únicamente a la religión pagana, y no al cristianismo, lo que para Ginzburg (2014) es una "declaración prudente y un poco mentirosa", dado que venía argumentando lo contrario (40). Marie-José Mondzain, en esta misma línea, entenderá que la Iglesia procede de un modo semejante al Estado: se producen imágenes para hacer efectivo el poder del dios invisible. En tanto "institución temporal que quiere tomar un poder y conservarlo, la Iglesia [...] produjo visibilidades programáticas hechas para comunicar un mensaje unívoco" (Mondzain, 2016: 41).

Por ello las imágenes no son meramente una reproducción de algo dado externamente a ellas o la simbolización de un concepto, sino que, al decir de Christian Joschke, son "más poderosas que simples ilustraciones del desarrollo histórico, ayudan a crear una realidad política" (2012: en línea). Este es el sentido de acto icónico de Bredekamp (2017): la imagen es un acto que, como un agente, produce efectos en su entorno. Naturalmente, en la pandemia la lógica no será la misma, no debe ser el soberano, sea divino o terrenal, el que deba hacerse visible para producir terror, sino que, paradójicamente, para mantener la paz, es preciso que el enemigo invisible se haga visible. Solamente encarnado en una imagen el virus gana poder y produce terror, nos mantiene *in awe*. Pero esta combinación de miedo y reverencia no debe llegar a tal extremo que genere el caos social que describe Tucídides. Debe encontrarse un equilibrio tal que, por un lado, el virus se visualice como un peligro mortal, y el Estado, por el otro, se presente como solución, como resistencia ante un peligro existente. Cuando el virus gana un rostro, el semblante de un villano, los ciudadanos, por temor, respetarán el pacto y acatarán las decisiones del Estado.

### 3. La epidemia visual

Como señala Julia Sonnevend (2020), la pandemia nos presenta una paradoja: hay millones de fotografías sobre lo que sucede alrededor de la crisis en los medios de comunicación (enfermos, hospitales, ciudad desiertas, entierros, médicos), pero no podemos ver el virus (451). Es decir, producimos imágenes indirectas del virus (452). Para poder pensar estas imágenes desde la perspectiva iconopolítica, propongo analizar un grupo de imágenes indirectas catalogadas en las siguientes categorías: 1. Una estética científica; 2. Una tanatoestética; y 3. Una estética de la desaparición. Sin duda, estas categorías no son las únicas posibles (podríamos hablar también de una estética heroica, por ejemplo) y sus límites son difusos, dado que una imagen puede encasillarse al mismo tiempo en diferentes clasificaciones (por ejemplo, la imagen de Dr. Li Wenliang que describiré a continuación como ilustración de lo que llamo la tanatoestética podría considerarse también desde la estética heroica). Para no extenderme demasiado he elegido estas tres categorías que, a mi modo de ver, ilustran de mejor manera la dimensión política de lo que se llamó la epidemia visual.

1. Con la primera categoría me refiero a la ilustración científica que se hace de, en este caso, el virus SARS-CoV-2. Uno tendería a pensar que este tipo de representaciones tiene únicamente la intención de producir una imagen lo más fiel posible del referente y que difícilmente encontremos una dimensión “política”. Analicemos el siguiente caso: el 31 de enero de 2020 el Center for Disease Control and Prevention (CDC) de Estados Unidos creó la representación visual del virus con el fin de “llamar la atención del público” y hacer el concepto de COVID-19 más “accesible” (Giaimo, 2020: en línea). Se trata de la ilustración en 3D realizada por Alissa Eckert y Dan Higgins y que terminó siendo una de las más conocidas alrededor del globo ([Imagen 2](#)). Luego aparecieron otras ilustraciones como la de Radoslav Zilinsky para Getty Images ([Imagen 3](#)) o las propuestas por el NIAD ([Imagen 4](#)). Según lo que declara Eckert, la ilustración ha causado tal impacto que alguien le dijo que la imagen lo persigue cuando va a comprar algo al supermercado. “Si extienden la mano para tocar algo, se imaginan esa mancha gris puntiaguda y se detienen” (Giaimo, 2020: en línea). Encontramos aquí un claro efecto performativo de la imagen que busca moldear los comportamientos de los ciudadanos. Según lo que declara Eckert, esta anécdota la alegró profundamente y afirma sobre su imagen: “Está ahí fuera haciendo su trabajo” (Giaimo, 2020: en línea). ¿Pero cuál es su trabajo? Analicemos sus elementos icónicos. En primer lugar, la elección de los colores no es azarosa, mientras que la superficie



gris debía transmitir que era “algo que se podía tocar”, es decir, accesible a nuestro cuerpo, los cuernos se colorean de rojo para señalar el peligro, para generar una sensación de alarma. Además, no se utilizaron colores brillantes o llamativos para darle un aire solemne, algo que transmita seriedad (Hattam, 2021: 2). El virus SARS-CoV-2, como cualquier virus, está cubierto por ciertas proteínas: las proteínas S, los picos que se ven en la representación, que es lo que le permite adherirse a células humanas, las proteínas E, representadas en amarillo y las M, representadas en naranja. Pero lo curioso es que los diseñadores, a pesar de que las proteínas M son las prevalentes en el virus, decidieron resaltar las proteínas S, las encargadas de propagar el virus, para transmitir el peligro (Gaiimo, 2020: en línea). Victoria Hattam (2021) incluso sugiere que, en tanto se presenta aislada y fuera de contexto, con ese gris sólido y metálico, la imagen recuerda a una bomba (2). Como vemos, hay una clara construcción de la imagen que responde no tanto a la fidelidad a la estructura del virus, sino a una clara intención política. Si uno compara la ilustración de la CDC con las del NIAID, encontraremos imágenes más fidedignas en términos científicos y, por ello, más indefinidas ([Imagen 4](#)). Esas esferas difusas se presentan mucho menos amenazantes que la bola sólida, muy semejante a una roca, de Eckert y Higgins. En la de la CDC hay un diseño de la representación consciente que busca inducir ciertos comportamientos en la población. Las declaraciones de Dan Higgins son explícitas: “En lugar de referirnos al virus como ‘invisible’, queríamos crear un virus realista que la gente pueda visualizar cuando entre en lugares públicos o entre en contacto con extraños. [...] Algo que diga que este virus es real y que hay que tomarlo en serio” (Fairs, 2020: en línea). Eckert llega a comparar su ilustración con la foto de una ficha policial que nos permite identificar al enemigo (Rawsthorn, 2020: en línea). Los ilustradores sostienen que la causa del impacto que generó la imagen fue que la gente precisaba de algo material, asequible, accesible que les permita comprender lo que estaba sucediendo. Necesitaban visualizar aquello a lo que se le teme. Como sostiene Higgins: “Este virus, a menudo llamado invisible, de repente tiene un rostro y cobra vida” (Fairs, 2020: en línea).

2. En segundo lugar, me concentraré en la tanatoestética que prolifera por los medios de comunicación. Me refiero aquí con tanatoestética no a su sentido corriente, a la práctica de mejorar el aspecto de un difunto para su velorio, sino a la representación de víctimas, moribundos y muertos del COVID-19. Este tipo de imágenes se han difundido masivamente a lo largo del 2020. El caso más paradigmático fue el de la fotografía temprana del Dr. Li Wenliang con un respirador, una de sus últimas imágenes antes de morir ([Imagen 5](#)). Wenliang fue un médico chino del Hospital Central de Wuhan, uno de

los primeros en advertir la enfermedad a sus colegas en diciembre del 2019. El gobierno chino no solo desestimó las declaraciones del médico, sino que se lo acusó de “esparcir falsos rumores”. En febrero del 2020 murió de COVID-19. Claramente esta imagen no fue favorable para el gobierno chino, sino que, por el contrario, causó la ira y la desconfianza de muchos frente al Estado oriental (BBC News, 2020: en línea). Pero esta imagen significó, a su vez, la confirmación de que el virus que Wenliang denunciaba era real, era un hecho innegable. Muchos gobiernos comenzaron a utilizar este tipo de imágenes para inducir temor en la población ante el virus. Véanse, ejemplo, las publicidades de Australia (Frias, 2021: en línea) y España (Meneses, 2020: en línea), o la cartelería de Italia ([Imagen 6](#)) o del Reino Unido ([Imagen 7](#)). Esta última me interesa particularmente. El anuncio nos muestra ciertas víctimas de COVID hospitalizadas con respiradores e incita a los espectadores a “mirarlos a los ojos” y generar cierto sentimiento de culpa, de modo que los ciudadanos se hagan responsables de sus acciones y que entiendan que éstas afectan a otros. La mirada parece seguirnos a donde estemos, como el *Retrato de hombre* de Jan van Eyck ([Imagen 8](#)). Este anuncio del gobierno del Reino Unido se inserta en una tradición iconográfica de larga data. Nicolás de Cusa, por ejemplo, reflexiona sobre la mirada de las imágenes en *De visione Dei*. El cusano pone múltiples ejemplos: el arquero en la plaza de Nuremberg, la tabla pintada por Roger en el Ayuntamiento de Bruselas, la Verónica de la capilla de Coblenza, entre otros. Todas tienen la particularidad que han sido pintadas de tal manera que su rostro “parece mirar todo lo que le circunda” (Nicolás de Cusa, 2009: 64). Pare donde se pare uno, la imagen parece mirarnos siempre. De ahí concluye que, así como el ícono siempre nos mira, Dios siempre está allí observando, tanto a la criatura más pequeña como a la más grande. Como señala Bredekamp (2014), el ícono se presenta como una imagen agente que encarna “la multi-perspectividad de la *Visione Dei*” (3). De la misma manera, las miradas de las víctimas del COVID parecen seguirnos, parecen mirarnos a nosotros. Esos rostros, esas miradas, de alguna manera nos hacen sentirnos juzgados, buscan comprometernos, hacernos responsables y generarnos una cierta culpa. Es una mirada que nos exige una respuesta. Esto no lo digo en sentido metafórico, sino en el más literal: “míralo a los ojos y dile que el riesgo no es real” (*Look him in the eyes, and tell him the risk isn't real*), dice uno de los carteles.

Hans Belting (2015) sostiene que si bien en el último tiempo el consumo de imágenes ha aumentado masivamente, nuestro contacto con las representaciones de los muertos ha disminuido notablemente en comparación a culturas arcaicas, donde su experiencia de lo visual era esencialmente ritual (157). La pandemia parece invertir esta

hipótesis: en el último tiempo han aparecido múltiples representaciones de entierros, ataúdes y cremaciones que advierten a los espectadores, intencionalmente o no, sobre las consecuencias que trae no acatar las medidas. Las imágenes de féretros siendo enterrados en fosas comunes en Nueva York recorrieron y estremecieron el mundo en abril del 2020 ([Imagen 9](#)). Las fotografías fueron tomadas por un dron en Hart Island, un lugar que históricamente se ha utilizado para sepultar a aquellos que no pueden costear un cementerio. Este tipo de imágenes se pueden ver a lo largo de todo el planeta, como las cremaciones masivas en Nueva Delhi ([Imagen 10](#)) o entierros multitudinarios en Manaus ([Imagen 11](#)). La representación de la muerte ha sido un tópico ampliamente estudiado. Según Belting las imágenes de los muertos ocupan el lugar del cuerpo faltante, posibilitan la presencia visible de aquel que se ausenta. “Los muertos, como resultado, se mantenían presentes y visibles entre los vivos a través de sus imágenes” (Belting, 2015: 158). Gracias a la imagen el difunto puede reintegrarse a una comunidad determinada y por ende tener una cierta vigencia social, como señala Roberto Rubio (2019), dentro de un entorno (76). Es lo que Belting (2015) llama su “visibilidad vicaria” (63). Un vicario es aquel que sustituye a otro en alguna función, la imagen se presenta como un sustituto. Pero en las imágenes mencionadas no se trae a la presencia a un individuo particular, sino más bien se hacen visibles las consecuencias del enemigo invisible. La imagen advierte y muestra la vigencia del virus, es el vicario del COVID-19. Representando lo ausente se hace patente el peligro inaparente que nos rodea.

3. En un tercer lugar, podemos reconocer una cierta estética del vacío: ciudades vacías, como París o Nueva York, hasta recientemente constantemente plagadas de personas, nos señalan que no solos nosotros estamos aislados, sino que es una medida global que debe cumplirse. Aeropuertos, museos, centros comerciales, plazas, cafés, se presentan como escenarios humanos, paradójicamente, sin humanos para recordarles a sus espectadores que una nueva realidad supone medidas extremas. Miles de este tipo de imágenes aparecieron en los medios. El *New York Times* convocó a decenas de fotógrafos en marzo del 2020 para que registren el “vacío” que produjo la proliferación del virus en los espacios públicos ([Imagen 12](#), [imagen 13](#), [imagen 14](#), [imagen 15](#)). El título de la publicación fue “El gran vacío” (*The Great Empty*). Michael Kimmelman (2020), que hace una introducción a las imágenes, afirma que el vacío de las ciudades, que se debe a “una necesidad de salud pública, puede conjurar la distopía, no el progreso, pero, de forma prometedora, también sugiere que, haciendo caso a los expertos y permaneciendo separados, aún no hemos perdido la capacidad de unirnos por el bien común” (en línea).

Aquí aparece nuevamente el valor performativo y político de la imagen: las ciudades vacías implican un acato global por el bien común, una norma que se ha normalizado a nivel mundial y que se presenta como única solución ante el peligro que corremos.

#### 4. Conclusiones

Aquí no he intentado discutir la legitimidad o ilegitimidad de las medidas sanitarias llevadas a cabo por los Estados soberanos. No pretendo sostener, como Agamben (2020), que detrás de nuestro consumo de los medios hay "una gigantesca operación de falsificación de la verdad" (Agamben, 2020: 61). Independientemente de si las políticas llevadas a cabo fueron buenas o malas, correctas o incorrectas, he buscado mostrar cómo lo visual, lejos de ser meramente representaciones fidedignas de lo que sucede, configura comportamientos en los individuos, posee una cierta agencia que moldea nuestro obrar. La tesis que intenté desarrollar es que los Estados precisan señalar, retratar visiblemente, al enemigo invisible para poder así convencer a los ciudadanos, de la mano de la publicidad y los medios de comunicación, de que acaten las medidas extraordinarias establecidas. ¿Cómo tener si no la adhesión de miles de personas a que transformen radicalmente su vida para enfrentar una amenaza que no se ve? Como el discípulo Tomás, el pueblo necesita ver para creer.

#### Bibliografía

Agamben, Giorgio. *¿En qué punto estamos? La epidemia como política*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2020.

—. *Homo sacer. El poder soberano y la vida desnuda*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2017.

Alexander, Jeffrey C., y Philip Smith. "COVID-19 and Symbolic Action: Global Pandemic as Code, Narrative, and Cultural Performance", en: *American Journal of Cultural Sociology*, vol. 8, n.º 3, diciembre de 2020, pp. 263-69. Disponible en: <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00123-w>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

BBC News. "Li Wenliang: Coronavirus Death of Wuhan Doctor Sparks Anger", en: *BBC News*, 7 de febrero de 2020. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-51409801>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

Belgrano, Mateo. "El peligro de los paradigmas. Una reflexión en torno a la interpretación de Giorgio Agamben de la crisis sanitaria COVID-19", en: *Revista De Investigación Del Departamento De Humanidades Y Ciencias Sociales*, Núm. 18, 2020, pp. 139-153.

Belgrano, Mateo. "Esbozos de una iconopolítica en el siglo XXI", en: *Nuevo Pensamiento*. Vol. XI, n. 16, 2021 (julio-diciembre), pp. 23-44.

Belting, Hans. "Imagen, medium, cuerpo: Un nuevo acercamiento a la iconología", en: *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 20, junio de 2015, pp. 153-70. Disponible en: [https://doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2015.v20.49382](https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2015.v20.49382). Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

Bredenkamp, Horst. "Behemoth Als Partner Und Feind Des Leviathan: Zur Politischen Ikonologie Eines Monstrums", en: *TranState Working Papers*, vol. 98, 2009. Disponible en: <https://ideas.repec.org/p/zbw/sfb597/98.html>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

—. *Teoría del acto icónico*. Madrid: Akal, 2017.

—. "The Picture Act: Tradition, Horizon, Philosophy", en: Marienberg, Sabine y Trabant, Jürgen (eds.). *Bildakt at the Warburg Institute*. Berlín: De Gruyter, 2014, pp. 3-32.

—. *Thomas Hobbes - Der Leviathan: Das Urbild des modernen Staates und seine Gegenbilder. 1651-2001*. Berlín: De Gruyter, 2020.

—. "Thomas Hobbes's Visual Strategies", en: Springborg, Patricia (ed.). *The Cambridge Companion to Hobbes's Leviathan*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007, pp. 29-60.

Esposito, Roberto. "Biopolítica y coronavirus", en: *Filosofía&Co*, 24 de marzo de 2020, Disponible en: <https://www.filco.es/biopolitica-y-coronavirus/>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

—. "Curati a oltranza", en: *Antinomie*, 28 de febrero de 2020. Disponible en: <https://antinomie.it/index.php/2020/02/28/curati-a-oltranza/>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

Fairs, Marcus. "Covid-19 Images Were Designed to Create "Feeling of Alarm" Says CDC Illustrator", en: *Dezeen*, 14 de mayo de 2020. Disponible en: <https://www.dezeen.com/2020/05/14/covid-19-images-coronavirus-cdc-medical-illustrator-dan-higgins/>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.

Foucault, Michel. *Historia de La Sexualidad: La Voluntad de Saber*. México D.F.: Siglo Veintiuno, 2014.

- Frias, Lauren. "A Graphic Health Ad Made by the Australian Government Depicting a Woman with COVID-19 Gasping for Air Has Sparked Backlash", en: *Business Insider*, 2021. Disponible en: <https://www.businessinsider.com/australia-graphic-health-ad-sparks-backlash-covid-2021-7>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Gaiimo, Cara. "The Spiky Blob Seen Around the World". *The New York Times*, 1 de abril de 2020. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2020/04/01/health/coronavirus-illustration-cdc.html>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Ginzburg, Carlo. *Miedo, reverencia, terror: cinco ensayos de iconografía política*. México D.F.: Editorial Contrahistorias, 2014.
- Hattam, Victoria. "Visualizing the Virus", en: *Design and Culture*, vol. 13, n.º 1, Routledge, enero de 2021, pp. 9-17. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/17547075.2020.1869454>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Hobbes, Thomas. *Leviatán, o, La materia, forma y poder de una república eclesiástica y civil*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2017.
- Joschke, Christian. "À quoi sert l'iconographie politique?", en: *Perspective. Actualité en histoire de l'art*, n.º 1, 1, Institut national d'histoire de l'art, junio de 2012, pp. 187-92. Disponible en: <https://doi.org/10.4000/perspective.646>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Kimmelman, Michael. "The Great Empty", en: *The New York Times*, 23 de marzo de 2020. Disponible en: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/03/23/world/coronavirus-great-empty.html>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Magge, Kate. "Will the Government's New Emotive Covid Ad Make People Obey the Rules?", en: *Campaign*, 27 de enero de 2021, Disponible en: [https://www.campaignlive.co.uk/article/will-governments-new-emotive-covid-ad-people-obey-rules/1705634?utm\\_source=website&utm\\_medium=social](https://www.campaignlive.co.uk/article/will-governments-new-emotive-covid-ad-people-obey-rules/1705634?utm_source=website&utm_medium=social). Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Meneses, Bea Téllez de. "La impactante y polémica campaña de Ayuso en Madrid contra el coronavirus", en: *Voz Populi*, 18 de noviembre de 2020, [https://www.vozpopuli.com/memesis/impactante-campana-coronavirus-comunidad-madrid\\_0\\_1411359580.html](https://www.vozpopuli.com/memesis/impactante-campana-coronavirus-comunidad-madrid_0_1411359580.html). Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Mondzain, Marie-José. *Image, icône, économie: les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*. París: Seuil, 1996.
- . *¿Pueden matar las imágenes?* Buenos Aires: Capital Intelectual, 2016.
- Nicolás de Cusa. *La visión de Dios*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 2009.

- Orwin, Clifford. "Stasis and Plague: Thucydides on the Dissolution of Society", en: *The Journal of Politics*, vol. 50, n.º 4, 1988, pp. 831-47. Disponible en: <https://doi.org/10.2307/2131381>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Rawsthorn, Alice. "Alissa Eckert on designing the 'spiky blob' Covid-19 medical illustration", en: *Wallpaper\**, 26 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://www.wallpaper.com/design/design-emergency-alissa-eckert-designs-covid-19-illustration>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Rubio, Roberto. «Acerca del carácter medial de las imágenes. Análisis crítico de los planteos de Hans Belting», en: Müller, Adalberto y Martoni, Axel. *Rituais da percepção*. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2019, pp. 71-87.
- Sardiña, Marina. "Estamos en guerra sanitaria!: Macron anuncia medidas para enfrentar el Covid-19", en: *France 24*, 16 de marzo de 2020. Disponible en: <https://www.france24.com/es/20200316-macron-francia-coronavirus-medidas-guerra-sanitaria>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.
- Slomp, Gabriella. *Thomas Hobbes and the Political Philosophy of Glory*. Londres: Palgrave Macmillan UK, 2000.
- Sonnevend, Julia. "A Virus as an Icon: The 2020 Pandemic in Images", en: *American Journal of Cultural Sociology*, vol. 8, n.º 3, diciembre de 2020, pp. 451-61. Disponible en: *Springer Link*, <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00118-7>. Consultado en línea: 20 de septiembre de 2021.