

Abrazos y protección. Fotografía con emociones incluidas

Hugs and protections. Photography with included emotions

Juan Pablo Arrobo

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

jparrobo1@utpl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6315-2218>

Patricio Barrazueta

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

pbarrazueta@utpl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0987-1358>

Claudia Cartuche Flores

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

cpcartuche@utpl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2087-8094>

Resumen:

El propósito de esta investigación es averiguar si la fotografía se entiende de igual manera por los diferentes espectadores. Para este estudio se analizó la fotografía *The first Embrace* de Mads Nissen 2020, ganadora del concurso World Press Photo 2021. La investigación es de tipo experimental, se emplea la metodología inductiva-cualitativa. Se aplicó un cuestionario a ciudadanos de forma aleatoria y se usó la técnica de observación para la comprensión de los códigos de fotografía. Por naturaleza creemos en la fotografía y damos por entendido que cualquier persona, con independencia de su estrato económico, cultural y social sin instrucción formal es capaz de entenderla y decodificarla correctamente. El análisis de las reacciones de los observadores concluyen que el acto fotográfico en el fotoperiodismo no termina con la publicación en las páginas de los medios, sino que despierta capacidades afectivas y emocionales en los observadores.

Abstract:

The purpose of this research is to identify the impressions and emotions that the photograph generates in people when exposed to an interpretative analysis. For this study, the photograph *The first Embrace* by Mads Nissen 2020, winner of the World Press Photo 2021 contest, was analyzed. The research is experimental, using inductive-qualitative methodology. A questionnaire was randomly applied to citizens and the observation technique was used to understand the photographic codes. By nature we believe in photography and understand that any person, regardless of their economic, cultural and social stratum without formal education is able to understand and decode it correctly. The analysis of the reactions of the observers concludes that the photographic act in photojournalism does not end with the publication in the pages of the media, but awakens affective and emotional capacities in the observers.

Palabras clave:

Fotografía; covid-19; comunicación; sociedad; fotoperiodismo.

Keywords:

Photography; Covid-19; Communication; Society; Photojournalism.

El mundo de un hombre es su ojo
Proverbio de los Bambara

1. Introducción

La copia exacta de la naturaleza es un anhelo tan viejo como la propia vida del ser humano. Sin tecnologías, la única posibilidad de recreación recayó en manos de un reducido grupo con la capacidad de dibujar y pintar. La invención de los aparatos fotográficos trastoca la historia de la representación al prescindir de los intermediarios y democratizar la reproducción de la naturaleza. Los avances de la tecnología en materia fotográfica ayudaron a que la narratividad de la imagen acompañe a los usuarios en más escenas cotidianas.

En la historia de la fotografía se han estudiado profundamente las técnicas de la física y la química que intervienen en el registro de la imagen. Incontables ensayos se concentraron en la composición. El paso a la vida digital dio paso a nuevos planteamientos de pensamiento en torno a la estética y los usos de los aparatos fotográficos.

A partir de la década de 1970, a muy pocos les importó el planteamiento de la fotografía desde los puntos de vista históricos, técnicos y críticos. La masificación lograda por la venta de las cámaras de fácil manejo y los procesos de revelado de calidad aceptable incentivaron a las personas a moverse por el mundo y hacer fotos de sus viajes. “Mirar fotografías [...] potenciaba una sensación de traslado, una suerte de hipnosis virtual y visual que guiaba al espectador al centro mismo del escenario fotografiado para hacerle vivir la ceremonia universal del viaje” (Vega, 2011, p. 102). En los medios de comunicación impresos (escritos más ampliamente con las versiones digitales), el fotoperiodismo cargó con la responsabilidad de decir siempre la verdad, solamente la verdad y nada más que la verdad, en todo momento y lugar.

La ubicuidad de la fotografía y de los medios de comunicación acarrea en sí misma el problema de enfrentar las imágenes producidas masivamente con los apartados estéticos más tradicionales; pero sobre todo, con la pregunta propuesta por Marzal (2008, p. 150) “¿con qué puede tener algo que ver una fotografía, una vez sacada?”. Las fotos que se publican en los medios ayudan a crear los conceptos

sobre el mundo y lo que se considera como aspectos positivos o negativos en la sociedad; en definitiva, de lo que es bueno y malo; siempre marcado por la línea editorial (ideológica / política) de los medios masivos.

De esta manera, la fotografía se presenta como la herramienta que se acopla idealmente al inmediatismo iconológico demandado a gran escala, conjugando el mensaje y la forma. Entramos entonces a un plano en el que se baten a duelo la lectura connotativa, relacionada con el significante; enfrentándose a la denotación personal; ergo, con la mezcla de emociones e interpretaciones que cada observador deriva de la experiencia visual. Reto en el que nunca hay un ganador definitivo; ambas lecturas resultan indispensables para una completa interpretación de la imagen fotográfica; no obstante, muy pocas personas no entrenadas en la especialidad diferencian entre ambas.

En los medios de comunicación las dos lecturas se aúnan y simplifican gracias al texto; elemento que se adhiere a la imagen al tiempo que permite una decodificación menos ambigua.

2. Marco teórico

Fotoperiodismo siempre personal

Desde su aparecimiento, el fotoperiodismo ha evolucionado constantemente en su capacidad narrativa. El hecho que provenga de una técnica de reproducción mecanicista en la que el ser humano tiene menos posibilidades de intervención que en el texto, le hizo merecedor de credibilidad a prueba de todo; pese a que, como indica Short (2013, p. 10), “puede construir o manipular de forma subjetiva, conceptual y técnica para presentar una visión o idea particular”.

La cámara recorta las distancias entre productor y espectador, aproxima al espectador (Sontag, 2021). Surgen cambios en las demandas de los lectores que desean mayor intensidad de las imágenes. Por medio del fotoperiodismo se muestran evidencias de las condiciones humanas en cualquier momento y lugar.

La manipulación en fotoperiodismo es inevitable: desde la perspectiva personal del fotógrafo, que incluye el encuadre, hasta la selección realizada por los editores o directores de los medios. En todo el proceso intervienen las emociones de cada

personaje. El acto fotográfico es una relación entre el aparato y el operador; siendo ambos protagonistas en la creación de la narrativa visual (Flusser, 2015). La lectura, por tanto, es un proceso personal desde la creación hasta el consumo. La fotografía, más que el dibujo y la pintura, lleva a los espectadores a preguntarse ¿qué es eso que se muestra en un retrato? Es el observador quien hace la imagen sobre la base de su acervo cultural, intelectual y, especialmente, emocional. Así lo afirma Pere Catalá (en Fontcuberta, 2003, p. 181) “lo que da valor a las obras es la fuerza emotiva”.

Tecnológicamente hablando, el formato digital no difiere del analógico. Sus productos debería ser vistos como “objeto cultural y solo tecnológico que ensancha y enriquece nuestra percepción del mundo” (Molano, 2019).

La imagen en general, y en particular la fotografía de prensa, es muy comprensible. De inmediato, el lector pasa de ver la representación a entender los símbolos implícitos; a decir de Ledo (1998, p. 53) “ninguna otra representación es tan comprensible como la foto”. Tal ejercicio de razón comprende el bagaje personal tanto en lo narrativo como en lo emocional.

Las tendencias actuales del fotoperiodismo suman información y estética. El resultado es la publicación de fotografías impactantes. En estas publicaciones se inmiscuye la capacidad de los fotógrafos mejor formados y más arriesgados. “En general, cuando más cercana es la vista del objeto o sujeto fotografiado, mayor es el grado de aproximación emotiva o intelectual del espectador” (Marzal, 2008, p. 185).

No resulta complicado reconocer que, en los medios de comunicación, existe una historia meditada previamente. Short (2013) remarca las cuestiones que derivan al observar una foto: “¿Qué aparece en la fotografía? ¿Qué ocurre? ¿Qué importancia tiene el espacio?” (p. 109). Esto puede parecer muy simple, pero el análisis de cada elemento por separado ayuda al fotógrafo a reflexionar sobre lo que muestran al espectador, cómo lo muestran y por qué.

Estas tres preguntas no son triviales en absoluto; en especial la segunda: ¿qué ocurre?

Es el observador quien examina las acciones y sus consecuencias. A partir de la experiencia de visualización, se deriva una reflexión particular. Abril (2008) sostiene que la expresión visual no se limita a una sustancia de expresión; sino que constituye un espacio de pensamiento. Sabemos que la imagen será estudiada como una transformación o interpretación de la realidad, cargada de sentido cultural e ideológico, lo que implica concebir la fotografía como un símbolo (Marzal, 2008, p. 62). Este criterio es reforzado por Kossoy (2014, p. 247) al aseverar que “ciertas imágenes están cargadas de un fuerte contenido simbólico”.

Cada imagen en los medios funciona como un mensaje. Fontcuberta (2016, p. 119) explica que la foto ha pasado de ser una escritura a ser un lenguaje “las fotografías también funcionan como palabras dichas, como palabras habladas” que cumplen su objetivo comunicacional. Bordieu (2003, p 208) comprende que, en este camino recorrido entre emisor y receptor, el fotógrafo transmite información “de la misma manera que su colega periodista lo hace por escrito”.

La historia contada por la fotografía presenta, como vemos, dos creadores: por un lado, el fotógrafo que inicia la narrativa y por otro, el lector, que la decodifica. Ambos tomando como punto de partida sus propios criterios y experiencias.

2.1 Pensar en la foto. Sentirla

Más que nunca en la historia y gracias a las tecnologías de información y comunicación, la fotografía tiene la capacidad de llegar a millones de personas y convertirse en una opinión crítica de los acontecimientos del mundo. Dado que la proliferación de imágenes en redes amedrenta el testimonio que aporta la fotografía, (Alcaide, 2017) es necesario analizar la fotografía y separar buenas y malas.

A diferencia de las redes sociales y su uso principalmente centrado en el entretenimiento, los medios de comunicación priorizan el contenido de la imagen y la transmisión de mensajes. En las páginas y pantallas de los medios se combinan textos e imágenes cuya principal finalidad es consolidar un mensaje completamente estructurado para los consumidores de información.

Cada imagen que se publica en los medios pasa por un proceso de creación, selección y edición. El objetivo que persigue tal mecánica es que la foto genere

impacto en cuanto sea novedosa (Sontag, 2014). La fotografía es creadora de realidades a partir de la realidad tangible (Sánchez, 2018). Así, se crea y modifica la opinión de las masas.

La producción ilimitada de fotografías no avizora un fin cercano. Aunque la cantidad parezca sobrenatural, las fotografías constituyen un bien social necesario para la sociedad actual. Marzal (2008, p. 58) sostiene que son necesarias para “mantener el orden, hacer la guerra, dar trabajo a los burócratas”.

Sontag (2014, p.152) añade que “cada fotografía es un fragmento, su peso moral y emocional depende de dónde se inserta”. Así, una foto puede mostrar evoluciones si es observada en la pared de un museo o en una colección privada. Las imágenes, (Costa 2008, p. 66) “pertenecen al mismo tiempo al mundo de las cosas y al mundo de los símbolos”. Al igual que ocurre con los símbolos, la fotografía sustituye al referente, pero no lo cambia, sino que lo reproduce para los espectadores que, a su vez, lo re-crean digital, física o imaginariamente. La comprensión de los símbolos recae en cada interpretante.

La consistencia del tejido social está construida en buena medida por el conjunto imagen-imaginación de las cosas. Todos los ideales y las aspiraciones llegan a ser tales en una imagen, especialmente en la fotografía. Lo reafirma Flusser (1990, p. 35) cuando dictamina que la fotografía es una “imagen de conceptos”; conceptos que abarcan desde lo sublime hasta lo horrendo.

Horna & Pellizon (2014) defienden la capacidad narrativa de la fotografía aún conscientes de que muestra tan solo un fragmento de la realidad espacio-temporal. La posibilidad de recrear ambientes la ha convertido en un elemento indispensable de los medios escritos.

La imagen, en especial la fotografía, tiene un sentido y un poder propio (García, 2013). Goza de una alta credibilidad gracias a la capacidad de reproducir la realidad, la facilidad de producirla y entenderla. Pese a ello, el fotógrafo no lleva completa consciencia de la trascendencia que puede alcanzar una fotografía. “El valor en fotografía no debe medirse únicamente desde un punto de vista estético, sino por la intensidad humana y social de su representación” (Freund, 2017, p. 174).

La imagen colocada en las páginas de los medios escritos supera censores que la distinguen del resto. Los fotógrafos y editores no se concentran únicamente en la belleza; sino que privilegian el aspecto informativo. El impacto de la fotografía de prensa está aliado al *studium*; pero vive gracias al *punctum* (Barthes 2020). McCullin (2013) lo resalta cuando destaca que la fotografía tiene más relación con el sentir que con el propio hecho de mirar.

Luego de los procesos que sigue una imagen para pasar de la realidad a las páginas y pantallas, son los consumidores de información quienes las califican, aceptan y las integran al sistema de valores y cultura social. Define Flusser (2015, p. 36) que “ toda imagen contribuye a que la visión del mundo de la sociedad se altere”. Una vez pública, la fotografía esparce su significado sin discriminar a quienes beneficia o incomoda. Se hace popular y recibe por igual críticas y reconocimientos hasta que la siguiente noticia le toma la posta. Solo unas pocas alcanzan la gloria.

Abril (2008) sostiene que en la imagen fotográfica se puede diferenciar al menos dos planos semióticos: uno narrativo-figurativo y otro alegórico-conceptual. El primero parafrasea su contenido y el segundo se lee como un conjunto de relaciones de conceptos, es decir, de significados

Toda foto es recibida no sólo por los ojos, la razón y la conciencia sino también por la imaginación y el inconsciente. Por eso la foto informativa siempre es interpretada (Soulages, 2015). Aporta Barthes (2021) que la foto de prensa puede prescindir de percibirse como artística; pero jamás podrá carecer de sentido.

Los medios de comunicación se sirven de lo mejor de la fotografía para comunicar a sus lectores. Siguen un proceso de selección que muy pocas veces deja pasar imágenes poco significativas. Eugene Smith, (citado en Soulages 2015) nos recuerda que una foto constituye una pequeña voz con la capacidad de desembocar una toma de conciencia; es una de las tareas fundamentales de los medios de comunicación.

Hemos estado acostumbrados a vivir en un mundo en que creemos entender la imagen fotográfica porque está al alcance de la mano y la observamos cotidianamente. Muy pocas son las profesiones que estudian la imagen y menos aún quienes analizan la fotografía como instrumento de comunicación o

narrativa. La reflexión sobre el hecho de activar una cámara se convirtió en un ejercicio cotidiano; por ende, los resultados son consumidos con premura y se convierten en desechables.

Frente a la masificación de la fotografía intermediada por los dispositivos móviles, conviene recordar la cita de László Moholy-Nagy (como se citó en Vicente, 2009) que en 1927 anunció que el analfabeto del futuro no será el iletrado; sino el ignorante en fotografía. No la mecánica de manipular un dispositivo y aplicar los filtros con criterio personal y estético; sino el sentido de oportunidad que combine el momento, la memoria y el respeto hacia lo fotografiado. En definitiva, la historia que ha de contar la imagen.

La cuestión que debe pesar en los momentos actuales y que concentra el objetivo principal de esta investigación es ¿entendemos la imagen de la misma manera que otros?

La propuesta recogida en este trabajo procura una respuesta que, sin bien estamos seguros no es única, la consideramos un aporte a la investigación en la lectura de la fotografía y un paso en el acercamiento hacia la alfabetización en este campo. La discusión está abierta a nuevos aportes y debates

Desde otra perspectiva, Fontcuberta (2015) propone establecer diferencias entre la foto directa y la foto manipulada, atendiendo a la espontaneidad de la primera y la intencionalidad de la segunda. En fotoperiodismo, directa e indirecta conviven en el mismo espacio e incluso, son una sola, debido a la cobertura de eventos anunciados. El fotoperiodismo, como vemos, es el resultado de la respuesta inmediata del fotógrafo que ha previsto un tema y lo ha estudiado a la luz de la creatividad.

El acto de descubrimiento detrás de la fotografía (Damish, 2008) convoca el pensamiento del creador de la fotografía y del espectador. Consiste en un recuento de las historias que en buenos términos coincide en la interpretación de la realidad para ambos actores.

2.2 World Press Photo y foto del año

Debido a las actuales facilidades técnicas los usuarios multiplican exponencialmente la producción de fotografías. De la mano de esta realidad, los

esfuerzos por estudiar los significados de la imagen son apenas visibles y no alcanzan más que arañar la superficie de la incalculable realidad fotográfica. El fotoperiodismo trata de escapar de la masificación para apostar por la selección de resultados de calidad.

Desde 1956 la fundación World Press Photo ha seguido el paso de los fotoperiodistas alrededor del mundo para reconocer el trabajo en esta área del periodismo. Para el mundo de la fotografía, pero en especial para el ámbito del fotoperiodismo el trabajo que realiza la fundación constituye el punto de referencia más importante para el quehacer de los fotógrafos de prensa.

World Press Photo se presenta a sí misma como una entidad sin fines de lucro. Afirman que la experiencia de trabajo les permite guiar a periodistas visuales, narradores de cuentos y audiencias en todo el mundo en un panorama desafiante (World Press Photo, 2020). Pese a que en más de una edición se ha criticado el valor de las fotografías presentadas, es innegable que revelan las historias que serían desapercibidas de otra manera.

Las imágenes exhibidas anualmente descubren aristas sociales que la opinión pública algunas veces olvida. Remarcan una desconocida actualidad social que despierta conciencias. Así lo destaca De la Nuez (2010, p. 14) en el prefacio de *Blow Up Blow UP* de Joan Fontcuberta, cuando indica que “el principal malestar de la cultura contemporánea no proviene de lo que concebimos como ficción sino de aquello que percibimos como verdad” y es esa justamente una de las funciones de la fotografía: mostrar verdades que de otra manera no llegarían a la opinión pública.

Los espacios de vida que se recogen en la fotografía dan sentido y memoria a quienes con ellas se relacionan. “La gente besa las fotos, las lleva a manifestaciones, las quema, las entierra, las desfigura, las rescata de incendios e inundaciones y jalonan hitos de la vida con ellas” (Adatto, 2010, p. 316). No es diferente en las fotos de prensa. Reviven los hechos históricos mostrando lo mejor y lo peor de la sociedad. Las archivamos y volvemos a repasarlas cuando sea necesario.

La foto de prensa no solamente informa; sino sirve como un “almacén con memoria que abunda en datos y confirma el pasado. La imagen invita a prestar

atención y reflexionar, aprender y examinar las relaciones entre las masas y los poderes” (Sontag, 2014, p. 134). La construcción social aportada por el fotoperiodismo asegura la construcción permanente de la historia y despoja de poder al imaginario colectivo que en más de una ocasión tergiversó los acontecimientos. Los significados de la información textual se confirman mediante la fotografía que, como afirma Salked “es una manera de dar significado” (2014, p. 46).

Tras la noticia mundial de la aparición del virus que causa el síndrome respiratorio agudo grave (SARS, por sus siglas en inglés), los gobiernos y autoridades de salud pidieron que los ciudadanos acatar medidas preventivas entre las que sobresale el confinamiento y en segundo plano, el distanciamiento social. Esa orden desalentó a muchas personas que debieron alejarse de sus seres queridos. Los más afectados fueron los adultos mayores; el grupo más vulnerable ante la intensidad de la enfermedad y también quienes más sufrieron ante la separación de la familia.

El planeta entero cambió muy rápido; bioseguridad se convirtió en la palabra del momento. Las personas se volcaron al consumo de antisépticos como nunca antes se había visto. El rostro de la humanidad cambió por el uso de las mascarillas y todas las rutinas que se daban por sentadas se alteraron por completo.

Pese a las restricciones de movilidad, los medios de comunicación se vieron obligados a continuar con la cobertura de información. Los fotorreporteros mostraron tanto como permitían las circunstancias del momento. Las unidades de cuidado intensivo no fueron la excepción. Se retrató por igual a pacientes y cuerpo médico; mientras otro tanto de camarógrafos se dedicaron a destinos relacionados como autoservicios, lugares turísticos vacíos e incluso cementerios.

Todas las actividades relacionadas con el Covid -19 se convirtieron en foco de atención de fotógrafos que, como dicta Momeñe (2009), tienen un compromiso tácito con la sociedad, buscando no solo la belleza, sino el compromiso que sitúe al espectador en otro lugar.

Las historias mostradas por los fotógrafos evadieron el principio del que habla Sontag (2014, p. 46) “hacer la crónica de su tiempo, sea de paz o de conflicto, como testigos imparciales libres de prejuicios”. Al igual que en muchas otras

ocasiones, las fotos invadieron el terreno del discurso, nunca libre de criterios personales.

La fotografía dio paso a un discurso visual que a golpe de vista conduce la mirada del espectador y eroga significados nunca únicos, pero sí homogéneos. La estructura de información denotada a la que invoca Marzal (2008) evade implícitamente las explicaciones literarias; pero no limita las emociones del observante.

Tal como deja sentado Souza (2018) cada imagen lleva una cierta arbitrariedad que garantiza la ausencia de una lectura lineal y demanda la multidireccionalidad de la mirada. La imagen se confronta al texto porque este último es conocido por los lectores y puede ser clasificado e incluso reordenado; no obstante, la fotografía imposibilita una reescritura sintáctica; y si así lo hiciera, producirá un objeto que renuncia por completo a la naturaleza propia de la fotografía en su anhelo por reproducir la realidad.

Bajo estas condiciones propias de la naturaleza fotográfica, resulta extremadamente complejo procurar las mismas reglas de análisis a las fotografías. En sentido contrario vale aplicar una lectura particular y evadir la homogeneización al aplicar normas de lectura fotográfica.

No pretendemos por tanto estudiar el fenómeno fotográfico, cosa que sería demasiado pretenciosa; sino analizar un caso en su propio contexto y a la luz de las evidencias que hemos podido recolectar sobre la fotografía que obtuvo el primer lugar en la categoría máxima del certamen World Press Photo de este año.

La fotografía galardonada con el máximo galardón World Press Photo 2021 fue lograda por Mads Nissen y publicada por el periódico danés Politiken. En ella se retrata a Roza Lunardi, que abraza a su enfermera Adriana Silva por primera vez en cinco meses. Un sencillo artilugio plástico permitió la interacción personal entre ambas personas. Parecería una actividad cotidiana; pero vista como interacción; no es solamente dar un abrazo; es, al mismo tiempo, recibirlo; es decir, un intercambio cotidiano que se imposibilitó por la pandemia.



F1. *The first Embrace* de Mads Nissen 2020. Fotografía ganadora del premio World Press Photo 2021. <https://bit.ly/3nySy1m>

La foto coloca a las dos mujeres en el centro horizontal de la imagen, el sol que ilumina tangencialmente a las retratadas crea reflejos en la cortina de plástico¹. Las costuras de las mangas, en color amarillo, y los pliegues del plástico forman una figura parecida a alas de una mariposa o incluso de un ángel (F1).

Los puntos más fuertes de la imagen se concentran en los rostros de las dos mujeres. Las líneas más importantes son las que forman las mangas de la cortina del abrazo. El espacio oscuro que rodea a ambas mujeres no deja lugar a desviaciones de la mirada. La textura está dada por varios elementos: los dobleces del plástico transparente, el cabello de las mujeres y la ropa de la enfermera. La luz que se refleja en toda la cortina plástica baña a la imagen dándole un sentido de claridad y alegría.

“La imagen no es la causa sino el campo que expone las consecuencias de nuestras acciones” (Pérez y Prada, 2020). La foto ganadora del certamen World Press Photo 2021 no se limita a presentar el virus; sino que muestra la manera en cómo la enfermedad causada por el virus afecta a las personas más vulnerables. Antes

¹ Se conoce que la imagen fue tomada en horas de la mañana o de la tarde, sin flash gracias a las imágenes tomadas por Bo Sondergaard en el mismo lugar, pero a diferentes pacientes del centro de cuidados.

de 2021, la única fotografía relacionada con enfermedades fue el retrato de Ken Meeks, paciente de Sarcoma de Kaposi, fotografiado por Alo Reininger, en 1987.

La pandemia originada por el COVID-19 motivó a fotorreporteros de todo el mundo a realizar su trabajo en torno a esta temática. Por vez primera en la historia de la humanidad un virus y las consecuencias de la enfermedad que causa ocuparon tanto espacio en los medios de comunicación.

3. Objetivos y metodología

3.1 Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es averiguar si los receptores de imágenes entendemos el mensaje de igual manera cuando observamos una fotografía.

3.2 Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se aplicó una metodología inductiva-cualitativa a través de la observación y entrevistas semiestructuradas; cuyo objetivo no es lograr resultados estadísticamente relevantes (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014), sino entresacar información de los sujetos en sus propios términos, para a partir de sus respuestas, extraer significados. El enfoque experimental permite obtener datos fiables sobre el fenómeno o proceso en estudio (Mellinger & Hanson, 2016). El corpus del presente estudio es la fotografía ganadora del premio World Press Photo 2021, *The first Embrace* de Mads Nissen 2020 alojada en <https://bit.ly/3nySy1m>.

A través de la observación se socializó videoconferencias y lecturas seleccionadas durante los meses de abril, mayo y junio de 2021 para comprender los códigos de fotografía propuestos por Alonso (1995): espacial, gestual, escenográfico, simbólico, lumínico, gráfico y de relación, a 137 estudiantes participantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) en la modalidad a distancia en varias ciudades del Ecuador.

El levantamiento de la información se realizó entre abril y agosto de 2021, a través de una entrevista donde cada estudiante mostró la imagen a dos personas, mayores de 18 años de diferentes estratos sociales y les solicitó responder a la

siguiente pregunta *¿Qué cree usted que simboliza esta imagen?*, y así captar las emociones que sienten al contemplar la fotografía de Nissen. La imagen que se estudia tiene la capacidad de generar sentimientos positivos, neutrales y negativos.

4. Resultados

Tras la validación de 205 respuestas emitidas al haber sido expuesta la fotografía *The first Embrace* de Mads Nissen por parte de los estudiantes a personas transeúntes en las diferentes ciudades de Ecuador, con la interrogante de *¿Qué cree usted que simboliza esta imagen?*, se obtuvieron los siguientes datos.

En la tabla 1 se presentan los resultados obtenidos, teniendo un total de 658 descriptores. Entre los descriptores positivos se pudo identificar 411. Los tres valores más repetidos fueron *amor* (59), *esperanza* (41) y *cariño* (21). Tras la situación de la pandemia de COVID-19, que ha afectado a todo el mundo desde diciembre de 2019, parte de la población ve en estos valores los aspectos más relevantes para aprender a sobre llevar la situación con la esperanza de tener días mejores bajo el amor y cariño de quienes nos rodean.

Amor	59	Fe	5	Libertad	2	Comunidad	1	No hay barrera	
Esperanza	41	Humanitario	5	Padres	2	Conciencia	1	Obediencia	
Cariño	21	Ángel	3	Reencuentro	2	Consuelo	1	Paciencia	
Protección	20	Dios / confianza dios	3	Salud	2	Cultura	1	Perdón	
Seres querido	15	Felicidad	3	Seguridad	2	Dar la mano	1	Persistencia	
Acciones afectivas / afectivas	13	Fuerza	3	Abuelos	1	Derechos humanos	1	Personas juntas	
Familiar	13	Luz al final del camino	3	Alivio	1	Disciplina	1	Placer de dar un abrazo	
Cuidado / cuidado mutuo	12	Precaución / precauciones	3	Amor familiar	1	Dulzura	1	Poder	
Paz	11	Respeto	3	Amor infinito	1	Estar cerca	1	Preocupación	
Madre	9	Sentimientos	3	Amor matern	1	Estima	1	Protocolos	
Abrazo	8	Tranquilidad	3	Ánimo	1	Futuro	1	Reconciliación	
Ternura	8	Agradecimiento	2	Apego	1	Gratitud	1	Resistencia	
Apoyo / apoyo emocional	7	Amparo	2	Aprecio	1	Héroes	1	Responsabilidad	
Emoción / emociones	7	Calidez / calor	2	Autoestima	1	Ilusión	1	Rutina saludable	
Solidaridad	7	Compromiso hacia los vulnerables	2	Ayuda	1	Lazos familiar	1	Ser humano	
Alegría	6	Confianza	2	Bondad	1	Lucha de la vida	1	Serenidad	
Amor al prójimo	6	Entrega	2	Buenas noticias	1	Magia	1	Seres humanos	
Supervivencia	6	Extrañar	2	Caricia	1	Mantenerse a salvo	1	Superación	

Unión	6	Fortaleza	2	Cuidado	1	Mejor porven	1	Tacto	
Amigos	5	Fraternidad	2	Compartir	1	Momento extraordinari	1	Todo mejorará	
Empatía	5	Hija /hijo	2	Compasión	1	Mucho amor	1	Valores	
								Vida	

Tabla 1. Descriptores positivos

En la tabla 2 por el contrario se presentan los descriptores negativos, se identificaron 212, siendo los tres más mencionado *pandemia* (19), *plástico* (13) y *miedo/pánico* (11) veces.

Pandemia	19	Incertidumbre	4	Desesperación	1	Personas vulnerables	1
Plástico	13	Sufrimiento	4	Dificultades	1	Pesadilla	1
Miedo / pánico	11	Momentos difíciles	3	Discriminación	1	Resignación	1
Separación	11	Pérdida de ser queridos	3	Efectos de covid	1	Tedio	1
Vulnerables	10	Vulnerabilidad	3	Encierro	1	Irresponsables	1
Tristeza	8	Aislamiento	2	Estado débil	1	Lejanía	1
Contagio	6	Caos	2	Familiares enfermos	1	Mal momento	1
Enfermedad	6	Crisis	2	Fastidio	1	Momentos duros	1
Muerte	6	Despedida	2	Horror	1	No poder realizar actividades como antes	1
Riesgo / tomar riesgos	6	Falta de amor /cariño	2	Impiden contacto	1	Noticias alarmantes	1
Tiempos de crisis tiempos difíciles	6	Frustración	2	Impotencia	1	Obstáculo	1
Virus / virus mortales	6	Peligro	2	Infierno	1	Alejamiento	1
Angustia	5	Pobreza	2	Inseguridad	1	Cansancio	1
Coronavirus	5	Prevención	2	Amenaza	1	Confinamiento	1
Distancia / distanciamiento	5	Situación difícil situación dura	2	Ansiedad	1	Contaminación	1
Nostalgia	5	Soledad	2	Oscuridad	1	Cuarentena	1
Barrera / barrera protectora	4	Víctimas	2	Partida de ser querido	1		
Dolor	4	Decadencia	1	Pena	1		

Tabla 2. Descriptores negativos

En la tabla 3 se presentan los descriptores neutros que las personas indicaron tras haber observado la fotografía. Aquí se destaca 35 descriptores, siendo los tres más mencionados con un valor mínimo en relación a los positivos y negativos, fueron, *bioseguridad* (8), *alas* (7) y *doctor/médico* (3).

Bioseguridad	8	Medidas de seguridad	2	Cortina	1	Hospitales	1
Alas	7	Mujeres	2	Destino	1	Naturaleza	1
Doctor / médico	3	Anciana	1	Enfermera	1	Necesidad	1
Ambiente	2	Búsqueda de tranquilidad	1	Equipo médico	1	Necesidad de afecto	1
						Personas mayores	1

Tabla 3. Descriptores neutros

En contraposición, se hallaron 105 respuestas que se emitieron únicamente una vez.

Abuelos	Amor infinito	Apego	Buenas noticias	Compartir	Obediencia
Alejamiento	Amor maternal	Aprecio	Búsqueda de tranquilidad	Compasión	Obstáculo
Alivio	Anciana	Autoestima	Cansancio	Comunidad	Oscuridad
Amenaza	Ánimo	Ayuda	Caricia	Conciencia	Paciencia
Amor familiar	Ansiedad	Bondad	Cuidado	Confinamiento	Partida de ser querido
Consuelo	Dar la mano	Dificultades	Encierro	Estima	Pena
Contaminación	Decadencia	Disciplina	Enfermera	Familiares enfermos	Perdón
Cortina	Derechos humanos	Discriminación	Equipo médico	Fastidio	Personas mayores
Cuarentena	Desesperación	Dulzura	Estado débil	Futuro	Persistencia
Cultura	Destino	Efectos de COVID	Estar cerca	Gratitud	Personas juntas
Héroes	Impotencia	Lejanía	Mejor porvenir	Necesidad	Personas vulnerables
Horror	Infierno	Lucha de la vida	Momento extraordinario	Necesidad de afecto	Pesadilla
Hospitales	Inseguridad	Magia	Momentos duros	No hay barrera	Placer de dar un abrazo
Ilusión	Irresponsables	Mal momento	Mucho amor	No poder realizar actividades como antes	Poder
Impiden contacto	Lazos familiares	Mantenerse a salvo	Naturaleza	Noticias alarmantes	Preocupación
Protocolos	Rutina saludable	Tacto	Resistencia	Seres humanos	Valores
Reconciliación	Ser humano	Tedio	Responsabilidad	Superación	Vida
Resignación	Serenidad	Todo mejorará			

Tabla 4. Descriptores mencionados una sola vez

5. Conclusiones

Se evidenció que las emociones descritas por los espectadores no obedecen a un patrón y se presentan tan disímiles como *amor*, *pandemia*, *esperanza* y *plástico*. Agrupar categorías por sinónimos tampoco dio resultados contundentes; puesto que las diferencias entre las respuestas carecían de sentido al agruparse; por ejemplo, *momento duro* y *momento extraordinario* no pueden ser asociadas por sus diferencias semánticas.

El valor de los descriptores no radica en su frecuencia sino en las emociones que transmiten. Entre las emociones positivas destacan *amor*, *esperanza*, *cariño*, *protección*, *seres queridos*, *afecto*, *cuidado*, *paz*, *abrazo*, *ternura*, *apoyo*, *alegría*, *supervivencia*, *unión*, *amigos*, *empatía*, *fe*, *humanismo*, *ángel*, *confianza en Dios*, *felicidad*, *fuerza*, *precaución*, *respeto*, *sentimientos* y *tranquilidad*. Las principales emociones negativas se concentran en *pandemia*, *plástico*, *miedo*, *separación*, *vulnerabilidad*, *tristeza*, *contagio*, *enfermedad*, *muerte*, *riesgo*, *tiempos de crisis*, *virus mortal*, *angustia*, *coronavirus*, *distanciamiento*,

nostalgia, barrera, dolor, incertidumbre, sufrimiento, pérdida de seres queridos. La neutralidad de los descriptores se agrupó en *bioseguridad, alas, médicos, ambiente y mujeres.*

Resulta muy interesante que el segundo valor positivo que más se repite es *esperanza*, y el valor negativo que más se repite es *pandemia*. Se evidencia que hay paridad en la percepción de las personas que observan una esperanza ante la *pandemia*.

En las respuestas dadas por los lectores se notó que no siempre los descriptores son solamente positivos o negativos; se hallaron repuestas con mezclas de todas las alternativas posibles.

Coincidimos con Schiavoni (2017) cuando indica que el *punctum* depende del tema y que es imposible garantizar la conciencia del observador pero que ciertas estrategias predisponen al sujeto para atrapar su atención. La imagen que se estudia tiene la capacidad de generar sentimientos positivos, neutrales y negativos.

La fotografía de prensa no tiene como objetivo último despertar emociones en los consumidores de información. No obstante, es imposible separar la carga emotiva de las fotografías. La mayor parte de las imágenes del fotoperiodismo pasará desapercibida; pero al menos una parte tiene un componente de opinión que no escapa a las sensaciones del público.

Los receptores de imágenes no las perciben de igual manera. Pese a que la fotografía, desde su invención, tuvo la intencionalidad de reproducir la realidad sin la intervención de habilidad humana, lo que significa una reproducción imparcial, resulta imposible eliminar la ambigüedad y polisemia de la imagen y la interpretación personal de cada persona. Queda claro que falta investigación científica sobre la interpretación de imagen fotográfica.

Referencias bibliográficas

- Abril, G. (2008). *Análisis crítico de textos visuales*. España: Síntesis
- Alcaide, E. (2017). *Fotoperiodismo 3.0*. España: editorial libros.com
- Adatto, K. (2010). *La imagen perfecta*. España: Cantabria.

- Alonso, M. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.
- Barthes, R. (2020). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
- Costa, J. (2008). *La fotografía creativa*. México: Trillas.
- De la nuez, I. (2010). *Blow up, blow up*. Cáceres: Periférica.
- Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. Mexico: Trillas:
- Flusser, V. (2015). *El universo de las imágenes técnicas*. Buenos aires: Caja negra.
- Fontcuberta, J. (2003). *Estética fotográfica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2016) *La furia de las imágenes*. Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- Freund, G. (2017). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- García, A. (2013). *Filosofía de la imagen*: Salamanca: Univesidad de Salamanca.
- Horna, K., & Pellizzon, L. (2014). *Constelaciones de sentido*. Barcelona: Sans Soleil.
- Mccullin, D. (2013). *Sleeping with ghost: a life's work in photography*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Marzal, J. (2008). *Cómo se lee una fotografía*. Madrid: Cátedra.
- Mellinger, Ch., & Hanson, T. (2016). *Estadísticas descriptivas*. Londres: Routledge.
- Molano, M., & Tagarro, A. (2019). La mirada hipermétrope: el fotoperiodismo en la era de las redes sociales. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, 19, 175-188. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2019.v2i19.6651>
- Momeñe, E. (2009). *La visión fotográfica*. Madrid: Auto- editor.
- Pérez, J. y Prada, W. (2020). La fotografía incómoda en la era digital. *Revista Panamericana de Comunicación*. (1), 100-107. <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/2322/1895>
- Redondo, J., & Fernández, J. (2010). Reconocimiento de fotografías de contenido emocional: efectos de la valencia cuando se controla el arousal. *Revista de metodología y psicología experimental*. Vol. 31. N°1, 65-86. Disponible en: <https://bit.ly/399qpFF>
- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa. Programa de especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social*. Bogotá: Editores e Impresores Ltda. Arfo.
- Salked, R. (2014). *Cómo leer una fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw Hill Education.
- Schiavoni, J. (2017). Fotojornalismo: entre o oblíquo e o referencial. *Discursos fotográficos*. 13(22), 169-189. Doi:10.5433/1984-7939.2017v13n22p169.
- Short, M. (2013). *Contexto y narración en fotografía*. Gustavo Gili: Barcelona

Silva, V. (2016). *La desilusión de la imagen*. Barcelona: Gedisa.

Sontag, S. (2014). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Debolsillo.

Soulages, F. (2015). *Estética de la fotografía*. Buenos Aires: La Marca.

Vicente, P. (2009). *Instantáneas de la teoría de la fotografía*. Tarragona: Arola editors.

World press photo foundation. About us. Disponible en: <https://www.worldpressphoto.org/about-us/37373>.

Sánchez, F. (2018). Fotografía de prensa. Del simulacro a la posverdad en la era digital. *Index.comunicación*, 8(1), 197-224
<https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/392>.