

LA CONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA VISUAL. LA FOTOGRAFÍA AL SERVICIO DEL PODER

Antonio Pantoja Chaves
Universidad de Extremadura

La fotografía, y por extensión todos los medios audiovisuales, a pesar de que puede alterarse y cambiar de sentido mediante diversos procedimientos y estrategias, mantiene su credibilidad casi intacta, incluso en el mundo de hoy bastante desengañado de todo. De tal manera que en esta sociedad marcada y especializada en la imagen se ha instalado una nueva forma de poder, vinculada no tanto a la transmisión de ideas o de contenidos ideológicos sino a la imposición de modos de representación visuales que promueve la nueva cultura mediática y que ha transformado la reproducción del mundo real en una imagen de si mismo.

Es evidente que la manipulación de la fotografía es tan antigua como la propia fotografía, quizá porque tales prácticas ya preexistían y se llevaban a cabo antes del nacimiento de la fotografía en los soportes anteriores para la imagen. Pero en nuestros días, el control de la información se ha convertido en una aspiración que raya en la preocupación constante por parte del poder que, bien mediante recursos tan clásicos como la propaganda, o bien mediante otros redefinidos como la desinformación, intenta imponer sus intereses con los nuevos canales de información que la sociedad de la imagen pone a su alcance. La información siempre ha significado poder, partiendo de las antiguas culturas teocráticas que usaban la propaganda político-religiosa; atravesando el renacimiento de una nueva cultura facilitada por la aparición del libro impreso y aunque su aparición provocara reacciones y revisiones contra lo sagradamente establecido, y llegando al desarrollo de la prensa política en la época de revoluciones liberales cuando la propaganda política se oficializa para desacreditar a los oponentes y asegurar la sumisión de los ciudadanos y, finalmente, aterrizando en el tiempo actual en el que la propaganda y la censura combinadas adoctrinan a las masas, mientras se recurre a la desinformación para mantener la atención de una opinión pública complaciente.

El poder en cualquier época y circunstancia siempre ha necesitado persuadir, formar determinadas creencias y estados de opinión, orientar y moldear las conductas hacia determinados fines. Las imágenes y los mecanismos asociados a ellas han sido un recurso eficaz para tales propósitos, es la nueva fórmula válida para regular la relación con la sociedad. Por eso se habla de la sociedad de la imagen, porque por su propia naturaleza, la imagen, y por encima de todas la fotográfica, se dirige a la afectividad de las personas antes que a la razón, invoca el pensamiento mágico antes que el lógico. La emotividad e irracionalidad es la base del funcionamiento de los lenguajes audiovisuales en los medios de comunicación de masas, en gran medida ahí reside todo su poder y eficacia.

Sobre estas características reflexionaremos más tarde para subrayar las posibles incoherencias que se puedan reproducir en nuestra aspiración investigadora de construir un discurso visual para la Historia. Y, aunque tales atribuciones o cualidades de la fotografía puedan parecer contraproducentes para la narración visual porque donde más inciden es en los medios de comunicación, vamos a disponer para su construcción de muchos de los recursos del lenguaje audiovisual y comunicacional, pero no por ello estaremos participando del mismo juego que han iniciado los mass media. Sería como decir que con las palabras no se puede construir un discurso o no escribir literatura o hacer historia, porque con esas mismas palabras se puede proceder a la manipulación y a las falsas interpretaciones.

Por tanto, la imagen fotográfica ha sido y sigue siendo, aunque en clara competencia con el resto de medios visuales, el sustrato fundamental de la retórica de los grupos de poder. Ahí radica su fuerza cuando se utiliza para el control social y el sometimiento. Ya en el primer tercio del siglo XX Rudolph Arnheim predijo que el ser humano confundiría el mundo percibido por sus sensaciones y el mundo interpretado por el pensamiento, creería que ver y comprender forman un solo concepto. El nuevo sofisma mediático -ver es comprender- postula que la mera presentación de una imagen es suficiente para darle todo su significado y otorgarle credibilidad, lo que viene a sustituir a la antigua máxima filosófica cartersiana por la actual *video, ergo sum*ⁱ, que deriva no sólo en la autenticidad sino en la fascinación que se muestra por la realidad fotografiada.

En esta entrega ciega se activa una de las mayores pretensiones de los poderes públicos, la construcción de la memoria visual mediante la utilización y manipulación de la imagen, ante la evidente educación y conocimiento que mantenemos del mundo mediante el acto de ver imágenes, capturadas tanto de nuestro entorno más inmediato en el tiempo como de los espacios más remotos del pasado. En las imágenes, y mucho más en las fotografías, se encuentra la memoria visual más reciente y eso provoca que el poder haya actuado con el lema de que quien domina las imágenes domina también la memoria: desde que el Estado francés adquiriese el proyecto de Daguerre, hasta la macroempresa digital de Bill Gates. El que controla, retiene, muestra o sugiere las imágenes, domina todo porque ya no se puede distinguir si las imágenes son falsificadas o no, el universo visual se va haciendo autónomo, pronto corresponderá a las copias la tarea de autenticar sus originales. Una propuesta tan simple, en apariencia, que no sólo propone el control de las imágenes sino que pretende patentar la falsificación para manipular la memoria de una sociedad desmemoriada.

Una de las tendencias más frecuentes en el estudio de la propaganda como estrategia de la manipulación es la de asociar indiscutiblemente tales prácticas a los regímenes y organizaciones totalitarias o dictatoriales pero, incluso lejos de tales concepciones, también en los sistemas fuertemente establecidos en las sociedades democráticas. La memoria visual ha sido apropiada por los grandes centros de poder que determinan lo que hay que mirar, precisamente porque las ocasiones de vigilancia crítica cuando consumimos imágenes son muy escasas y lo que varía en sí son los métodos.

La Iglesia, por ejemplo, tuvo precisamente en la imagen, a la que en principio había negado, un instrumento adoctrinador de primera magnitud como instrumento de persuasión, de legitimación o de glorificación. En un régimen dictatorial, el control social lleva aparejada la acción conjunta de acciones represivas basadas en la fuerza y la coacción, por una parte, y la propaganda laudatoria y ocultadora de la realidad de los medios por otra. En democracia, los mecanismos son mucho más sutiles y difusos, modelos que forman ya parte indisoluble de la política contemporánea utilizados para mediar conscientemente en las actitudes, estados de opinión y conductas de la ciudadanía. Es fácil comprender, hasta cierto punto, cómo los sistemas democráticos pueden convertirse en sutiles totalitarismos, sobre todo cuando se usan explícitamente mecanismos propagandísticos para conservar los privilegios de ciertos sectores políticos y sociales.

La historia de la propaganda moderna está íntimamente ligada al desarrollo del fenómeno denominado cultura de masas. Hasta fechas muy recientes del pasado siglo XX, el arte de la propaganda se asimilaba con el discurso político y con todo el juego de expresiones y actos relacionadas con el poder o la ideología que lo sustentaba. Es cierto que la fotografía ha desempeñado un papel poco relevante en la conformación de ese discurso, sin capacidad de aportar el lenguaje claro y directo que la propaganda exigía para sus fines. El medio más efectivo que adecuó el mensaje de la propaganda fue la cartelística, pues en su discurso destaca la innovación que *toma de la poesía la seducción del ritmo, el*

*prestigio del verbo e incluso la violencia de las imágenes. Hace soñar al pueblo con las grandezas pasadas y con un mañana mejor.*²

Sin embargo, la cantidad de ejemplos referidos al cartel e incluso el papel adoctrinador que desempeñó el cine, han perdido el sentido inicial para el que fueron concebidos y su efecto se ha visto mitigado por el paso del tiempo, mientras que la fotografía se ha renovado como el medio que contiene un poso de memoria mayor que cualquier otra forma de manifestación propagandística. Hemos asistido al renacimiento de un lenguaje visual potenciado por los actuales soportes para la información y medios de comunicación visuales, en los que la fotografía ha encontrado el medio más adecuado para potenciar sus cualidades de representación de ideas, tal y como se manifestaron desde su concepción. Hasta tal punto ha marcado esa diferencia que, sin pretender otorgar a la fotografía una importancia mayor que la explicada, ha servido progresivamente de base en las grandes vías de expresión visual de la propaganda, como son el cartel político y electoral o el cine.

De ahí que desde su origen, la fotografía se pusiera al servicio de la manipulación como un instrumento cualificado para la construcción de la imagen del poder. En los inicios las técnicas de manipulación obedecen más a un criterio que intenta revalorizar los usos de la fotografía al introducir fórmulas de reproducción y obtención de copias del preciado original, lo que servirá de base y de materia de trabajo en los posteriores ejemplos de manipulación artesanal de la fotografía. De esta manera, a partir de 1870 la carte de visite facilitó la manipulación de imágenes y ofreció la oportunidad de obtener varias copias de una misma fotografía ya que los daguerrotipos, piezas de un elevado valor sentimental para las familias burguesas, eran demasiado frágiles y, además, únicos .

No será hasta el estallido de la Gran Guerra, coincidiendo con el nacimiento de los servicios fotográficos de los ejércitos europeos, cuando la fotografía va a cumplir una función destacada en el intento de reflejar una imagen determinada de los poderes políticos y los conflictos bélicos. En un momento en el que la fotografía se impone como el referente visual para las masas, los militares comprendieron que podía convertirse en una apuesta estratégica. De ahí la necesidad de controlar la producción y la distribución de imágenes que sirvieran de punta de lanza frente al enemigo, o para alimentar el patriotismo de las tropas propias y la moral de la población civil.



Foto 1

Esta fotografía de Ernest Brooks, un ejemplo entre las miles de tomas realizadas por los fotógrafos oficiales, es la típica imagen de propaganda que muestra una columna de hombres anónimos que simbolizan el soldado desconocido de la Primera Guerra Mundial.

Estas imágenes se presentan en la actualidad idealizadas, maquillando una realidad bélica en las que la muerte y la tragedia no tenían cabida para servir a unos fines específicos de los gobiernos occidentales. A día de hoy esta fotografía nos puede parecer inocente y evidente en su teatralización de la guerra, pero a decir verdad refleja una estrategia que se ha consolidado y especializado en las nuevas guerras para representar una exaltación de los héroes, la defensa de unas justificaciones bélicas no muy diferentes a las que hoy. Y al igual que ahora surgen multitud de enfoques, opiniones críticas y pruebas fotográficas de denuncia diferentes a las oficiales, durante la primera guerra mundial numerosos fueron los negativos que sirvieron como motivo de oposición y controversia entre la incipiente opinión pública, como la imagen de un soldado enterrado en la que apenas se distingue el rostro y que más tarde, en 1925, se publicará en Francia bajo el título de *Las imágenes secretas de la guerra*.⁴

Estas fotografías fueron censuradas, en primer lugar porque la muerte no era todavía un motivo fotográfico y, además, para no perturbar la paz y tranquilidad de la población civil. Pero sobre todo para olvidar la tragedia del primer conflicto mundializado de nuestro tiempo. Son unos argumentos a los que todavía se recurre en nuestros días para justificar las imágenes sometidas a prácticas de manipulación y censura constantes por la prensa, pero que han calado tan profundamente en la memoria visual de las sociedades contemporáneas que han servido de icono recurrente en una de las películas bélicas más influyentes y prestigiosas de la historia del cine.

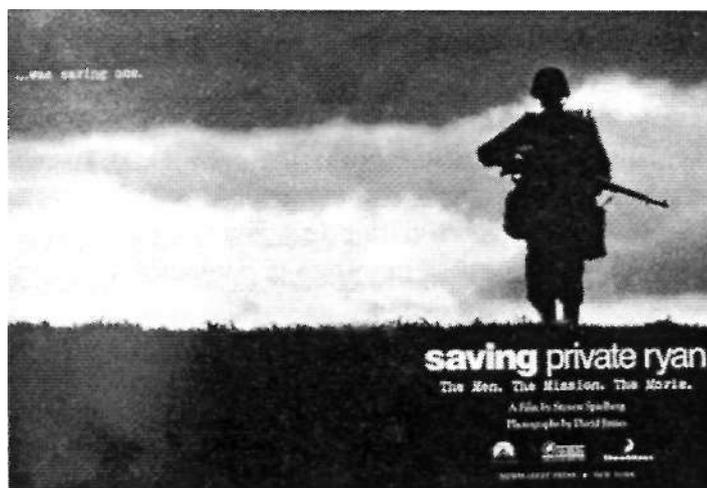


Foto 2

La construcción del imaginario colectivo sigue potenciándose en muchos otros ejemplos y en la repetición de otras tantas imágenes, ya que la imagería mediática se alimenta de la ausencia de un esquema clasificatorio claro, de la desmemoria de la sociedad que sitúa en su uso y contexto a los cada vez más diferentes tipos de imagen que proyectan los medios. En el caso del cine, fotografía en movimiento, a pesar de las diferencias de soporte y concepto, la fuerza de la imagen queda potenciada y con ella su mensaje, debido al alto grado de impresión de realidad, y por tanto, de credibilidad.

Pero a pesar de vivir en un mundo de repeticiones visuales con las que se incide en una idea o imagen en el tiempo con el peligro que esto conlleva, la manipulación fotográfica se ha especializado además en la *deconstrucción* de nuestro imaginario, es decir en la supresión de imágenes que se han convertido en claros ejemplos de propaganda para determinados sistemas políticos. Desde los regímenes fascistas a los regímenes comunistas, que destacaron especialmente en este cometido, se puede constatar la eliminación de personajes, actitudes, marcos de referencia y toda clase de alteraciones y, a pesar de todo, esas imágenes han pasado a formar parte de la conciencia colectiva.



Foto 3 y 4

Este tipo de prácticas coinciden con el nacimiento de la propaganda política contemporánea, cuando los totalitarismos de entreguerras procedieron a mutilar las fotografías como un acto súbito por mutilar la memoria. A pesar de que ya en tiempos de la revolución soviética se desarrolló en profundidad y con fuertes cargas de conciencia la teoría y práctica de los medios propagandísticos, con iniciativas como agit-prop (agitación y propaganda), esta trayectoria derivó en los más graves y acusados casos de manipulación durante los años del estalinismo más oscuros y autoritarios, como el corte que sufrió esta fotografía de Lenin junto a Trotski en uno de sus tantos discursos en las afueras del teatro Bolshoi, en 1920⁵.

La eliminación de Trotski y la de Kamenev que se aprecia en la segunda de las imágenes, obedece a la obsesiva manía persecutoria de Stalin. No contento con eliminar físicamente a sus adversarios políticos y personales, procedió a su muerte técnica en el negativo, dirigió hasta las últimas consecuencias su eliminación total. La fotografía original dio la vuelta al mundo cuando Lenin todavía vivía y Trotski mantenía intacto su poder, y aunque la imagen llegó a ser el mayor icono de la Rusia revolucionaria jamás volvió a ser reproducida tal cual en la Unión Soviética después de la caída de Trotski. Pero este no será más que el primero de los casos de una larga serie de juegos perversos con los que se trataba de borrar de las fotografías a los personajes que no tenían buena imagen para el poder, para que no quedara memoria de su paso por la historia.

De ahí que tales procedimientos no sólo se hicieron patentes en estos años, sino que se sucedieron en el tiempo: el reformador de Praga, Alexander Dubcek no fue bien visto por los nuevos dirigentes tras la entrada de las tropas de ocupación de la URSS en 1968. En la Alemania nazi la propaganda era no sólo el arma, sino la esencia de la política de partido. Por eso, imitando a Stalin, Hitler tampoco quiso ver a Goebbels durante un tiempo en algunas de las escenas íntimas en las que se reunía con su más fieles allegados en sus residencias de descanso. Pero el líder del nazismo, más que en la manipulación directa y mecánica del material fotográfico estaba preocupado por hacer de la propaganda uno de los negocios más prósperos de su régimen.



Foto 5

Durante esos años decisivos la fotografía se había convertido en un medio muy potente al servicio del poder, considerándose como la primera manifestación visual que había servido para mediatizar a la sociedad. En Alemania, durante la década de los años veinte, nadie conocía el rostro de Adolf Hitler, líder de un oscuro Partido Nacionalsocialista de los Trabajadores. Con la ayuda de su fotógrafo y amigo Heinrich Hoffman, Hitler construye su imagen a lo largo de una serie de sesiones de estudio. La culminación de ese montaje es una fotografía titulada *Hitler, canciller del Reich*⁶, en la que aparece vestido de militar, con la Cruz de Hierro perteneciente a la Primera Guerra Mundial y las insignias del partido, la diagonal de su peinado y el bigote sobrio. De esta manera, la pareja Hitler-Hoffman crean el mito del Führer propiciando el rápido ascenso del nazismo al poder.

La perdurabilidad de esta imagen ha quedado reforzada con recreaciones tan importantes para la época como las películas de Leni Riefensthal cuando en 1934 filmó *El triunfo de la voluntad*, la cobertura del congreso del partido nazi en Nüremberg, quizá el más efectivo medio visual de propaganda del nazismo que no dejó indiferente a nadie y que supuso un precedente para muchos directores que más tarde se dedicaron de lleno a prestar servicios patrióticos durante la Segunda Guerra Mundial, como fueron los documentales realizados por Frank Capra para los Estados Unidos.

Un modelo que tuvo tanta repercusión en otros regímenes que empezó a concebirse la idea de que todo buen líder debía de tener, no sólo buena prensa que por supuesto se imponía con la propaganda en mano, sino una imagen favorable y adecuada a su poder. De ahí que en España, con propósitos similares, los servicios propagandísticos del régimen franquista intentaran reproducir una imagen del general Franco que ensalzara y dignificara las virtudes e ideales del Caudillo, en clara sintonía con el régimen nazi. Y como si de una plantilla fotográfica se tratara se construye la imagen de *El Generalísimo*, con el complemento de una serie de atributos que refuerzan su condición política y su victoria militar, fruto de la necesidad y de la invención propios de los regímenes dictatoriales.



Foto 6

En este intento de conformación de la imagen del franquismo se empezó a forjar la estética oficial del régimen con las fotografías de Franco y de sus figuras más emblemáticas, como la de José Antonio Primo de Rivera, en las que el rostro del dictador se reproducía hasta la saciedad en todos los espacios públicos, tanto plazas y edificios institucionales como en libros escolares. Era un tiempo anterior a la televisión, en los que la fotografía de Franco se instaló tan fuertemente en la memoria de los españoles que esa imagen ha perdurado en el tiempo y con mayor nitidez que cualquier emisión televisiva o el eco de su voz radiofónica.

Y no es que Franco depositará más confianza en la fotografía que en cualquier otro medio - habría que tener en cuenta el uso que hizo de la prensa, de la radio como herencia de la guerra, del NO-DO y de la televisión que nació bajo la protección oficial del régimen-, sino que más bien todos estos medios tenían más que ver con la construcción de unos símbolos que circulaban vinculados más a procesos del culto a la personalidad que a una política consecuente de creación de imagen pública del Jefe de Estado⁷. En definitiva, la fotografía del Caudillo sigue conservando toda su fuerza e intención mientras que otras imágenes, sobre todo las televisivas, patinan en la memoria de los españoles, pues de ellas tan sólo mantenemos un recuerdo visual, por el momento, de algunas de las manifestaciones en la plaza de Oriente, de los discursos de fin de año o de la intervención de Arias Navarro llorando su muerte. Esto se debe, en parte, a que en el proceso de la construcción de la imagen del dictador, Franco se iba ajustando a las necesidades del momento, fueron cuarenta años de imágenes y en esa transformación tuvo que acoplar su identidad inicial a la de un abuelo menudo, con botas de pescador y apariencia de cazador, imágenes en las que ya se evidenciaba su declive físico.

Quizá este sea uno de sus éxitos, pues a pesar de los muchos rostros del dictador, la imagen que va a quedar en la memoria colectiva sea la del Caudillo con su uniforme de gala y sus condecoraciones militares. Pero a la vez resulta cuando menos llamativo, que Franco no hiciera un uso expreso de la manipulación para idealizar y construir escenas que no quería que pasaran a la posteridad conservando la originalidad. La fotografía difundida en España por la agencia EFE con motivo de la entrevista de Franco con Hitler en Hendaya resulta un ejemplo relevante. Ambos dictadores pasan revista a las tropas que aparecen en la imagen y Franco saluda con el brazo en alto, pero las figuras fueron tomadas de otra toma anterior y pegadas sobre el original de manera deficiente en cuanto al brillo y la perspectiva.



Foto 7

La curiosidad que encierra esta fotografía es que, si bien el trucaje inicial se hizo para subrayar el acto con posterioridad con algún fin específico, ni los propios archivos de EFE tienen recogida la modificación. Lo que resulta evidente es que Franco, tras la caída del fascismo europeo en la Segunda Guerra Mundial y como pudiera parecer lógico para todo poder preocupado por su imagen, no tuvo ni la más mínima intención de ocultar o destruir muchas de las imágenes en las que se le podía relacionar directamente con sus antiguos aliados de cara al nuevo contexto internacional, como excepcionalmente haría con el nuevo montaje de la película *Raza*.

Los servicios de propaganda del régimen franquista incidieron en la fabricación de una iconografía nacional antes que en la *deconstrucción* de su pasado. Se apelaba a los valores tradicionales para que sirvieran de estética y decorado de sus imágenes, que se concretaba en fotografías de las grandes manifestaciones de victoria y paz permanente, en actos públicos institucionales, militares o lúdicos y, al final de sus días, en las imágenes de un dictador afable rodeado de familiares y colaboradores leales.

Del franquismo se ha esperado con frecuencia, en las labores de investigación, encontrar ciertos rasgos identitarios que entroncaran directamente con los movimientos totalitarios y dictatoriales coetáneos pero, como bien apunta la ya muy extensa bibliográfica sobre el régimen, el franquismo fue particular hasta en su construcción y, por tanto también en su imagen. Sobre este punto quisiéramos resaltar que, ciertamente, aún no se ha realizado ningún trabajo en profundidad sobre los usos de la fotografía en el franquismo de manera específica, sobre todo si se compara con la dedicación que han recibido otras manifestaciones visuales como el NO-DO, el cine o la televisión⁸.

Pero esto también sucede esto para otros períodos de la historia reciente de España, en los que la imagen del poder se ha relacionado con los nombres y rostros de los personajes políticos y sociales más importantes en cada momento, más que con la utilización y las estrategias de manipulación de la fotografía por parte de esos poderes⁹. Si exceptuamos la guerra civil, cuyas imágenes se convirtieron en referencia para el mundo occidental y en el mejor garante de difusión propagandística para la causa de

ambos bandos, tales practicas se han puesto al servicio de campañas orientadas a dignificar y maquillar la imagen del poder. Ya se aprecian estas prácticas en las fotografías de Alfonso XIII a comienzos del siglo XX y llegan a las más recientes promociones que los políticos democráticos realizan durante los procesos electorales. Fruto de nuestra investigación queremos rescatar un ejemplo que, a día de hoy, puede parecer pueril, pero resulta a su vez, significativo porque revela el punto que centra la atención del poder en el control de su imagen.

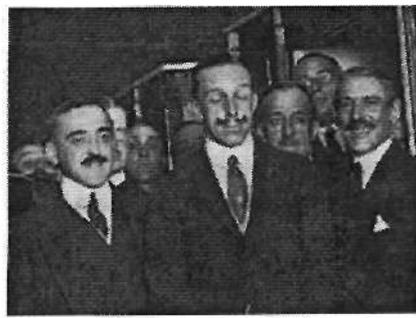


Foto 8 y 9

La escena corresponde a la inauguración por parte del rey Alfonso XIII de la primera línea del metro de Madrid, entre Sol y Cuatro Caminos, en 1919. El empeño del rey en que se corrigiera para la posteridad uno de los defectos más comunes del acto fotográfico -los ojos desmesuradamente abiertos por la luz del *flash*- obligó a manipular la fotografía para que pareciera que tenía cerrados los ojos en la celebración del acto. Nos imaginamos que este tipo de intervenciones fueron muy comunes, aunque no tengamos registro de ellas en más ejemplos¹⁰, lo que evidencia que la manipulación de la fotografía estaba a la orden del día aunque su uso no obedecía a una planificada campaña propagandística.

En la actualidad se ha normalizado para otro tipo de representaciones en las que la imagen pública es muy importante y hasta decisiva, por ejemplo, en las campañas electorales:



Foto 10

Una manipulación orquestada y regularizada por los gabinetes de prensa y publicidad de los partidos políticos que en España introdujo, de forma indirecta, Alfonso Guerra cuando era el responsable de la coordinación de la campaña electoral del PSOE en las primeras elecciones democráticas. En la

década de los años setenta se disponía ya de las más modernas estrategias en los medios de comunicación, desarrolladas casi todas ellas en Estados Unidos, y de esta forma se activó la publicidad del partido en la mayoría de las ocasiones. Así sucede con la imagen renovada del joven Felipe González, que se impuso en la sociedad española con unos planteamientos que incluso hicieron olvidar las tradicionales y comprometedoras reivindicaciones socialistas". A esa tendencia se habían ido sumando las distintas fuerzas políticas en los inicios de la democracia, por ejemplo la transformación experimentada por Adolfo Suárez, que tantos éxitos supuso. En la actualidad se puede poner el ejemplo aún no cerrado y hasta polémico del efecto ZP.

A partir de entonces el poder político e institucional en España contó con uno de los expositores más directos y presentes en la sociedad, los medios de comunicación, más concretamente con la prensa como soporte en el que diariamente se construía la imagen de los partidarios políticos y las escenas con las que sus e-lectores comulgaban. La fotografía de prensa, como instrumento de poder para el poder, las fotografías publicadas se convierten en un juego de reflejos donde unas imágenes remiten a otras y todas ellas son reflejo del periódico y del poder que se sustenta en él. Cada medio ha cuidado su imagen con resultados tan determinantes como el referéndum de la OTAN en 1986¹², la ascensión de José María Aznar hasta la presidencia del Gobierno, o la prudencia con la que tratan los diarios nacionales la imagen del Rey y su familia.

Pero en la construcción de una realidad que el poder ha querido fijar para la posteridad, con intención de memoria, los mejores resultados se han obtenido siempre en los Estados Unidos de Norteamérica. Desde la multiplicada imagen de Joe Rosenthal en Iwo Jima, en la que unos héroes norteamericanos levantan la victoria en forma de bandera, hasta la cuidada imagen y tratamiento que reciben los distintos presidentes. A decir verdad, son los maestros en el arte de la manipulación y la persuasión, hasta el punto que algunas de sus fotografías han sido cuestionadas pero nunca desmontadas, al no poder contrastarlas con el original o con la realidad de los hechos.

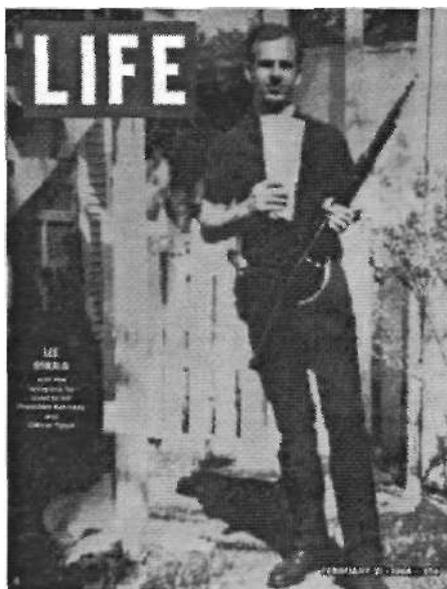


Foto 11

Todas han quedado en el terreno de la suposición y de la imaginación pero se han convertido en reflejo de la realidad en el momento de su presentación. No sólo ya con las fotografías realizadas con motivo del viaje a la Luna, que se ha convertido en un clásico de la rumorología sobre falsedades más

o menos comprobables, o con las controvertidas imágenes del Pentágono destruido en parte por el accidentado avión el 11 de septiembre, sino, sobre todo en este sentido, la portada de la revista LIFE con la que se involucra directamente a Harvey Lee Oswald en el asesinato del presidente Kennedy.

Nada se puede asegurar sobre esta fotografía, no se sabe si es trucaje o realidad aunque existan serias dudas sobre su autenticidad, al igual que sucede con la autoría del atentado. Pero su presentación en prensa fue tan válida para una sociedad norteamericana descreída que dos días más tarde Oswald será ajusticiado por un tal Jack Ruby. Aún hoy el asesinato del presidente más joven de los Estados Unidos alimenta la polémica, sobre todo acerca de la identidad de los instigadores y de la credibilidad de las imágenes que sirvieron para explicar el hecho.

Por tanto, a partir de estos años, es decir en el contexto de la guerra fría, la idea y la concepción que se tiene de la manipulación ya está bastante alejada de la que practicaban los regímenes dictatoriales, en un momento en el que los mecanismos de la propaganda son muy sutiles y casi inapreciables en primera instancia.

Este nuevo juego de intenciones nos lleva a reflexionar, a partir de estos ejemplos, sobre la línea que divide a la realidad de la ficción, de tal manera que se llega a poner en entredicho la función de la fotografía como documento para la historia. La relación de la fotografía con la verdad, su carga de realismo, si ya había sido motivo de polémica desde sus orígenes, ahora está cada vez más puesta en duda. Pero lo que incita al poder a seguir construyendo imágenes y manipular fotografías es la inevitable credibilidad que se le sigue otorgando debido a que las estrategias se renuevan o son reinventadas en cada acto, ante cada imagen, como ocurrió con la del cormorán bañado en petróleo durante la guerra del Golfo.

De vuelta a la creación de una imagen por parte del poder, ya no se parte de la nada para fabricar una figura que sirva para visualizar unos valores o una ideología concreta, sino que se busca sintetizar en una imagen una experiencia que el poder ya ha iniciado, para así simbolizar en un rostro los ideales que representa y defiende.

De la improvisación surgió la imagen del Che Guevara como describe su autor Alberto Korda, pero el retrato del hombre con la boina estrellada se convirtió en la fotografía más reproducida de la historia, uno de los más grandes iconos del siglo XX. El atractivo de esta imagen del Che se basa en que sirvió de inspiración a toda una generación que deseaba mirar el futuro con optimismo y encajaba perfectamente con el estado de ánimo del momento, una imagen que era más emotiva que ideológica.



Foto 12

Una fotografía que durante una década, en medio de las incertidumbres de los años sesenta, se enarbolaba para defender la causa inconformista y, más tarde, la rebeldía de los que un día fueron jóvenes, de ahí que fuera propagada en carteles, murales y camisetas en una versión más idealizada que la propuesta en el original.

Pero las generaciones actuales se enfrentan a una realidad muy distinta, el Che ya no parece tan adaptado a la estética, tan relevante, tan posible. De ahí la necesidad de la iconosfera de aportar ahora una imagen comprensible y utilizarla para una generación que sabe poco o nada acerca de la persona o la postura ideológica, porque lo que importa es el icono. De esta forma se le sitúa sobre una Harley Davidson, sobre una camiseta de un grupo de rock que se enfurece en contra de la máquina, o sobre prestigiosas marcas de bebidas, relojes y ropa. La imagen del Che hoy no es más que el reflejo de la sociedad actual, el Che no es un representante adecuado de sus deseos ni aspiraciones pero su icono ha permanecido a pesar de haberse olvidado su causa.

Precisamente contra esta mala utilización y desvirtuación de la imagen luchan los nuevos protagonistas sociales. El subcomandante Marcos, miembro del EZLN, ante la desinformación y sobreexposición que imponen los medios de comunicación sobre cualquier imagen, ha decidido cubrirse el rostro de una forma natural y guardar silencio. Un efecto que en apariencia podría provocar el rechazo y la desatención genera todo lo contrario, el mantenimiento de la expectación por parte de aquellos que se sienten ilusionados con la causa zapatista en Chiapas y, a su vez, motivan el desasosiego de los poderes instalados en la consideración oficial de la imagen.

Esta cuidada y pretendida estética intenta escapar de los tópicos y prejuicios de los que se cargan las imágenes actuales, sobre todo las que pertenecen a geografías y memorias alejadas de nuestra visión occidental y de las que no tenemos un conocimiento directo. En esas imágenes se mezclan indiscriminadamente la miseria, las guerras, los desastres naturales, los atentados terroristas, el fundamentalismo religioso, los enfrentamientos raciales... ahondando más en el desconocimiento de las realidades creadas por las imágenes. Justamente lo que se nos permite ver de ese mundo es lo que también nos impide verlo y guardamos en nuestra memoria imágenes de otras situaciones que en su día los medios decretaron como temas nucleares de información.

En el entorno de los medios de comunicación, se ha iniciado progresivamente una concentración del poder propia de los regímenes absolutistas, de los sistemas totalitarios o de las democracias presidencialistas. Por tanto ya no sólo se valen de los instrumentos clásicos del control de la información, como la persuasión, la propaganda, la censura, la manipulación o la publicidad, estos nuevos centros de poder se han reinventado a sí mismos potenciando el control de la desinformación. La estrategia es tan eficaz y clara que se escudan en el mito de la objetividad y la imparcialidad, pero esa máscara forma parte de la nueva función que el poder cumple en las sociedades democráticas.

Pero probablemente no pueda ser de otro modo, siempre se ha alimentado el control de la información. Los medios manipulan necesariamente la información para hacerla llegar a sus públicos, la seleccionan, la elaboran, la ilustran, dedican mayor o menor espacio según convenga, dan mayor o menor relevancia y acompañan valoraciones interpretativas. Un consumidor de medios de comunicación no lo aceptaría de otro modo y por eso decimos que probablemente no pueda ser de otra manera.

Este control de la desinformación se activa principalmente con el efecto de la sobreinformación visual a la que estamos expuestos, mucho más en los contextos en que se hace necesaria y vital como son las guerras. El poder ha aprendido a lo largo de sus experiencias bélicas que la coincidencia de la

guerra de masas y los medios de masas ha provocado que los gobiernos se tuvieran que plantear cómo intervenir para que la opinión pública siguiera desinformada a pesar de tener a su disposición medios de comunicación poderosos,. La lógica norteamericana que dice que la guerra debe ser tan transparente como la democracia, formulada durante la Segunda Guerra Mundial -la transparencia y la verdad contra la propaganda nazi-, se ilustra en los medios de masas que actúan supuestamente como *espejos* sin ningún tipo de filtro. Pero eso produjo el síndrome de Vietnam, con fotografías como la de la niña Kim, de ahí que haya debido cambiarse la dinámica coincidiendo con el poder global de los Estados Unidos.

La guerra de Vietnam se perdió militar y psicológicamente, la idea de la *transparencia* entró en crisis. La reformulación se expresa en la idea de que se puede perder la batalla en el frente, como había sucedido en Vietnam, pero no perder la guerra mediática y esto servía también para el resto de las democracias occidentales. Las imágenes tenían que ayudar a la victoria y a evitar la crítica al poder, por, tal vez paradójicamente, empezaron a sucederse las guerras sin imágenes: la de las Malvinas en 1982, y la respuesta de Inglaterra no fue otra que la de controlar los medios de comunicación, la guerra del Golfo en la que Estados Unidos introdujo cambios estructurales en la información de masas y se construyó la información no sólo en base a una serie de manipulaciones y falsedades por todos hoy conocidas y denunciadas, sino en el control de la producción y uso de las imágenes para conducir el conflicto y hacer que al ciudadano le fuera cada vez más difícil establecer la frontera entre la verdad y la mentira.

En estos años la instantaneidad fotográfica empieza a competir con la inmediatez de la televisión en la que se vuelcan todos los instrumentos de manipulación de las imágenes, y la fotografía no pierde su valor pero sí bastante presencia. La fascinación que siempre se ha tenido por las imágenes ahora se refuerza por la mitificación del tiempo real y el efecto del directo que ha incorporado la televisión, lo que restará fuerza a la fotografía. El candor, si alguna vez lo tuvieron, de esas imágenes del pasado manipuladas artesanalmente queda ahora en el olvido. Los informativos televisivos tienden a la espectacularidad del acontecimiento, una búsqueda incesante de lo insólito y lo inaudito, lo nunca visto como ocurrió con la destrucción de las Torres Gemelas. Aquel día del 11 de septiembre de 2001, sin embargo, las imágenes de televisión no tuvieron que esforzarse demasiado para conseguir el efecto de realidad espectacular, la puesta en escena de la Historia en directo, porque estábamos siendo testigos de un acontecimiento mediático sin precedentes.



Foto 13

La fotografía, sin embargo, también va a ayudar a construir la imagen en directo, pero atendiendo a sus peculiaridades y sin renunciar a su propia naturaleza. En este nuevo estatuto la manipulación ya no está sujeta a una construcción posterior o expuesta a la improvisación, sino que está preconcebida. Ahora se busca la imagen que nos permita concentrar y visualizar el acontecimiento a "imagen y semejanza" como el poder la ha diseñado previamente, fragmentando y reduciendo la realidad a un espacio creado, al mismo tiempo que fija en la memoria una imagen que, aunque sea un reflejo de la propia realidad se transforma en una realidad manipulada.

Al poder actual ya no le basta jugar con las reglas de la manipulación y propaganda tradicionales, sino que está tentado en recomponer la realidad para más tarde fotografiarla y convertir su imaginación en imagen mediante nuevas tecnologías, como la digital. Muchas veces se crean las condiciones escénicas necesarias para que la fotografía contenga la imagen que después van a proyectar los medios de comunicación y que la sociedad está dispuesta a consumir, con su desatención y su desmemoria. Se inventan pruebas, se difunden falsedades que no existen pero que la imagen convierte en verdad como resultado de la programación que elabora el poder, ya sea la fotografía de una sesión institucional, de un acto cotidiano o la imagen que se ha perseguido desde el inicio de la guerra contra Sadam Hussein.

La configuración externa de los atributos del poder, la apariencia de aquéllos que detentan ese poder más o menos absoluto y que les sitúa por encima del resto de los subditos, de los ciudadanos y de los mortales en general, es uno de los temas que han preocupado más intensamente a los líderes y a sus círculos allegados, sean éstos del signo y de la época que sean. Hay que aceptar que, tal vez hoy más que nunca, la imagen del poder es más fuerte que las palabras, los discursos o los símbolos y emblemas que pertenecen a una estética del poder lejana y hoy en día oscurecida por la imagen de los nuevos señores del poder, que se sustentan en sus particulares iconologías. En muchas ocasiones esa imagen exterior tiene más fuerza que su propia ideología, en un momento en el que el discurso se visualiza y la imagen se lee.

NOTAS

- ¹ DEBRAY, Régis, *Vida y muerte de la Imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, 1994, p. 293-299.
- ² LÓPEZ GUERRA, LUIS, *Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas*, Fundación Juan March y Editorial Ariel, Madrid, 1977.
- ³ DEBRIOSE, Olivier, "Por los grandes cementerios de los álbumes de familia. Rigor mortis", en la revista *La Cultura en México*, 25 de enero de 1984, que se puede consultar en <http://www.latinartcritic.com>
- ⁴ ROBÍN, Marie-Monique, *Las fotos del siglo. 100 instantes históricos*, Evergreen. Benedikt Taschen Verlag GMBH, Colonia, 1999.
- ⁵ Así hasta un total de 250.000 fotografías que habían permanecido ocultas en cajas metálicas y que durante más de 30 años David King ha tratado de recopilar y analizar, para posteriormente publicarlas en su libro *The commisar vanishes (El comisario desaparece)*, editado por Metropolitan Books, Londres, 1989.
- ⁶ La fotografía ha sido publicada y reproducida en multitud de publicaciones históricas o en colecciones fotográficas, en todo caso se puede contemplar y profundizar en la actividad de Hoffman como fotógrafo al servicio de la propaganda nazi en FREUND, Giselle, *La fotografía como fuente social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976, pp.112-115.
- ⁷ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, NO-DO. *El tiempo y la memoria*, Cátedra/Filmoteca Española, 2000.
- ⁸ Aparte del mencionado trabajo de Rafael R. Tranche y Vicente Sánchez Biosca, éste último ha coordinado dos números de la revista de la Filmoteca Nacional, bajo el título genérico, "Materiales para una iconografía de Francisco Franco (vols. I y II)", *Archivos de la Filmoteca*, núm. 42-43, Ediciones Paidós, Barcelona, octubre 2002-febrero 2003.
- ⁹ Como se puede apreciar en iniciativas como la celebrada en la exposición *La imagen del Poder. Retratos de políticos españoles desde 1898 hasta 1998*, organizada por la Fundación Arte y Tecnología, cuya aportación sirve para saber "quién es quién", un fórmula altamente ilustrativa pero escasamente guiada por el análisis y la investigación.
- ¹⁰ La fotografía retocada es la que posee la agencia EFE, también la original y se pueden consultar en la base de datos que hemos elaborado para este trabajo de investigación.
- ¹¹ El diseño del cambio obedece, en palabras de Alfonso Guerra, a un intento por subsanar *una serie de carencias inadmisibles en un Estado que se pretende moderno y desarrollado*, en *los umbrales del siglo XXI*, Alfonso Guerra, "El socialismo y la España vertebrada", en F. Tezanos, R. Cotarelo y A. de Blas (eds.), *La Transición democrática española*, Sistema, Madrid, 1989, p. 800.
- ¹² Un estudio pormenorizado y práctico realizado por Lorenzo Vilches viene a demostrar la utilización de la fotografía durante la campaña de referéndum de la OTAN, titulado *La imagen de la OTAN a través de la prensa española*, en VILCHES, Lorenzo, *Lectura de la imagen*, Paidós, Barcelona, 1983pp. 255-280.