

¡Digan whisky!

Los poderosos ante la cámara

JOHANNA PÉREZ DAZA

Se trata de un ensayo donde se analiza la fotografía y el poder, la fotografía y los políticos, las fotografías en los actos oficiales de importantes mandatarios de antes y de la actualidad. Una vez que la articulista nos ofrece un breve y sintético esbozo sobre la fotografía y su significado simbólico en la representación del poder, nos presenta, a manera de repaso, algunos casos con el fin de reflexionar sobre los imaginarios y las representaciones visuales que se construyen desde el poder y los poderosos.

¿Por qué sonríe? ¿Cómo se viste? ¿Quién va al lado de quién? ¿Qué tal el estrechón de manos? ¿Está molesto? ¿Fue un saludo frío, distante?

El gesto, la pose, la ubicación, la vestimenta, el uso de las manos... todo cuenta en la foto oficial, en los retratos grupales de mandatarios como si se tratara de la alfombra roja de los premios Óscar. Nada parece casual o improvisado, aunque la posibilidad del imprevisto esté latente. En cumbres, reuniones de alto nivel, encuentros y visitas presidenciales la fotografía es la invitada infaltable. En ocasiones, los retratos oficiales (frecuentemente en traje formal con la banda presidencial y demás accesorios característicos de su investidura) son colocados en oficinas y en entradas de entidades públicas como un vigilante recordatorio e incluso como medidor de simpatías.

A partir de los planteamientos del documentalista Errol Morris, el investigador social Lior Zylberman (2014) afirma que: "... primero creo, luego veo: creer es ver, y no al revés. Las fotogra-

No es posible un acto de fotografiar ingenuo o inconcebido. Una fotografía es una imagen de conceptos.

VILÉM FLUSSER, 1990

fías proveen evidencia, pero no son 'atajos' a la realidad, no formamos creencias en base a lo que vemos sino que volcamos nuestras creencias en las imágenes (pág. 30)." A través de la fotografía se extrae información vinculada a la comunicación corporal relacionándola con los acuerdos y desacuerdos del tablero político. Diversidad de cámaras, luces y lentes se hacen presentes para capturar un momento que, posteriormente, será revisado en cada detalle, suscitando interpretaciones, lecturas y relecturas que trascienden la imagen y, en algunos casos a la narrativa histórica de esta aldea visual hambrienta del registro y la masificación.

La fotografía perpetúa un hecho, incidiendo en su representación y en la memoria que encuentra en lo visual un testimonio verosímil y

DOSSIER

una prueba fidedigna. Aunque los recurrentes casos de manipulación, mentira, falsificación y propaganda despiertan sospechas en audiencias cada vez menos ingenuas, pues como argumenta Sontag (2003) “... la imagen fotográfica [...] no puede ser la mera transparencia de lo sucedido. Siempre es la imagen que alguien eligió: fotografiar es encuadrar y encuadrar es excluir” (pág. 23). Abundan momentos históricos que han sobrevivido al paso del tiempo gracias a su registro fotográfico. La imagen fija congela tiempo y espacio ofreciendo detalles que se escapan al movimiento y, como apunta Sontag, sus cualidades ofrecen mayor garantía de persistir en la memoria.

(...) cobra fuerza la idea de que la fotografía permite constatar un hecho, o al menos la representación del mismo, pero también fabricar, falsear y distorsionar “realidades”. Abundan ejemplos en los que la fotografía resulta una herramienta útil para dar a conocer aquello que se quiere mostrar y omitir lo que no favorece, para perpetuar ideas, exaltar personajes o... todo lo contrario.

La predominancia de lo visual concentra la atención del espectador que, gracias a la imagen, se convierte en testigo de un suceso que vive en diferido, en palabras de Flusser (1990): “Las imágenes son mediaciones entre el hombre y el mundo” (pág. 12), es decir la imagen establece puentes comunicantes y, a la vez, deja espacio para la imaginación, para continuar el relato desde el espectador y su aproximación a los contenidos a la luz de referentes propios, lo que, ciertamente, puede ser una tentadora trampa que hay que mirar con cautela, ya que como advierte Belting (c/p Korstanje, 2008) hay que distinguir entre la memoria y la imaginación colectiva.

En este sentido, no hay que desestimar el valor de las creencias y la cultura en las interpretaciones y en las relaciones entre imagen y realidad. La omnipresencia de la imagen –como consecuencia, entre otros aspectos, de la masificación y proliferación de la fotografía en la era digital– ha sido entendida y aprovechada por distintos

actores sociales, quienes la utilizan como medio de difusión de ideologías, propaganda y contra-propaganda. En este contexto, cobra fuerza la idea de que la fotografía permite constatar un hecho, o al menos la representación del mismo, pero también fabricar, falsear y distorsionar “realidades”. Abundan ejemplos en los que la fotografía resulta una herramienta útil para dar a conocer aquello que se quiere mostrar y omitir lo que no favorece, para perpetuar ideas, exaltar personajes o... todo lo contrario. El acto fotográfico encierra una concatenación de decisiones e intenciones que se funden en instantes que, a su vez, son la sumatoria de otros instantes que serán insumo informativo y contenedor de memoria.

Seguidamente repasaremos algunos casos en una sucinta selección con el fin de reflexionar sobre los imaginarios y las representaciones visuales que se construyen desde el poder y los poderosos.

Un importante caso que ha generado análisis es el del general José Antonio Páez, estudiado, entre otros, por Antonio Padrón Toro. Páez es considerado el presidente venezolano y latinoamericano más retratado, entre 1847 y 1873, por notables fotógrafos como lo fueron los norteamericanos Brady –el fotógrafo oficial de Abraham Lincoln– Fredricks, Hass, Coe, y el portu-



Retrato del general José Antonio Páez. Foto: Mathew B. Brady, Nueva York, 1854. Colección Biblioteca del Congreso, Washington.

gués Christiano Junior. La primera foto de Páez data de finales de los años 40 del siglo XIX, es decir, tan solo unos diez años, aproximadamente, desde la invención del daguerrotipo (1839). Se estima que se hicieron unos catorce retratos del general Páez, entre los que destaca el del ya mencionado fotógrafo Mathew B. Brady. En la fotografía, Páez luce su uniforme de general en jefe y sostiene la espada que le regaló el rey Guillermo IV de Inglaterra. Este es uno de los catorce retratos fotográficos que se conocen del que fuera héroe de la independencia y presidente de Venezuela¹.

La imagen de Winston Churchill durante la Segunda Guerra Mundial ha sido otro caso de estudio. El reto de las circunstancias y las demandas del momento era mostrar a un hombre fuerte, sabio, determinado a vencer, con experiencia, temple y coraje, distante de la imagen de un anciano frágil, más cercano a la idea de un abuelito con pocos años de vida por delante que de un líder dispuesto a enfrentar a Hitler y derrotar el nazismo.

Se requería, además, una imagen que unificara y transmitiera confianza. Con el gesto de los dedos en “V” el político y el fotógrafo dan en el clavo. En el artículo actualizado en 2022 y publicado en *National Geographic*², la especialista



Foto: Yousuf Karsh. National Portrait Gallery, 1941

La imagen de Winston Churchill durante la Segunda Guerra Mundial ha sido otro caso de estudio. El reto de las circunstancias y las demandas del momento era mostrar a un hombre fuerte, sabio, determinado a vencer, con experiencia, temple y coraje, distante de la imagen de un anciano frágil...



Fuente: Getty Images

DOSSIER

en historia contemporánea Guiomar Huguet Pané, comenta:

¿V de “que te den”?

A pesar de que no está claro el origen histórico del gesto, sí parece bastante evidente que el símbolo de la “V de victoria” (con el dedo índice y el corazón levantados) se empezó a popularizar durante la primera mitad del siglo XX. Winston Churchill, conocedor de la importancia de los gestos e imágenes más allá de las acciones, empezó a usarlo en sus apariciones en público con la intención de transmitir confianza en la victoria inglesa. Pero hasta que alguien le corrigió, el Primer Ministro lo hacía con la palma hacia dentro, es decir, mostrando el dorso de la mano. Un gesto que en algunos países de influencia inglesa, así como en la propia Inglaterra, es equivalente a “que te den”.

En otro contexto, tenemos la foto del encuentro de Francisco “Pancho” Villa, Emiliano Zapata con otros revolucionarios en el Palacio Nacional, el 6 de diciembre de 1914. Es una imagen posada que muestra la llegada victoriosa de los revolucionarios a la capital. Villa ocupa la silla que había sido emblema del poder de Porfirio Díaz. Los detalles de esta imagen han sido ampliamente examinados por su carga simbólica, en la que todo parece estar en su justo lugar, sin llegar a ser fría o excesivamente calculada. El mensaje explícito y valor histórico de esta fotografía la han convertido en ícono de la revolución mexicana.



“Villa y Zapata en la silla presidencial”. Foto: Agustín Víctor Casasola, 1917

La imagen está tan profusamente llena de detalles, de matices que es un auténtico friso de la Revolución. Formalmente, su estructura piramidal, ordenada por hileras en profundidad, enmarcada por las piernas de los personajes y el sombrero de Villa en el primer plano y cerrada (por la derecha) por el enorme cuerpo y rostro de Rodolfo Fierro, nos invita a recorrer la escena con detenimiento.

En primer lugar, tenemos a los líderes. El mestizo Villa, expansivo, extrovertido, siempre dicharachero, es el único personaje que mira hacia su derecha, como comentando algún detalle con sorna. Por su parte, el indio Zapata, introvertido, sobrio, al acecho, con un puro en la mano, mira a algún punto a la izquierda de la cámara, como si hubiera entrado alguien de improviso o alguien les estuviera dando indicaciones.

La mezcla racial es total: hay indios de piel casi negra (efecto reforzado por la cualidad tonal de la fotografía), mestizos, y ‘güeros’ (de piel blanca). Hay niños y ancianos. Hay rostros prácticamente aristocráticos, como dos de los caballeros de bigote a la derecha; otros parecen contables, como alguno con corbata en el fondo; otros parecen campesinos curtidos. Hay figuras que podrían ser ‘gringos’, como el soldado con gafas y mirada estrábica a la izquierda, o ingleses³. (Marzo, 2014)

Analizar los planos, los presentes y ausentes, los símbolos y referentes, los códigos visuales y estéticos desde la semiótica, la comunicación y la historia posibilitan el cruce de información.

Los líderes mundiales (políticos, deportistas, religiosos...) encuentran en la fotografía una aliada de sus campañas, a través de la cual muestran una imagen carismática, cercana, entusiasta y enérgica con la que buscan ganar la simpatía de las masas. Lo saben ellos, lo saben las marcas y los estrategas de propaganda que buscan posicionar una idea, promocionar y vender un producto o servicio. En su libro *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Peter Burke (2001) se detiene en el tema “Poder y protesta: imágenes de individuos”, y examina el tratamiento visual que los gobernantes han recibido para introducir y fijar diferentes conceptos y cua-

De izquierda a derecha: Benito Mussolini, Hugo Chávez, Vladimir Putin.



lidades entre los ciudadanos. Señala que: “Una solución más habitual del problema que comporta concretizar lo abstracto consiste en mostrar al individuo como encarnación de ideas o valores (pág. 38)”. El autor recorre los atributos que se han endosado a los líderes políticos, los cuales han sido representados como “héroes o personaje sobrehumano”, utilizando metáforas como la del “caballo y el jinete”. En época de democracia se subraya “la virilidad, la juventud y la condición atlética del líder”. Sin desestimar aquellas que muestran el contacto y cercanía con las personas, especialmente las más vulnerables.

Es válido preguntarnos dónde reside el poder de la foto, si en el sujeto fotografiado o en la simbología y las interpretaciones que genera. Si en los usos e intenciones con los que fueron concebidas las imágenes o en su recorrido posterior. Ciertamente, los poderosos validan su estatus ante la cámara, pero en ocasiones este poder puede amplificarse mediante los modos de circulación y las lecturas asociadas. Es el caso, por ejemplo, de la emblemática foto del Che Guevara capturada por Alberto Korda⁴, la cual no se difundió al momento de su captura, sino ocho años después, convirtiéndose en una de las imágenes más reproducidas de la historia llegando a ser, incluso y paradójicamente, un ícono pop estampado en franelas, carteles, llaveros y suvenires. La imagen mundialmente conocida como el *Guerrillero heroico* forma parte de la lista de las cien fotos más influyentes de todos los tiempos, elaborada por la revista *Time*.

Korda también fue el fotógrafo de la imagen de Fidel Castro junto a la estatua de Lincoln realizada un año antes que la del Che, titulada *David y Goliat* en referencia al pasaje bíblico que representa la victoria del pequeño ante el gigante. Otra forma de insinuar, ver y mostrar el poder.

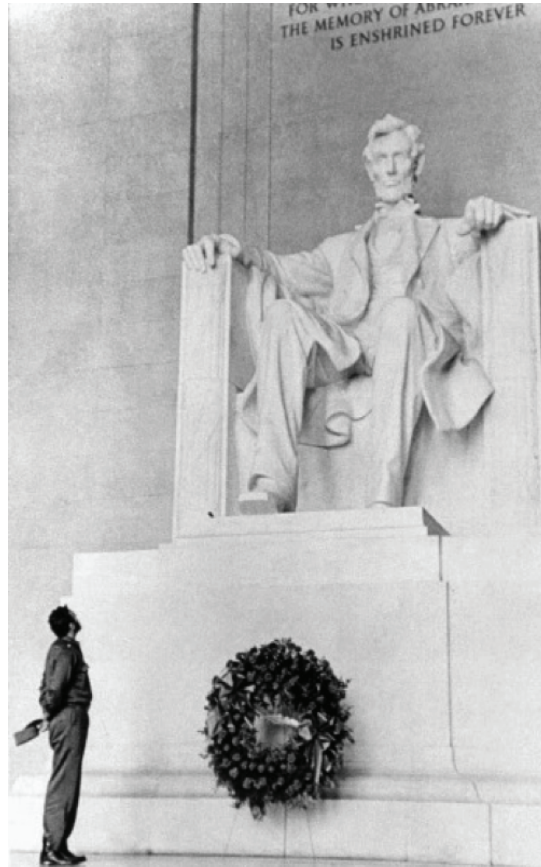


Foto: Alberto Korda, 1959



Foto: Alberto Korda, 1960

DOSSIER



Fotos: Heinrich Hoffmann

El caso de Adolf Hitler da, por sí solo, para todo un análisis de la utilización deliberada de la imagen para influir en las masas y construir la representación visual de uno de los líderes más influyentes. No es casual que se fotografiara, como tantos otros políticos, besando niños, visitando enfermos, levantando el ánimo de las tropas, estrechando la mano de los trabajadores, jugando con su mascota o acariciando animales indefensos. Como otros, también tuvo sus fotógrafos oficiales, personas de su confianza, altamente calificados y con el ojo alineado a los intereses del poderoso. Aunque hay mucho que decir sobre Hitler y el retrato político, nos centraremos en aspectos específicos relacionados con dos fotógrafos: Leni Riefenstahl y Heinrich Hoffmann.

Riefenstahl fue una cineasta y fotógrafa oficial del nazismo alemán y una de sus mayores propagandistas. Dirigió grandes obras cinematográficas. Aunque lo intentó, nunca pudo desvincularse de la sombra del nazismo en su vida, aun cuando siempre alegó que su trabajo se concentraba en las imágenes y no en política. Estuvo a cargo de importantes proyectos, a pesar de ser inusual dejar estas responsabilidades en manos de una mujer. Hitler puso a su disposición recursos e infraestructura para hacer magnánimas



producciones que coadyuvaron a posicionar su imagen como un hombre de poder. Ha sido considerada una creadora con un “inconmensurable talento artístico puesto al servicio de lo peor que ha dado la humanidad⁵”

Hoffmann, por su parte, fue amigo y fotógrafo personal de Hitler. Realizó una serie en la que este practica los gestos y poses de sus discursos, buscando la forma más efectiva de llegar al público. El resultado es un conjunto de imágenes similares a un ensayo teatral, con gestos enfáticos y posturas exageradas que acentúan la expresividad y hasta rozan el ridículo, por lo que Hitler mandó a destruirlas. Orden que fue contravenida por el fotógrafo, quien las guardó y en 1955 las publicó en su libro de memorias *Hitler was my friend* (Hitler era mi amigo): “Adolf Hitler parece un bufón en algunas de las fotos, pero esto demuestra que él estaba experimentando con su imagen. Es decir, Hitler fue un político muy moderno para su época⁶”, escribió Heinrich Hoffmann en el prefacio de su libro. En todo caso, queda demostrado cómo Hitler era consciente del poder de la imagen y cuidaba la suya estudiando la manera de potenciar su discurso a través de la comunicación corporal y su registro visual. Es, en síntesis, la construcción del discurso político desde la imagen.



El presidente Nicolás Maduro junto a su esposa Cilia Flores, de blanco a la izquierda, y el ministro de Defensa, Vladimir Padrino López, en Maracay. Foto: Reuters, 2017



El general Vladimir Padrino López, junto a Nicolás Maduro en Fuerte Tiuna, Caracas. Foto: AFP, 2019



Foto publicada en la cuenta de X @NicolasMaduro, 2021



Imagen publicada en el sitio oficial y en redes del PSUV acompañada del título “Ministro Padrino López: Unión cívico-militar cada día más vigente”. Foto: @PrensaFANB, 2022

Desde el ámbito castrense la fotografía permite poner a la vista autoridad y supremacía. De ahí que el uniforme y las insignias se ponen y se quitan de acuerdo a las circunstancias, e incluso los líderes que no han desarrollado carrera militar imitan sus colores y estilos (parece pero no es). La cámara de nuevo se hace presente para capturar y divulgar. Para explicarlo bastan las fotos que presentamos del presidente Nicolás Maduro.

Pasando al contexto internacional, recientemente y en el marco de la guerra con Rusia, el caso del presidente ucraniano Volodímir Zelenski ha sido ampliamente analizado en este sentido.

Después de los ataques rusos que marcaron el comienzo de la guerra, Volodímir Zelenski dejó al traje y la corbata y pasó a hacer sus apariciones públicas con ropas militares fabricadas en Ucrania. Las prendas llevadas por el presidente ucranio, como su famosa sudadera verde oliva, han ganado popularidad en todo el mundo a lo largo del último año. La experta en moda y decana de la ISEM Fashion Business School (Universidad de Navarra), Teresa Sádaba, asegura que la revitalización de esta moda se debe a la identi-



Foto publicada por *El Impulso*, 2023



Volodímir Zelenski, Foto: Sergey Dolzhenko/EFE, 2022

ficación ideológica y visual que las ropas del mandatario generan. ‘Hay dos mensajes clarísimos. Uno es contraponer a la figura distante y fría del presidente ruso, Vladímir Putin, con su

DOSSIER

traje y su corbata. Y un segundo es un mensaje de cercanía con la gente de Ucrania. La sudadera es una prenda de calle y esto representa que él está junto a los ciudadanos combatiendo la invasión’, analiza Sádaba.⁷

Grupos insurgentes y organizaciones terroristas también se presentan ante la comunidad mundial a través de una imagen que les da la posibilidad de exhibirse tal cual desean ser conocidos ¡y temidos! Cada uno desde su campo de acción se vale de la fotografía para transmitir un mensaje que al hacerse visual tiene la potencialidad de fijarse y almacenarse en tanto que, en la sociedad actual, se afianza la tendencia a visualizar todo, a presentar imágenes de todo, tal y como afirma Mirzoeff (2003): “... la cultura visual no depende de las imágenes en sí mismas, sino de la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia (pág. 23)”. Y más adelante añade:

Otro ejemplo de este estilo serían las fotografías de las visitas a fábricas, en las que el jefe del estado habla con los obreros humildes y les estrecha la mano, o las imágenes de ‘paseos’ en las que los políticos besan a niños, o los cuadros que muestran la accesibilidad del gobernante. (pág. 46)

Los líderes mundiales, actores por excelencia del poder, asumen este nuevo escenario donde las comunicaciones y la fotografía resultan estratégicas, especialmente cuando hablemos de *marketing* político o de diplomacia no tradicio-



El presidente de Ucrania, Volodimir Zelenski, durante su intervención en el Consejo de Seguridad de la ONU este miércoles. Foto: Spencer Platt / Getty Images /AFP, 2023



El presidente de Ucrania, Volodimir Zelenski, habla durante la Asamblea General de la ONU, en Nueva York. Foto: Justin Lane / EFE, 2023

nal. El caso del expresidente estadounidense Barack Obama es emblemático en este sentido. El mandatario contó con el fotógrafo Pete Souza para crear y difundir imágenes que mostrasen un hombre familiar, alegre, caballeroso, jovial, capaz de tener el control de los asuntos de Estado y la vida cotidiana. El fotógrafo registró diversas facetas de la vida de Obama, equilibrando las difíciles tareas que le tocó enfrentar con actividades habituales y comunes como las que ejecuta cualquier persona (abrazar a un ser querido, jugar, hacer muecas, correr junto a su mascota). Una forma de crear simpatía y proximidad con la imagen como mediadora y un inusual tratamiento de la figura presidencial. Desde las cuentas en redes sociales del expresidente e incluso desde las de la Casa Blanca estas fotos se difundieron, logrando más proximidad con los usuarios en una suerte de política virtual donde el carisma y la popularidad encuentran otras rutas. Décadas antes, John F. Kennedy había sido fotografiado en su cotidianidad, más allá de las tareas y obligaciones de su investidura como jefe de Estado, en una atmósfera similar. Obvia-



Algunas de las fotografías del expresidente Obama realizadas por Pete Souza.



Foto de: Roberto Schmidt/AFP/Getty Images, 2013

mente, eran otros tiempos y ritmos de difusión y procesamiento de las imágenes.

El caso de Obama da mucha más tela que cortar. Ampliamente criticado fue su *selfie* con los primeros ministros de Dinamarca (Helle Thorning-Schmidt) y Gran Bretaña (David Cameron) en el funeral de Nelson Mandela, y el retrato que capturó el sobrio gesto de su esposa Michelle. La foto, como era de esperarse, se hizo viral y generó múltiples comentarios y lecturas en torno al irrespeto, el coqueteo, los celos y el llamado de atención al punto de armarse foto secuencias para contar (e imaginar) una historia.

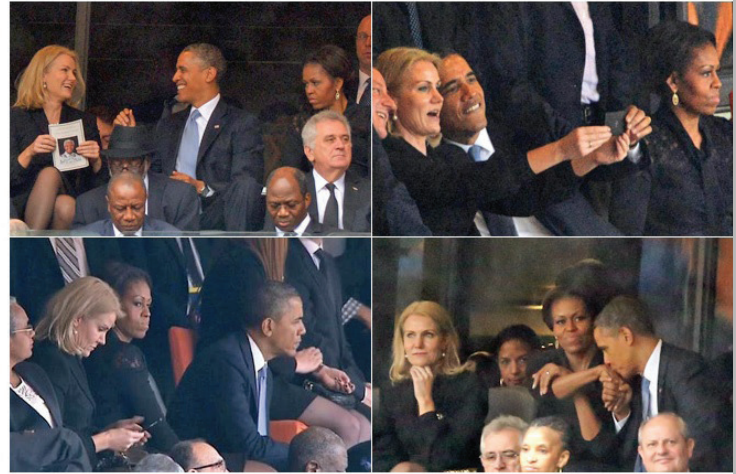
Las cámaras están en todas partes y en cada momento. Ignorarlo es absurdo. Tal vez por eso, muchos líderes han incorporado la frescura del *selfie* a la solemnidad de la foto oficial, y en los últimos años hemos visto a muchas figuras públicas asumir esta tendencia como una forma de acercamiento a la gente que, en cualquier caso, también será capturada por un tercer ojo ubicuo y vigilante. El papa Francisco es uno de los líderes que más ha utilizado este recurso como parte de su imagen desde un enfoque que busca proximidad y sintonía con los jóvenes y asociar su figura a conceptos frecuentemente demandados a la Iglesia católica (renovación, empatía, apertura, flexibilidad...).

Previamente, el caso del papa Juan Pablo II también tuvo importantes connotaciones en lo concerniente a la construcción de su imagen como papa peregrino, alternando la idea del viajero y curioso de las culturas, con la del pastor y amigo que guía firme y sosegadamente, trabajando por la paz, de manera tal que más allá de una persona vemos conceptos e ideas.

Volviendo a Obama y al poder, también son emblemáticas las fotos de sus históricas visitas a Cuba e Hiroshima. En cada una de ellas, se si-

INTERNACIONAL La anécdota del funeral de Nelson Mandela

El mosqueo de Michelle Obama



Selfie del Papa Francisco con un grupo de jóvenes en la basílica de San Pedro, 2013



Barack Obama y Raúl Castro al cierre de una rueda de prensa conjunta en el Palacio de la Revolución. AP / Ramón Espinosa, 2016

DOSSIER

guió y observó con atención cada detalle, todo lo que la cámara captó fue motivo de análisis e interpretaciones, de escudriñar las capas de información y de poner la lupa en lo obvio, en lo que está a simple vista y no necesita mayor explicación, así como de mensajes insinuados o percibidos solo por las miradas más acuciosas. Es el caso de la foto junto al entonces presidente cubano, Raúl Castro, quien intenta levantarle la mano como gesto de triunfo y victoria, encuentro y hermandad que, no obstante, pudo entenderse también como una especie de juego de vencidas que no contó con la total anuencia del mandatario estadounidense, quien optó por saludar a los asistentes. Frente a ellos, la cámara y el disparo certero.

Los líderes mundiales, actores por excelencia del poder, asumen este nuevo escenario donde las comunicaciones y la fotografía resultan estratégicas, especialmente cuando hablemos de marketing político o de diplomacia no tradicional.

En ejemplos como estos, la proxemia permite analizar la distancia o proximidad entre los personajes, los contextos y relaciones espaciales entre individuos que son posibles estudiar, en muchos casos, desde la imagen.

Profundizando en el caso de Obama, encontramos una foto durante un mitin de su campaña en la que, sin duda, no hay puntada sin dedal. Firme ante la lluvia, no se doblega ni muestra fragilidad, se ve a un hombre que enfrenta con temple las adversidades, que no le teme a la tormenta. La atmósfera densa y oscura, no lo sacude. Es un hombre fuerte que no teme a los desafíos. Junto a esta heroica interpretación, la



Foto: AP, 2008

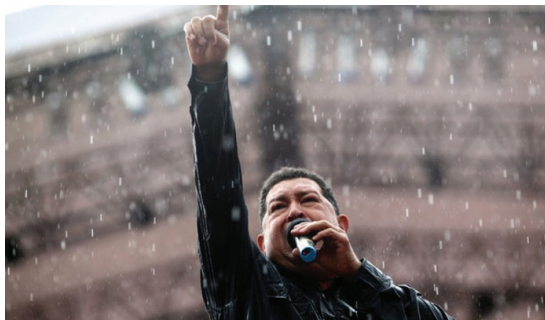


Foto: Agencias, 2012

paradoja inminente. Cuatro años después, un retrato de similares características y connotaciones. Cambian el sujeto y el entorno. ¿Permanecen las intenciones? Ahora es Hugo Chávez en el cierre de campaña de las elecciones presidenciales de 2012. Si observamos ambas imágenes encontramos grandes semejanzas, a tal punto que resulta redundante la comparación. Son dos tomas muy parecidas que nos llevan a pensar en esas “coincidencias fotográficas” que ocurren con más frecuencia de lo que nuestros ojos sobrestimulados y distraídos son capaces de mirar y nuestra abarrotada memoria es capaz de procesar y retener.

Así mismo, encontramos la imitación-reiteración de la imagen que copia a la copia siguiendo un patrón: “ese hombre sí camina”. Carlos An-





Foto del perfil @MariaCorinaYA, 2024

Foto: Federico Parra/AFP via Getty Images, 2023



El 18 de enero de 2024, María Corina Machado publicó en su cuenta de X esta foto con la etiqueta #NuevaFotoDePerfil, la cual, en menos de cuatro días, alcanzó 8 millones de reproducciones. Nuevamente el blanco y el tricolor nacional que aunque no llega como banda presidencial sí logra colarse y relacionarse en el imaginario social.

drés Pérez, Henrique Capriles y Henri Falcón, en su rol de candidatos presidenciales fueron fotografiados en similares composiciones de las que se desprende que son líderes activos, dispuestos a recorrer el país y sortear vicisitudes de manera enérgica y precisa, que no temen ensuciarse en la faena y que buscan las formas de llegar a la gente.

Si de campañas electorales y manejo de la imagen de los candidatos se trata hay una extensa lista de ejemplos en los cuales la fotografía y la imagen en general ha tenido una influencia central en su presentación, representación, posicionamiento y en sus sucesivos efectos dicotómicos: aceptación/rechazo, carisma/apatía, aciertos/errores. El caso específico de las mujeres en la política requiere algunas consideraciones adicionales, no por crear diferenciaciones y exclusiones, sino porque ellas de manera especial son escudriñadas visualmente: qué tanto o poco se maquillan, cómo van vestidas, qué peinado usan, predominancia de colores, uso de accesorios... ¿engordó?

Eva Perón, Margaret Thatcher, la reina Isabel II, Golda Meir, Diana de Gales, Angela Merkel, Irene Sáez, Michelle Bachelet, Hilary Clinton, Ingrid Betancourt, Piedad Córdoba, Michelle

Obama, Cristina Fernández de Kirchner, María Corina Machado, son algunas de las mujeres que desde sus posiciones y aspiraciones de poder han sido examinadas desde la fotografía y el uso que hacen de esta como vía para influir en la opinión pública, así como del implacable escrutinio a partir de todas las imágenes que se esparcen y difunden profusamente, más allá de su control.

Sobre María Corina Machado vale resaltar la vestimenta que llevó en el debate de precandidatos de la oposición (2023) en la que mostró sobriedad pero, sobre todo, contraste a dos tonos como una forma de resaltar el mensaje de los modelos políticos enfrentados, así como la lucha entre el bien y el mal, la luz y la oscuridad. La particularidad de esta ropa hace pensar en su intencionalidad, ya que destacó entre su habitual y reiterado uso de los colores blanco y azul claro que muestran a una mujer elegante y fresca a la vez.

El 18 de enero de 2024, María Corina Machado publicó en su cuenta de X una foto con la etiqueta #NuevaFotoDePerfil, la cual, en menos de cuatro días, alcanzó 8 millones de reproducciones. Nuevamente el blanco y el tricolor nacional que aunque no llega como banda presidencial sí logra colarse y relacionarse en el imaginario social.

DOSSIER

CONSIDERACIONES FINALES

Así como en la cotidianidad familiar, el nacimiento de un hijo, una boda o un cumpleaños resultan eventos donde la fotografía es infaltable; los acontecimientos de mayor relevancia nacional e internacional pasan indefectiblemente frente a la cámara fotográfica con la intención de mostrar y exhibir, de darle carácter visual a una idea, de hacer visible un hecho y extender su alcance. Con el tiempo, las técnicas y tecnologías han transitado grandes avances, y las herramientas propias de las narrativas visuales y del discurso político han echado mano de los recursos disponibles para construir la imagen de un líder de acuerdo a determinadas búsquedas y circunstancias.

Los líderes mundiales, actores por excelencia del poder, asumen este nuevo escenario donde las comunicaciones y la fotografía resultan estratégicas, especialmente cuando hablemos de *marketing* político o de diplomacia no tradicional.

Deportistas, cantantes, artistas, influenciadores, líderes religiosos y, por supuesto, los políticos construyen y ensayan la imagen que mostrarán ante la cámara. A la luz de los ejemplos revisados, es innegable la fuerza del retrato de los políticos en la construcción del imaginario social y las dinámicas atinentes a la opinión pública. Esto conlleva tanto riesgos como oportunidades. La desinformación, las prácticas de *deepfakes*, las confusiones en el uso de la inteligencia artificial encabezan los peligros más frecuentes. De fondo, la pugna de las agendas y los intereses de los distintos actores de complejos y cambiantes escenarios en los que la imagen sigue teniendo una presencia abarcadora y abrumadora.

Todo esto abre otras discusiones sobre el poder después del poder, las relecturas en el tiempo, el contrapoder y los usos de la imagen luego de su concepción inicial. Pensemos, por ejemplo, en todo el material de campaña electoral que queda como desecho o es ensuciado y manchado

adrede, como una foto vudú contra la que se arremete para dañar al sujeto retratado.

Cada vez es más difícil esquivar o evadir la omnipresencia del aparato fotográfico, por lo que cuidar la imagen y moldearla a sus intenciones es la alternativa más frecuente entre las personas que ejercen algún tipo de poder. Más que rendirse o resignarse, los líderes han entendido que, como ellos, la imagen también ejerce el poder. De ahí que la usen de distintos modos, ya sea asentándose en modos tradicionales o sorprendiendo y rompiendo esquemas. Sobre este último aspecto, quizás la foto policial de Donald Trump abra estas discusiones al convertirse en el primer expresidente de Estados Unidos (y eventual candidato a la presidencia) con una fotografía de este tipo debido a la investigación por distintas acusaciones en su contra.

En un análisis de France 24 sobre la foto policial de Trump se plantea la interrogante: ¿lo que no le mata, lo hace políticamente más fuerte?⁸ Y se explica que:

[...] el ex presidente estadounidense Donald Trump y sus partidarios se apresuraron a difundir la foto policial ('mug shot' en inglés) que le hicieron el jueves 24 de agosto. Esta foto habría sido una sentencia de muerte política para cualquier otra personalidad, pero Donald Trump es un animal político tan transgresor como único. Y lo vuelve a demostrar.



Foto: Oficina del Sheriff del condado de Fulton, 2023

Más adelante se lee:

Sin un atisbo de sonrisa en los labios, con las cejas fruncidas y la mirada a medio camino entre la cólera y el desafío, esta foto del 45° presidente de Estados Unidos ‘pasará sin duda a los libros de historia’, según todos los expertos en política estadounidense entrevistados por France 24.

Estratégicamente utilizada, esta foto se ha interpretado como un nuevo trampolín de una figura pública familiarizada con la polémica y el escándalo. En esta oportunidad, la foto no solo fue compartida por él mismo en sus redes sociales, sino que su equipo de campaña empezó a vender camisetas con la foto y se dice que preparan otros objetos de recuerdo, según el *New York Times*, esto con la intención de recaudar fondos para su campaña.

En sus inicios y antes de su masificación, la fotografía era un bien escaso, reservado para los más pudientes y poderosos. En la actualidad, su masificación exige usos creativos y estratégicos que puedan sostenerse en las movilizaciones arenas políticas. Y así como Trump mira desafiante y reutiliza esta foto (cambiando sus funciones, transitando de lo policial a lo propagandístico, de la acusación a la determinación) tocará a los poderosos y sus equipos comunicacionales pensar otros modos de ser y estar ante la cámara, ponderando el alcance del retrato político en la construcción del imaginario y la opinión pública.

JOHANNA PÉREZ DAZA

Periodista y docente universitaria. Doctora en Ciencias Sociales. Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC UCAB) donde coordina la línea “Comunicación y Cultura Visual”. Directora de la revista *Temas de Comunicación* y miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Referencias

- BURKE, Peter (2001): *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Editorial Crítica.
- FLUSSER, Vilém (1990): *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Editorial Trillas.
- KORSTANJE, Maximiliano (2008): “La antropología de la imagen en Hans Belting”. En: *Revista Digital Universitaria*, Volumen 9, N° 7 <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num7/art50/art50.pdf> (Consultado el 15 de junio de 2015).
- MARZO, Jorge Luis ((2014): “Historia de una foto. Encuentro de Villa y Zapata en Ciudad de México”. <https://soymenos.wordpress.com/2014/01/06/historia-de-una-foto-encuentro-de-villa-y-zapata-en-ciudad-de-mexico/> (Consultado el 13 de enero de 2017).
- McLUHAN, Mashall (1977): *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México: Editorial Diana.
- PRADA, Wilson (2016): “El fotógrafo como generador de una estética del poder”. En: *La diversidad de la mirada*, 10-25. Venezuela: Ediciones Prada Escuela de Fotografía.
- SONTAG, Susan (1992): *Sobre la fotografía*. Barcelona: Ed. Edhasa.
- _____ (2003): *Ante el dolor de los demás*. Madrid: Santillana Ediciones Generales. S.L.
- ZYLBERMAN, Lior (2014): “Errol Morris y los misterios de la fotografía”. Ediciones UNL <https://doi.org/10.14409/culturas.v18i6.4323> (Consultado el 30 de mayo de 2015).

Notas

- 1 Fuente: revista *El desafío de la historia*, 2011.
- 2 https://historia.nationalgeographic.com.es/a/8-curiosidades-sobre-winston-churchill_13561
- 3 En: *Historia de una foto* (encuentro de Villa y Zapata en Ciudad de México). Jorge Luis Marzo <https://soymenos.wordpress.com/2014/01/06/historia-de-una-foto-encuentro-de-villa-y-zapata-en-ciudad-de-mexico/> (Consultado el 13 de enero de 2017).
- 4 La historia detrás de la foto más famosa del siglo XX: el Che Guevara por Alberto Korda <https://www.infobae.com/historias/2020/03/05/la-historia-detras-de-la-foto-mas-famosa-del-siglo-xx-el-che-guevara-por-alberto-korda/>
- 5 *La musa del nazismo* <https://www.dw.com/es/la-musa-del-nazismo/a-967750>.
- 6 Se publican las imágenes de Hitler que el ‘führer’ mandó eliminar <https://actualidad.rt.com/sociedad/view/100213-hitler-fotografias-hoffmann>.
- 7 Video El uniforme de Zelenski también es un arma de guerra | *EL PAÍS*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=VrxLl8KiV58>.
- 8 <https://www.france24.com/es/ee-uu-y-canad%C3%A1/20230826-la-foto-policial-de-trump-lo-que-no-le-mata-lo-hace-pol%C3%ADticamente-m%C3%A1s-fuerte>.

DOSSIER



Galería de Papel. (In) Visibilis. Octavio Russo. (2024).