

Ana I. Barragán Romero. *Propaganda fotográfica. La imagen al servicio del poder*. Sevilla, Advook, 2017.

La obra de Ana I. Barragán Romero presenta el universo de la imagen fotográfica desde una perspectiva poco frecuente pero absolutamente necesaria. *Propaganda fotográfica. La imagen al servicio del poder* es un libro que, en su brevedad (185 páginas) concentra de manera detallada, ordenada y reveladora una serie de ideas fundamentales que la lectora o lector, tras cerrar su contraportada, siempre tendrá presentes a la hora de enfrentarse a una fotografía de la que intuya fines de poder.

La piedra angular del libro es la propia noción de propaganda fotográfica, noción que da forma y sentido a la historia y al análisis de la imagen al servicio de poder. Contrariamente a lo que comúnmente se asocia, y como la autora recuerda a lo largo de sus páginas, la propaganda fotográfica no puede limitarse a la categorización de imágenes manipuladas que respondan a fines políticos, sino que, como fenómeno comunicativo, debe ubicarse en un plano más abstracto del conocimiento.

Así pues, la obra parte de un primer bloque conceptual en el que se realiza una aproximación teórica a la propaganda. Barragán Romero abre dicho bloque con un capítulo dedicado a la construcción de un recorrido cronológico por las teorías de la propaganda: desde precedentes históricos como Quinto Tulio Cicerón, Nicolás Maquiavelo o Vladimir Lenin, pasando por teóricos de la edad dorada de la propaganda como Walter Lippmann, Harold D. Lasswell o Edward Bernays, la autora llega a la escuela española, donde señala la definición del fenómeno dada por el profesor Antonio Pineda, definición que servirá de base en la suya propia. Los diversos elementos comunicativos que componen la propaganda según Pineda se sostienen sobre dos pilares básicos: el poder y la ideología. En este sentido, la propaganda es una comunicación de naturaleza ideológica y que sirve intencionadamente a fines de poder; y del mismo modo lo será la propaganda fotográfica.

Habiendo delimitado el término, el segundo capítulo se centra en los diversos formatos que ha ido adquiriendo la propaganda dentro de los medios de comunicación. «A pesar de que la propaganda ha utilizado siempre una gran cantidad de canales», señala la autora, «no es hasta los siglos XIX y XX cuando podemos hablar de propaganda masiva» (p. 59). Y entre estos canales masivos destaca, por supuesto, la fotografía. Este primer bloque se cierra, por tanto, con un tercer capítulo que versa sobre las relaciones que la propaganda ha mantenido con la fotografía. Evidenciando un vacío teórico en el que «son pocos los autores del área de la propaganda que hablan exclusivamente de la fotografía como una herramienta al servicio del poder» (p. 63), Barragán Romero repasa los estudios más relevantes que han puesto en relación ambos conceptos. El objetivo es labrar el camino hasta la definición que propone la propia autora, en la que, partiendo del concepto de propaganda de Antonio Pineda, la propaganda fotográfica:

es un fenómeno comunicativo de contenido y fines ideológicos mediante el cual un Emisor (individual o colectivo) genera y transmite un Mensaje deliberadamente haciendo uno de la imagen fotográfica con el propósito de conseguir, mantener o reforzar una posición de poder sobre el pensamiento o la conducta de un Receptor (individual o colectivo). (p. 85)

Con la base teórica hasta ahora presentada, la lectora o lector se adentra con seguridad y entusiasmo en el segundo bloque de la obra: la historia de la propaganda fotográfica. En él, las páginas marcan un ritmo ágil, plagado de reflexiones críticas, datos históricos e ilustraciones que hacen de la lectura una experiencia altamente gratificante. Alejándose de la costumbre de mostrar este fenómeno comunicativo como una relación de casos de manipulación de la imagen, la autora pretende arrojar luz sobre el potencial y los límites que el poder ha encontrado y sigue encontrando en la fotografía como propaganda. En todo momento se mantiene presente que en la emisión de la imagen siempre ha de haber una intención de poder explícita o implícita. Con este objetivo, Barragán Romero se adentra durante el capítulo cuarto en el siglo XIX, coincidiendo con los orígenes de la fotografía. Aquí, conflictos armados como la Guerra de Crimea (el primero fotografiado), la Guerra de Secesión o la Guerra de Cuba, dan buena cuenta del uso de la fotografía como arma propagandística entre bandos.

El capítulo quinto está dedicado a la Primera Guerra Mundial y al periodo de entreguerras. En esta última etapa destaca como hecho significativo para la propaganda fotográfica el nacimiento de las revistas ilustradas: «tuvo lugar entonces una nueva relación entre fotógrafos y periodistas», en la que «mientras el fotógrafo tomaba las imágenes desde su punto de vista, una vez pasaban al editor, éste podía cambiar completamente el significado» (pp. 109-110). Fue la época también del fotomontaje, con artistas destacables como John Heartfield y El Lissitzky, quienes trabajaron bajo directrices gubernamentales, creando por consiguiente sobresalientes ejemplos de propaganda fotográfica. Otros fotógrafos comprometidos con ciertas causas, como Robert Capa y su reportaje sobre la Guerra Civil española, usaban su trabajo para criticar el sistema establecido, por lo que, recuerda la autora, no habría que identificar la obra como propaganda fotográfica, pues «su mensaje está impregnado de ideología, pero carece de fines de poder» (p. 120). «No obstante», alerta Barragán Romero, «este discurso *a priori* crítico puede cambiar, ya que sus fotografías pueden ser compradas por un emisor que sí tenga realmente intenciones de poder» (p. 120).

Los regímenes totalitarios protagonizan el capítulo sexto. Lenin, Stalin, Mussolini y Hitler fueron los artífices de una propaganda fotográfica primaria, y motivaron la crecida de la secundaria, esto es, aquella en la que el fotógrafo utiliza voluntariamente su trabajo para servir causas propagandísticas. Interesante relación es la que se produce entre Hitler y Heinrich Hoffmann, quien «recibe el derecho exclusivo a publicar fotos sobre Hitler y será el encargado de la Propaganda Fotográfica»; de hecho llega a crear «una agencia y una editorial centradas en la propaganda nazi, contratando a una gran cantidad de fotógrafos que serán los únicos autorizados a hacer fotos de Hitler y los eventos oficiales» (p. 134). Seguidamente, en el capítulo siete se describe la propaganda fotográfica en la Guerra civil española y en la Segunda Guerra Mundial. En el caso español la autora destaca sucesos como la campaña pro republicana que el periódico *ABC* de Madrid llevó a cabo en sus portadas; y, en

el segundo conflicto armado mundial, hechos como la manipulación, el control y la censura de la fotografía.

La obra culmina con un octavo capítulo dedicado a la propaganda fotográfica desde mediados del siglo XX hasta nuestros días, siendo de gran interés descubrir la vigencia real de concepto. El asentamiento de Internet y las redes sociales ha hecho que este fenómeno esté más presente que nunca, puesto que convivimos con aplicaciones móviles basadas en la imagen estática que suponen un medio propagandístico insalvable para el poder político, económico o religioso. «Los candidatos políticos», por ejemplo, poseen perfiles que «se llenan de imágenes que no son otra cosa que Propaganda Fotográfica. Pero estas fotografías se cuelan en nuestras redes, se mezclan con anuncios, fotografías de amigos, comentarios del día a día, cotidianidad» (pp. 169-170).

Tras unas conclusiones que ordenan todo lo expuesto anteriormente y recogen la esencia del fenómeno tratado, *Propaganda Fotográfica. La imagen al servicio del poder* finaliza obsequiando a la persona lectora con una satisfacción académica y una inquietud motivadora con la que seguir educando su mirada entorno a la fotografía y las intenciones de poder del emisor. Ana I. Barragán Romero consigue, en definitiva, elaborar un anclaje excelente del concepto de propaganda fotográfica, acercándolo a la realidad social pasada, presente y futura.

Elena Bellido-Pérez
ebellido@us.es
Universidad de Sevilla