

Universidad de Salamanca

Departamento de Historia del Arte - Bellas Artes

Máster Universitario en Estudios Avanzados en Historia del Arte



Título del trabajo
Teoría de la credibilidad
Realidad, representación y responsabilidad en el caso Osama Bin Laden

Autor: Paco Barragán
Tutor: Manuel González de Ávila

Fecha: 25 de junio de 2013

Departamento de Historia del Arte - Bellas Artes

Máster Universitario en Estudios Avanzados en Historia del Arte



Título del trabajo
Teoría de la credibilidad
Realidad, representación y responsabilidad en el caso Osama Bin Laden

Firma autor

Firma tutor



Kathryn Bigelow, *La noche más oscura* (2013), película, captura de imagen

“Creer en aquello que no se ve. Creer que nos espera un futuro mejor.”

Barack Obama (2004)

“Di de vez en cuando la verdad, así te creerán cuando mientas.”

Jérôme Touzalin (2001)

“Llegará un momento en el que a los niños en las escuelas se les enseñe prácticamente todo a través de las películas. Nunca se verán obligados a leer libros de Historia.”

David Wark Griffith (1915)

PROEMIO

Podríamos afirmar que la sociedad actual se caracteriza por una doble narratividad: la visual –la sociedad de la imagen- y la textual –el *storytelling*. Ambas se complementan a la hora de reconfigurar nuestra historia y nuestra memoria proyectándose tanto hacia el presente como hacia el pasado.

Conceptos como realidad y representación, veracidad y ficción, verdad y mentira se han vuelto cada vez más inestables y confusos. Con Joan Fontcuberta bien podríamos afirmar que “El viejo debate entre lo verdadero y lo falso ha sido sustituido por otro entre ‘mentir bien’ y ‘mentir mal’.”¹ Este ‘mentir’ se manifiesta no sólo a través de la palabra, sino también a través de la imagen, bien sea estática o en movimiento. Y si, además, como señala John Lukacs en sus memorias, damos por válido que “[l]a gente no *tiene* ideas, sino que las *elige*. Y eligen *cómo y por qué y cuándo*”,² entonces hallaríamos en estas palabras la respuesta a mi interés y motivación por analizar e investigar esta contrucción de la realidad con el fin de poder hallar *mi* verdad.

A la hora de investigar esta verdad, persigo en este trabajo fin de máster (TFM) formular, elaborar y codificar una breve teoría de la ‘credibilidad’, entendiendo este concepto como una posible respuesta a aquello que anida entre la realidad y la representación. Dicha respuesta podría pensarse, en los términos de la semiótica de Algirdas Julien Greimas, como un procedimiento de *decir-verdad* por parte del enunciador que engendra un *creer-verdad* en el enunciatario a través de “una relación fiduciaria subjetiva (o contrato de confianza) entre ambos”; es decir, y según su metalenguaje, como un efecto de veridicción.³ Pero el concepto de veridicción no es el objetivo último de nuestro análisis, sino solo un auxiliar del mismo por sus obvias vinculaciones con el de ‘credibilidad’. Nos resultará de hecho de mayor rentabilidad heurística, al menos por el momento, tratar de adecuar al concepto de ‘credibilidad’ el paralelo de ‘confianza’ desarrollado por Niklas Luhmann en el seno de la sociedad de la información y los medios actuales: en la era del *storytelling*, la

¹ FONTCUBERTA, Joan, *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1997, p. 17.

² LUKACS, John, *Últimas voluntades. Memorias de un historiador*, Madrid, Turner Publicaciones, 2013, p. 25 (*cursiva en el original*).

³ GREIMAS, A. J. y COURTÉS, J., *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Editorial Gredos, 1991, p. 62.

‘credibilidad-confianza’ parece convertirse en un mecanismo psicológico articulador del espacio que une y separa a la vez la representación de la responsabilidad en el ámbito de los media.

A tal fin, y tras una breve introducción y contextualización del tema, procederé en dos niveles: la primera parte esboza el marco conceptual y la segunda el marco práctico. Tomando como hilo conductor a Osama Bin Laden, analizaré a través de lenguajes culturales diferentes -el vídeo, la pintura, el cine y la televisión-, el significado que su figura tiene para el concepto que deseo desarrollar. Esta mezcla de medios, dotados de diferentes niveles de iconicidad, criterios de intencionalidad y pretensiones de ‘credibilidad’, nos permite aproximarnos a las diversas estrategias de contrucción de la realidad de manera crítica y paradójica. Finalmente, hallaremos los apartados ‘conclusiones’, ‘índice de ilustraciones’ y ‘bibliografía’.

¿Qué es la credibilidad? ¿Qué implica? ¿A quién y dónde afecta? Son éstas algunas de las preguntas que nos permitirán analizar las condiciones socio-políticas y estéticas de nuestra sociedad caracterizada por aquello que Colin Crouch ha denominado como ‘post-democracia’: una democracia aparente en la que el control reside en unas élites privilegiadas propias de tiempos pre-democráticos.⁴ Mismamente ahora Edward Snowden, antiguo funcionario de la National Security Agency (NSA), ha puesto una vez más de manifiesto las arquitecturas de opresión *orwellianas* que Estados Unidos utiliza para destruir la intimidad y las libertades básicas de los ciudadanos norteamericanos en particular, y los ciudadanos del mundo en general.⁵

Y si el arte quiere demostrar que realmente tiene algo que decir en la sociedad, ha de saber relacionarse de una manera compleja con esa sociedad de la que forma parte aspirando a aportar un análisis (y, si fuera necesario, influir en determinadas actitudes) que permita al ciudadano desarrollar una visión crítica de la misma y tener más y mejores herramientas para ejercer sus derechos democráticos en una sociedad de la ‘desinformación’ hija de la ‘sobreinformación’.

⁴ CROUCH, Colin, *Post-Democracy*, Cambridge, Polity, 2004.

⁵ GREENWALD, Glenn y MACASKILL, Ewen, “Edward Snowden: The Whistleblower behind the NSA Surveillance Revelation”, *The Guardian* (Hong Kong) 9 de junio de 2013. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2013/jun/09/edward-snowden-nsa-whistleblower-surveillance> [consulta: 11/6/ 2013].

Finalmente, desearía mostrar mi gratitud a Francisco Javier Panera Cuevas, que fue quien me animó a realizar el máster-doctorado, y a Manuel González de Ávila, el tutor de este trabajo.

ÍNDICE

PROEMIO	1
INTRODUCCIÓN	7
PRIMERA PARTE	13
MARCO CONCEPTUAL	
1.1 DE LA CONFIANZA A LA CREDIBILIDAD	
SEGUNDA PARTE	19
CASOS PRÁCTICOS	
2.1. EL ENEMIGO FANTASMA	
2.1.1. LA CASA DE OSAMA BIN LADEN	
2.1.2. EL DISCURSO DE BARACK OBAMA	
2.1.3. EL ENTIERRO	
2.2. LA GUERRA BUENA	
2.2.1. LA NOCHE MÁS OSCURA	
CONCLUSIONES	31
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39

INTRODUCCIÓN

En el libro *Empire of Illusion. The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*, el escritor norteamericano Chris Hedges explora la progresiva imbricación entre la ilusión y la fantasía en la cultura contemporánea norteamericana. Apenas apuradas las primeras páginas, leemos lo siguiente: “Gustosamente pagamos por la oportunidad de suspender la realidad. Es el anhelo de que la vida se conforme de acuerdo a un patrón reconocible al tiempo que facilita una última realización antes de morir.”⁶ (*la traducción es mía*). Semejante idea ya la expresó Barthes cuando se refería al teatro en la antigua Grecia: la audiencia demanda una escenificación exagerada del destino, o, dicho de otra manera, una representación de la pasión dado que la autenticidad no es relevante.⁷

Al igual que ocurre con los mitos clásicos y sus intrigas, lenguajes y máscaras, el arte, el entretenimiento, la política y la cotidianidad caminan por una fina línea donde realidad y ficción cambian a diario los papeles.⁸ Para Barthes, apoyado a su vez en las teorías lingüísticas de Ferdinand de Saussure, el lenguaje adquiere status de ‘mito’. El mito entonces aparece, cambia y muere, y su historicidad lo vuelve inestable. En la sociedad contemporánea los medios de masas, acechados por ese nuevo y feroz competidor que constituyen los medios sociales, se erigen en los mayores generadores de mitos. Unos mitos sobreviven y otros no, unos se afianzan y otros se los lleva el viento.

Y ahora ese viento que sigue soplando con fiereza desde los años 80 se llama *storytelling* y está fuertemente enraizado en los mitos y la tradición mitológica. Entonces las compañías dejaron de vender ‘productos’ para vender ‘marcas’. Y también fue en aquella época cuando el presidente norteamericano Ronald Reagan,

⁶ HEDGES, Chris, *Empire of Illusion. The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*, Nueva York, Nation Books, 2009, p. 6: “We happily pay for the chance to suspend reality. It is the yearning that life conform to a recognizable pattern and provide ultimate fulfillment before death.”

⁷ BARTHES, Roland, *Mythologieen*, Utrecht, Uitgeverij IJzer, 2002, pp. 13-23 [trad. esp.: *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI de España Editores, 1980].

⁸ Mientras escribía estas palabras, y en lo que se podría calificar por lo demás como un día corriente, nos desayunábamos con que *El País* había publicado una portada con una foto falsa del Presidente Chávez entubado; la cantante Beyoncé había ‘escenificado’ el himno nacional ante millones de norteamericanos y telespectadores, pero en *playback* y sin informar del fraude; Carlos Mulas, director de la Fundación Ideas del PSOE, se hacía pasar por la columnista ‘fantasma’ Amy Martin para cobrar un sobresueldo...

hijo de un viajante y ‘cuentacuentos’, concibió –a decir de Christian Salmon⁹- una contrarrealidad que desplazaba la atención de los problemas esenciales, creando en su lugar un mundo de mitos y símbolos que reforzaban en el ciudadano el sentimiento de sentirse a gusto consigo mismo y con su país.¹⁰ Y así es cómo el *storytelling* o el ‘arte de contar una historia’ llegó hasta la cima instalándose en el mismísimo despacho oval. Reagan, antiguo actor, únicamente nos recuerda cómo el *show business* desde una fecha tan temprana como 1918, y siendo a la sazón Woodrow Wilson el presidente, sería el artífice de que, con el devenir del siglo, la Casa Blanca se convirtiera en un plató de cine.¹¹ Por más que parezca una afirmación un punto exagerada, escuchen las palabras del propio Ronald Reagan (el primer actor-presidente o ‘show business president’) cuando afirmó, con su sorna habitual, que “ha habido ocasiones en el despacho que no me era capaz de imaginar cómo podría haber desempeñado este trabajo si no hubiera sido actor.”¹²

Y así también es cómo desde entonces, ese ‘nuevo espíritu del capitalismo’, que se caracteriza por una ideología que “justifica la exigencia de acumulación ilimitada de capital mediante medios formalmente pacíficos”¹³, se ha convertido en una campaña electoral permanente donde cultura, religión, economía y política interactúan comandados por la doctrina del *storytelling*: un *Gesamtkunstwerk* capaz de imponer ideas, generar y destruir puestos de trabajo y controlar comportamientos.

Los mitos –y la narrativa actual- solo merecen tal consideración si están poblados de héroes. Y también de villanos. Alejandro el Grande fue sin duda el primer gran héroe consciente de la relación directa entre la hazaña y la divulgación del relato. Calístenes, sobrino y discípulo de Aristóteles, fue el privilegiado cronista personal que iría forjando en vida una leyenda que superaba las proezas de los héroes homéricos compitiendo con los mismísimos dioses del Olimpo, en lo que constituye -

⁹ SALMON, Christian, *Storytelling. La máquina de fabricar mentiras y formatear mentes*, Barcelona, Ediciones Península, 2008.

¹⁰ La alocución del Presidente Reagan a la nación norteamericana con motivo del escándalo Irán-Contra es ya un clásico en el manual de los gestores de comunicación de crisis. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=R67CH-qhXJs> [consulta: 11/ 6/2013].

¹¹ SCHROEDER, Alan, *Celebrity-in-Chief. How Show Business Took Over The White House*, Cambridge (MA), Westview Press, 2004.

¹² Ibid., p. 299: “There have been times in this office when I’ve wondered how you could do the job if you hadn’t been an actor.”

¹³ BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Ève, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Ediciones Akal, 2002, p. 35.

según Leo Braudy- el deseo de “crear una nueva historia para sí mismo” y la “sensibilidad hacia las posibilidades simbólicas de la personalidad”.¹⁴ El propio Aristóteles desaprobaba semejante ambición si nos atenemos a su idea del ‘hombre magnánimo’ por considerarle demasiado vanidoso.¹⁵ Siglos más tarde, el filósofo e historiador escocés Thomas Carlyle retomaría esta idea, en varias conferencias impartidas a lo largo del año 1840, concluyendo que la historia de la humanidad es, en el fondo, la historia de los ‘grandes hombres’: “Porque, tal como yo lo entiendo, la Historia Universal es la historia de lo que el hombre ha conseguido en este mundo, tratándose en el fondo de la Historia de los Grandes Hombres que han trabajado aquí.” (la traducción es mía).¹⁶ Carlyle desgrana diferentes tipos de héroes: desde la divinidad (Odín), el profeta (Mahoma), el poeta (Dante y Shakespeare) hasta el sacerdote (Lutero), el hombre de letras (Johnson, Rousseau y Burns) o el rey (Cromwell y Napoleón). En esta última categoría de heroísmo, y que a decir de Carlyle es la más importante y resume en sí todos los rasgos de las categorías anteriores, el rey ha dejado paso en la actualidad a la figura del presidente. También la idea desarrollada por Max Weber en torno al concepto de ‘carisma’ y ‘autoridad carismática’, bebe de esa tradición mitológica cuya legitimidad emana concretamente de la ‘gracia divina’ o del ‘poder cuasi-divino del héroe’.¹⁷ Históricamente hablando, el carisma heroico deviene carisma político y con ello legitima la existencia de diversas instituciones que lo “interpretan o desarrollan en una dirección anti-autoritaria” haciendo que la ‘legitimidad’ se convierta en “democrática”.¹⁸

Inevitablemente, el presidente norteamericano Barack Obama entra en esta categoría de ‘grandes hombres’ dotados de ‘carisma’ que conforman un ‘gobierno de héroes’. ¡Tanto sus orígenes como su exitosa travesía hacia la presidencia de la Casa Blanca fueron sin duda una de las historias mejor contadas! También lo fue la muerte

¹⁴ BRAUDY, Leo, “The Longing of Alexander” en MARSHALL, P. David (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, Nueva York, Routledge, 2006, p. 47.

¹⁵ ARISTÓTELES, *Obras de Aristóteles*: Tomo 1: *Moral*, Madrid, Medina y Navarro Editores, S/F, 1874, pp. 133-138.

¹⁶ CARLYLE, Thomas, *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*, Londres, J.M. Dent, 1902, p. 14, : “For, as I take it, Universal History, the history of what man has accomplished in this world, is at bottom the History of the Great Men who have worked here.”

¹⁷ WEBER, Max, “The Sociology of Charismatic Authority. The Nature of Charismatic Authority and its Routinization” en MARSHALL, P. David (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, Nueva York, Routledge, 2006, pp. 55-71. [versión original: (1946) *Max Weber: Essays in Sociology*. New York, Oxford University Press, Inc., pp. 29-51].

¹⁸ *Ibid.*, p. 69.

de Osama bin Laden... Ahora, este hombre carismático y demagogo -en el sentido prístino de la palabra- demanda nuevas obligaciones de sus seguidores y votantes: elegir entre la seguridad o la libertad. Talcott Parsons señaló en los 60 que la “inseguridad motiva una confianza exagerada y adulación en los líderes, pero también la *búsqueda de cabezas de turco*.”¹⁹ Por su parte, también Weber dejó escrito que en democracia se “[m]anifestaba la tendencia de favorecer al tipo de individuo que era más espectacular, que prometía más o que empleaba las más efectivas medidas de propaganda en la carrera por el liderazgo.” (*la traducción es mía*).²⁰ Y, evidentemente, Obama fue el candidato más espectacular, más políticamente correcto y el más carismáticamente ‘revolucionario’ tanto en su mensaje como en el uso de los medios sociales.

Todo ello nos lleva a concluir que el tipo de imperialismo narrativo al que estamos sometidos actualmente construye historias que acaban siendo interiorizadas por el espectador, incluso en aquellos casos donde aquello que cada uno entiende por realidad (o conforma su sentido de la misma) ha sido totalmente enajenado. La ‘ficcionalización de lo real’ quedó al descubierto cuando los oficiales de las Naciones Unidas buscaron los arsenales de las armas de destrucción masiva en Irak (más tarde la disputa desembocaría en la Guerra del Golfo en el año 2003). No es de extrañar, al fin y al cabo lo que perseguían los funcionarios era una historia, una trama...²¹ Todo ello nos recuerda que con motivo de la *Operación Tormenta del Desierto* en 1990 (la respuesta a la anexión de Kuwait por Irak) ya Baudrillard exclamara que “la *Guerra del Golfo* no había tenido lugar”²², lo que encajaba muy bien con su teoría de la ‘simulación’, ‘la hiperrealidad’ y el ‘no evento’²³.

¹⁹ PARSONS, Talcott, *El sistema social*, Madrid, Revista de Occidente, 1966, p. 408. (*la cursiva es mía*).

²⁰ WEBER, p. 71, : “[a] tendency to favour the type of individual who is most spectacular, who promises the most, or who employs the most effective propaganda measures in the competition for leadership.”

²¹ Ahora también asistimos al ejercicio opuesto, *id est*, “la guerra convertida en ficción” en las calles bombardeadas de Daraya, uno de los barrios del extrarradio de Damasco, donde el cineasta Najdat Anzour graba una telenovela en primera línea de guerra, bajo la supervisión del ejército sirio, sin la necesidad de decorados ni efectos especiales en un país devastado y bajo la continua caída de bombas y fuego de morteros. Disponible en: <http://in.finance.yahoo.com/video/devasted-syrian-town-becomes-focus-030000306.html> [consulta:11/6/2013].

²² BAUDRILLARD, Jean, *The Gulf War Did Not Take Place*, Sydney, Power Publications, 1995. (Baudrillard se equivoca y se refiere, en realidad, a la *Operación Tormenta del Desierto* dado que la *Guerra del Golfo* es como se calificó la invasión de Irak en 2003).

²³ BAUDRILLARD, Jean, *Simulacra and Simulation*, University of Michigan, Ann Arbor, MI, 1994.

En cuanto a la narratividad visual, en la que se apoya el storytelling, avanzaremos aquí brevemente que somos conscientes del cambio de estatuto de la fotografía y la imagen en movimiento con respecto al ‘régimen de verdad’ o la relación con lo real. Considerada históricamente como índice o fiel registro de la realidad, sabemos que desde sus inicios algunos de los grandes hitos de la fotografía documental habían sido escenificados en cierta manera, como bien nos obliga a recordar Joan Fontcuberta:

Con frecuencia las obras más celebradas en las trayectorias de fotógrafos documentales han sido ‘preparadas’ de un modo u otro. Recordemos algunas: Dorothea Lange, autora del retrato *Migrant Mother*, todo un símbolo del período de la Depresión estadounidense; Robert Capa con su impactante toma del miliciano republicano muerto en la guerra civil española; Agustí Centelles con sus guardias de asalto apostados tras un caballo muerto; Joe Rosenthal que inmortalizó el donaire de los marines ondeando la bandera de las barras y estrellas en el punto más elevado de la isla de Iwo Jima; Alfred Eisenstadt con su histórico beso en Times Square entre un marino y una enfermera para celebrar el fin de la II Guerra Mundial, o Robert Doisneau con otro beso histórico, su *Le baiser de l’Hôtel de Ville*²⁴

También que en el trasiego de lo analógico a lo digital, y de ahí a lo virtual, cualquier imagen carece de un valor ontológico absoluto, siendo la recepción por parte del espectador el resultado de un ejercicio de fe o la simple respuesta a una verdad institucionalizada contra la que poco (o nada) cabe argumentar. Y es en este marco de transvisualidad, caracterizado por la inestabilidad de la imagen, las ‘mentiras verdaderas’ y los brotes de ‘conocimiento ignorante’, en cuyo seno el concepto de ‘credibilidad’ cobra todo su sentido en provecho de una reducción de la complejidad y la incertidumbre.

²⁴ FONTCUBERTA, Joan, *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1997, p. 128.

PRIMERA PARTE

1.1 De la confianza a la credibilidad

El hilo que amarra la imagen, tanto fija como móvil, a lo real se ha vuelto cada vez más perezoso. De tal guisa, categorías como ‘realidad’, ‘autenticidad’, ‘verdad’, ‘memoria’ o ‘historia’ (“borrosas” de por sí y que no permiten una definición satisfactoria), que tradicionalmente estaban transidas de una fuerte carga de ‘confianza’, están siendo objeto durante estos últimos decenios de ataques de desprestigio, cuestionamiento e ideologización. El resultado ha sido una omnipresente y persistente crisis de lo que podríamos denominar, apoyándonos en Mitchell, la ‘representación responsable’: representación en tanto que definición de la verdad, cuestión epistemológica y contrato ético.²⁵ Greimas, por su parte, nos recuerda que la veridicción, ese *decir-verdadero*, depende “esencialmente de la actividad del sujeto que realiza el discurso”, cuya lógica en proceso es articulada por conceptos como coherencia, isotopía y contrato enunciativo.²⁶

Si bien es cierto que el concepto de ‘confianza’ de Niklas Luhmann (acuñado recordemos en 1968) se queda corto a la hora de aprehender la complejidad y contradicción de una sociedad de la información hoy mucho más exacerbada, artificial y dominante, la noción *luhmanniana* nos sirve para postular el concepto de ‘credibilidad’ en tanto que ‘confianza mediática’. Si a ello le añadimos el advenimiento masivo de los medios sociales, que ha convertido a cada ciudadano en potencial productor, manipulador y distribuidor de imágenes, la visión de conjunto se vuelve más completa al tiempo que compleja.

Aunque el concepto no ha sido hasta la fecha definido de manera clara en este sentido, y a menudo se utilice indistintamente o se confunda con el término confianza, existe un claro umbral que separa el objeto de influencia de cada uno de ellos. La ‘confianza’ -según lo define la RAE- significa entre otros la ‘esperanza firme que se tiene de alguien o algo’, además de ‘familiaridad’ o ‘ánimo o vigor para obrar’; la

²⁵ MITCHELL, W.J.T., *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009, pp. 359-365.

²⁶ El problema de verdad se sitúa en el interior del discurso. Greimas señala en este sentido que “El saber del sujeto de la enunciación, tal como es proyectado en el discurso, se encuentra a su vez modalizado en *verdadero* o *falso*, en *secreto* o *mentiroso*, y sobredeterminado por la modalidad de *creer* (persuadir-asumir). GREIMAS, A. J., *Semiótica y Ciencias Sociales*, Madrid, Editorial Fragua, 1980, p. 19. (*cursiva en el original*).

‘credibilidad’ -siguiendo con la RAE- es la ‘cualidad de creíble’. Etimológicamente hablando poseen un origen diferente, pues confianza procede del latín *fides* mientras que credibilidad del latín *credibilis*. En otras palabras: uno se apoya en la fe (lo imaginario) y el otro en aquello que es verosímil (lo efectivo), uno en el futuro y otro en el presente, uno implica un carácter de cierta familiaridad mientras que el otro es impersonal.

Dentro del sistema de la teoría de la confianza, Niklas Luhmann establece la diferencia entre *trust* para la confianza en las personas (sencillo, individual y a pequeña escala) como la familia, los amigos y los conocidos y *confidence* para los sistemas (complejo, impersonal y abstracto) como la economía, la política o la administración.²⁷ Él define su punto de partida de una manera básica: “Cada día ponemos nuestra confianza en la *naturaleza* del mundo, que de hecho es evidente por sí misma, y en la naturaleza humana.”²⁸ Unas páginas más adelante insiste en que “La confianza se da dentro de un marco de interacción que está influenciado tanto por la personalidad como por el sistema social, y no puede estar asociado exclusivamente con uno y otro.”²⁹ Y años más tarde lo resumiría de manera meridiana: “La confianza continúa siendo vital en las relaciones interpersonales, mas la participación en los sistemas como la economía o la política ya ha dejado de ser un asunto de relaciones personales. Requiere ‘confidence’, pero no ‘trust’.” (*la traducción es mía*).³⁰

Esta era de nuevas condiciones tecnológicas, mediáticas y sociales, que se caracteriza por lo que Francisco Javier Panera Cuevas denomina la ‘circulación promiscua de la imagen’³¹ y Manuel González de Ávila las ‘imágenes-

²⁷ En las diferentes ediciones que existen en castellano de la obra *Confianza* de Niklas Luhmann se pierde este capital matiz en tanto en cuanto ambos términos se traducen por el término castellano ‘confianza’. Es la diferencia que Luhmann define en alemán entre los verbos *vertrauen* (confiar en alguien) y *zutrauen* (confiar en algo).

²⁸ LUHMANN, Niklas, *Confianza*, Barcelona, Antrophos Editorial, 2005, p. 5 (traducción de Amada Flores de la edición inglesa de John Wiley & Sons, corregida y cotejada con el original alemán por Darío Rodríguez Mansilla). (*Cursiva en el original*).

²⁹ *Ibid.*, p. 9.

³⁰ LUHMANN, Niklas, ‘Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives’, en Diego Gambetta (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Oxford, Blackwell Publishers, 1988, pp. 94-107. He citado la versión original en inglés para mantener los conceptos ‘trust’ y ‘confidence’: “Trust remains vital in interpersonal relations, but participation in functional systems like the economy or politics is no longer a matter of personal relations. It requires confidence, but not trust.”

³¹ PANERA CUEVAS, Francisco Javier, *Emociones formales. Reflexiones sobre el inconsciente pictórico en la fotografía contemporánea*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 2005.

acontecimiento' que suscitan 'empatía' y provocan 'difusos *efectos de creencia* en sus contempladores'³², permite forzar y complementar la teoría *luhmanniana* desarrollando la hipótesis de que el alto grado de complejidad del mundo actual ha superado con creces los límites de la confianza personal y sistémica. El propio Luhmann sostiene que "Los medios de comunicación diferenciados, su lenguaje y sus símbolos producen nuevas clases de riesgos, y de este modo, presentan un nuevo tipo de problema con respecto a la confianza."³³ La reducción de complejidad en este campo se llamaría 'credibilidad'. (No debemos olvidar que para cualquier sistema social, político, económico o de otra índole, la inseguridad constituye uno de los mayores desafíos. O como nos recuerda Parsons: "[e]n la mayoría de los sistemas sociales existe una necesidad, gratificada de modo muy incompleto, de sentir que 'todo marchará bien'."³⁴ Necesidad que a su vez se proyectará sobre el presidente y los grandes líderes, como ocurre en la actualidad, para poner fin a esta crisis.)

Aunque no se haya utilizado hasta la fecha en un contexto teórico muy definido, todos presentimos de manera natural cuál es el entorno material del término 'credibilidad': la sociedad de consumo y los medios de masas. Después de la Segunda Guerra Mundial y con el perfeccionamiento del marketing y la venta por correo en Estados Unidos, el término credibilidad se va imponiendo paulatinamente. Uno de sus más conocidos teóricos, Philip Kotler, lo viene así manifestando desde hace años en lo que es uno de los manuales de referencia en el campo del marketing: "La sofisticada imagen de los canales de la Teletienda han dado a la publicidad de venta directa más credibilidad." (*la traducción es mía*).³⁵

Con la llegada de Internet, la venta a través de la red toma el relevo de la venta tradicional por correo multiplicando las ventas de manera inaudita, pero también favoreciendo el fraude. Como consecuencia de esta inseguridad, la universidad de Stanford desarrolla el Web Credibility Research bajo B. J. Fogg en el año 2002: diez puntos de actuación que permiten afianzar la veracidad de la información que ofrece,

³² GONZÁLEZ DE ÁVILA, Manuel, *Cultura y razón. Antropología de la literatura y de la imagen*, Anthropos Editorial, Barcelona, 2010, pp. 221-222. (*Cursiva en el original*).

³³ LUHMANN, *Confianza*, p. 84.

³⁴ PARSONS, p. 407.

³⁵ KOTLER, Philip, *Marketing Management*, Prentice Hall, Upper Saddle River (Nueva Jersey), 2001, p. 500, : "The sophisticated image of home shopping channels has given direct-response commercials more credibility." Soy consciente de que este campo en el mundo académico suscita un problema de fuentes, pero la mención se hace inevitable.

por ejemplo, un vendedor, una marca o una empresa en la red,³⁶ y que se resume, entre otros, en que la información sea correcta, actual y verificable.

Sin embargo, el campo de especial interés para nuestra investigación es el de los medios de comunicación, pues la noción de credibilidad se ha erigido en la herramienta por excelencia de control y calidad. No importa si se trata del presidente Mariano Rajoy anunciando inminentes medidas contra la corrupción, el secretario General de las Naciones Unidas declarando la necesidad de invadir Irak para detener el programa nuclear o el presidente de General Motors comunicando el despido inevitable de 20.000 trabajadores a fin de poder salvar la empresa de la quiebra, todos ellos dependen de que su representación sea satisfactoria, responsable y ética, y que para el receptor resulte creíble. Dicho en otras palabras: que el sujeto enunciatario le otorgue credibilidad.

Si miramos atrás comprobamos cómo existen indicios del término *credibility gap* (tanto como un ‘agujero’ en la credibilidad) en los años 60 con motivo de la crisis de Cuba y, en particular, la Guerra de Vietnam. Se le atribuye al senador Demócrata J. William Fullbright haber acuñado el término al no recibir una respuesta convincente del presidente Lyndon B. Johnson acerca de la situación real en Vietnam.³⁷

Casos más recientes serían, por ejemplo, el escándalo de las escuchas de los periodistas de *The News of the World*, acerca del cual se podía leer en *Bloomberg* el siguiente titular: “El rechazo por parte de Murdoch de asumir responsabilidades puede mermar su credibilidad” (*la traducción es mía*).³⁸ Finalmente, podemos mencionar el escándalo de la National Security Agency (Agencia Nacional de Seguridad) estadounidense acerca de las escuchas masivas y control de mensajes de correo, que afecta en estos momentos al presidente Obama, y del que en un editorial del *The New York Times* titulado “La red criminal de Obama”, se afirma que “La administración

³⁶ FOGG, B.J.. "Stanford Guidelines for Web Credibility." A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab. Stanford University, mayo 2002. Disponible en: <http://credibility.stanford.edu/guidelines/> [consulta: 11/6/2013].

³⁷ FULLBRIGHT, James William, *The Arrogance of Power*, New York, Random House, 1966 (el mismo que da nombre a las Becas Fullbright).

³⁸ HYMOWITZ, Carol y FIXMER, Andy, “Murdoch Refusal To Take Responsibility May Dent Credibility”, *Bloomberg* (Nueva York), 20 de julio de 2011. Disponible en: <http://www.bloomberg.com/news/2011-07-20/murdoch-s-refusal-to-take-responsibility-may-undermine-credibility-as-ceo.html> [consulta: 11/6/2013].

[Obama] ha perdido cualquier credibilidad en este asunto.” (*La traducción es mía*).³⁹

Llegados a este punto, podemos añadir como nota divertida que la tienda on-line Amazon acaba de indicar que se han disparado la ventas de la novela 1984 de George Orwell...

³⁹ Editorial, “President Obama’s Dragnet”, *The New York Times*, 6 de junio de 2013. Disponible en: http://www.nytimes.com/2013/06/07/opinion/president-obamas-dragnet.html?pagewanted=1&_r=2& “The [Obama] administration has lost all credibility on this issue”. [consulta: 11/6/2013].

SEGUNDA PARTE

2.1 El enemigo fantasma

Mediante 4 ejemplos de textos visuales dotados de diferentes niveles de iconocidad y discursividad analizaremos, parafraseando a Barthes, el ‘efecto credibilidad’. Respetando el orden cronológico de aparición de cada imagen, tomamos como objeto de estudio la polémica figura de Osama Bin Laden, representada casi siempre de manera fantasmagórica, elíptica o meramente verbalizada, a través del vídeo *The House of Osama Bin Laden* de los artistas británicos Langlands y Bell, el discurso del presidente Barack Obama en YouTube con motivo del anuncio del asesinato de Osama Bin Laden televisado el día 1 de mayo de 2012, el cuadro *The Burial* del artista vasco Kepa Garraza y la película *La noche más oscura* de la cineasta Kathryn Bigelow, que figurará en un apartado propio.

2.1.1 La casa de Osama Bin Laden

Osama Bin Laden es un personaje ‘atípico’ en sentido *econiano*.⁴⁰ Dotado de una imagen ambivalente y contradictoria forjada a través de los medios de comunicación occidentales, Bin Laden es el ejemplo del villano o anti-héroe (en el sentido literario) mientras que para muchos musulmanes encarna a una suerte de Che Guevara. El hecho es que se trata de un persona que revela los problemas generales de nuestra época. En tanto que personaje carece de complejidad y para el lector/espectador resulta difícil identificarse con él: desconocemos sus motivaciones, acciones, pensamientos, rasgos morales, afectos... No es, como diría Eco, un personaje que pueda definirse en la ‘*relación de éste con el reconocimiento que del mismo puede realizar el lector*’ dado que carece de esa ‘*credibilidad*’ que ‘*perdura en la memoria del lector y puede proponerse de nuevo como experiencia moral.*’⁴¹ (Es interesante que Eco conectara el concepto de credibilidad con el de experiencia moral).

La representación de Osama Bin Laden responde a una ideología sesgada y rígida del enemigo como un ‘extraño’ que personifica destrucción, violencia y muerte. La ciencia ficción y las películas de acción de Hollywood en los años 50 y 60 eran

⁴⁰ ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1968, pp. 191-218.

⁴¹ *Ibid.*, p. 206. (*Cursiva en el original*).

extremadamente reaccionarias: el mal era asunto de marcianos o comunistas(-marcianos). Pensemos, por ejemplo, en la serie de ciencia ficción *Star Trek* y los Klingons, que representaban un imperio bárbaro gobernado por la fuerza, y del que el creador de la serie Gene Roddenberry –según indica Jason Dittmer- afirmó que “tomaba como modelo explícito la Unión Soviética.”⁴² Pensemos también en el *James Bond* de Roger Moore en los años 80 en pleno decenio de hostilidades entre EE.UU. y la Unión Soviética y las películas anti-comunistas: *Sólo para sus ojos*, *Panorama para matar*, *Octopussy*. En los últimos dos decenios, los marcianos han pasado a ser sustituidos por (fanáticos) musulmanes.⁴³ Es hartó significativo que el héroe Superman, quien dedicara la mayor parte de su tiempo a luchar contra los invasores alienígenas, los déspotas del espacio, los villanos, como también contra los peligros apocalípticos de temerarios enemigos comunistas que amenazaban el “American way of life”, ahora se manifestara contra el régimen iraní.⁴⁴ ¡De simple historieta de ficción, este cómic pasó a la arena de la política internacional motivando un conflicto diplomático *real* entre Irán y los Estados Unidos!

Podemos concluir entonces, que la despersonalización y deshumanización del extraterrestre es aplicada al ‘nuevo enemigo’ que Occidente representa como

⁴² DITTMER, Jason, *Popular Culture, Geopolitics, and Identity*, Lanham (Maryland), Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2010, p. xi.

⁴³ Véase NAVARRO, José Navarro, *El cine de ciencia ficción. Explorando mundos*, Valdemar, Madrid, 2008 y en particular LENNE, Gérard, “La ciencia ficción, un conglomerado heteróclito”, pp. 53-72.

⁴⁴ Expliquemos aquí la sintomática ‘traición de Superman’: *Why don't you move to France?* (¿Por qué no te largas a Francia?)- apareció en la portada de *The New York Post* el 29 de abril de 2011. ¿Qué había pasado para que el gran héroe americano disgustase de tal manera a *The New York Post* e incluso a los Republicanos? De hecho, el reverendo Mick Huckabee, uno de los contendientes republicanos en las elecciones de 2012, apareció en la cadena Fox News quejándose amargamente: “I know it's just a comic, but it's shocking that Superman, that has always been an American icon, now says that he doesn't want to be an American citizen any longer. Disponible en: <http://mediamatters.org/video/2011/04/30/huckabee-wades-back-into-pop-culture-suggests-s/179225> . [consulta: 12/6/2013]. “Sé que es solo un cómic, pero es chocante que Superman, que siempre ha sido un icono americano, ahora diga que ya no quiere ser más ciudadano americano.” (*La traducción es mía*). En el número 900 de *Action Comics* aparece una historieta titulada *The Incident*, con guión de David S. Goyer y dibujos de Miguel Sepúlveda, en la que Superman vuela a la Plaza Azadi en Teherán y se manifiesta durante 24 horas contra el régimen de Ahmadinejad, que había cargado duramente contra la oposición que había tomado la plaza para denunciar las irregularidades durante las elecciones. “I didn't move. I didn't speak. I just stayed there. In that time, the protestor's ranks grew from 120.000 people to well over one million.” (trad.: “No me moví. No dije nada. Solo que quedé allí quieto. En ese instante, las huestes de los opositores crecieron de 120.000 a más de 1.000.000 largo de personas.”) Este incidente había causado la reprimenda del Secretario de Estado y eso fue la gota que colmó el vaso. Superman entró al día siguiente en las Naciones Unidas y entregó su pasaporte. América ya no representaba en su opinión ni ‘la verdad’ ni la ‘justicia’. Superman ya no deseaba ser instrumentalizado por los intereses particulares de los Estados Unidos, sino defender los derechos de la humanidad en general.

primitivo, aberrante, fanático e inferior. La “guerra al terror” deja poco espacio para la discrepancia o el pensamiento crítico.



Langlands & Bell, The House of Osama bin Laden, video-animación interactiva (2003)

El primer ejemplo corre a cargo del colectivo artístico británico Ben Langlands y Nikki Bell: durante octubre de 2002 tomaron fotografías de la casa-búnker que Osama Bin Laden había ocupado en Daruntah, cerca de Jalalabad, entre mayo de 1996 y septiembre de 1997. A partir de esas imágenes desarrollaron un vídeo de segundo orden⁴⁵: una video-animación interactiva mediante el uso de imágenes generadas por ordenador con apariencia de *realidad-estilo-cartoon* que permite al espectador acceder a la casa e ir a la captura de Osama Bin Laden mediante el uso de un *joy stick*.⁴⁶ En este caso, y contrariamente a lo que suele ocurrir con los videojuegos, la obra carece de la misma acción y grado de violencia, y las expectativas se ven de inmediato cortocircuitadas. Langlands y Bell comentan al respecto lo siguiente:

⁴⁵ Manejo la clasificación aplicada al vídeo por Cristina García-Lasuén: 1) real 2) virtual y 3) machinima, que toma en consideración la técnica utilizada y el grado de inmersión virtual conseguida con ella. Véase a a tal efecto GARCÍA-LASUÉN, Cristina, “Video Art Now: Real, Virtual, and Machinima” en *ARTPULSE*, Winter, 2010-2011, Vol. 2 No. 2, pp. 22-25.

⁴⁶ En unas recientes y polémicas declaraciones el Príncipe Enrique de Inglaterra admitía haber matado talibanes en Afganistán, comparando la guerra con los videojuegos. Estaba alegre "porque yo soy una de esas personas a las que le gusta jugar a la Playstation y la Xbox, así que probablemente soy muy útil con mis pulgares". Afp, “Los talibán dicen que el príncipe Harry tiene un problema mental”, *El mundo* (Kabul) 22 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/22/internacional/1358861482.html> [consulta:27/1/2013]. No es ninguna coincidencia que los ‘drones’, esos vehículos aéreos no tripulados que ahora se utilizan en Afganistán, Irak y Pakistán, sean también manejados con un *joy stick*.

En el campo de las realidades suspendidas ofrecidas hoy por los medios de información y las industrias de entretenimiento, las experiencias reales se presentan muy a menudo como un juego en el que la vida es una aventura y la guerra una excitación experimentada desde una perspectiva segura. En *The House of Osama bin Laden*, la velocidad de la reacción instantánea y el divertimento fantasmagórico del típico juego de ordenador han sido neutralizados. Además, en la pieza *The House of Osama bin Laden*, el acercamiento anti-espectacular enfatiza la experiencia del lugar sobre la polaridad binaria de la acción instantánea versus resultado instantáneo, pues la adrenalina ha sido eliminada. Uno carece de armas al explorar los límites del fantasmagórico mundo electrónico. (*La traducción es mía*).⁴⁷

La sensacionalidad de la propaganda e ideología de la ‘war on terror’ se ve aquí contrarrestada mediante una representación, como bien señalan los artistas en este intercambio, “deliberadamente anti-espectacular y emocionalmente contenida”.

2.1.2 El discurso de Barack Obama



Captura de imagen del vídeo colgado en Youtube de la emisión de NBC News, domingo 1 de mayo de 2012

La muerte de Osama Bin Laden fue anunciada en televisión en las noticias de la noche el domingo 1 de mayo de 2012 a las 23:30 de la noche (hora Costa Este). El

⁴⁷ “In the suspended realities offered by today’s news media and entertainment industries, real experiences are often presented like a game, where life is an adventure, and war means excitement experienced from a safe vantage point. In *The House of Osama bin Laden* the instant reaction speeds, and phantasmagorical fun of the typical computer game have been neutralised. In *The House of Osama bin Laden* the non spectacular approach emphasises experience of place over the binary polarities of instant action versus instant outcome, the adrenalin has been removed - you have no weapons as you explore the boundaries of a ghostly electronic world.” [Intercambio por e-mail con los artistas el día 20 de septiembre de 2012].

presidente Barack Obama se dirigió a la nación desde el Ala Este de la Casa Blanca (¡parece como si la realidad copiara la exitosa serie con Martin Sheen!). En una intervención perfectamente escenificada parapetado detrás de un atril, presidido por el emblema del águila imperial y delante de una larga alfombra roja, Osama ‘vence y convence’ en una alocución que se inserta perfectamente dentro de los grandes discursos de los presidentes norteamericanos⁴⁸, y de la que transcribo un párrafo por su interés dado que manifiesta sin ambages la filosofía de Estados Unidos:

América puede hacer todo aquello que se proponga. Ésta es *la historia de nuestra historia*. Tanto si se trata de la consecución de la prosperidad para nuestro pueblo como de la lucha por la calidad de vida para nuestros ciudadanos, tenemos nuestro compromiso de *defender nuestros valores* y sacrificios en el extranjero con el fin de *hacer del mundo un lugar más seguro*. No debemos olvidar que estamos capacitados para hacer estas cosas no por riqueza o poder, sino por ser quién somos: una nación bajo la guía de Dios visible en la tierra con libertad y justicia para todos. Muchas gracias. Que Dios les bendiga y que Dios bendiga a los Estados Unidos de América. (*la traducción y la cursiva son mías*).⁴⁹

Con fecha 20 de mayo de 2011, Joe Klein escribió en la revista *Time* un artículo titulado *Obama 1, Osama 0* en el que manifestaba que “Este presidente profundamente americano llevó a cabo una exquisita operación para encontrar y matar a uno de los grandes villanos de la historia.” (*la traducción es mía*).⁵⁰

El cuerpo de Bin Laden –según la versión oficial del Departamento de Defensa de Estados Unidos- había sido depositado en el fondo del mar para no ofender el rito musulmán. Hasta el día de hoy no hemos visto el ‘cuerpo del delito’,

⁴⁸ Estoy pensando, por ejemplo, en discursos como el de Woodrow Wilson con motivo de la declaración de guerra el 2 de abril de 1917, Franklin Delano Roosevelt convenciendo al congreso para entrar en guerra el 8 de diciembre de 1941, George W. Bush y su discurso a la nación el mismo 11 de septiembre de los ataques terroristas. Todos ellos comparten entre otros el destino mesiánico de Estados Unidos, el hacer del mundo un lugar más seguro y garantizar la libertad y la justicia para todos. Véase VV.AA. (con introducción de MONTEFIORE, Simon Sebag), *Speeches that Changed the World*, Quercus Publishing, Londres, 2005.

⁴⁹ La transcripción del discurso se puede consultar en la propia página de la Casa Blanca <http://www.whitehouse.gov/blog/2011/05/02/osama-bin-laden-dead> “America can do whatever we set our mind to. That’s the story of our history. Whether it’s the pursuit of prosperity for our people or the struggle for quality for our citizens, our commitment to stand up for our values abroad and our sacrifices to make the world a safer place. Let us remember we can do these things not because of wealth or power, but because of who we are: one nation under God in the visible with liberty and justice for all. Thank you. May God bless You and may God bless the United States of America.” [consulta: 11/6/2013].

⁵⁰ KLEIN, Joe, “Obama 1, Osama 0”, *Time* (Londres), 20 de mayo de 2011. Disponible en: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2069580,00.html> [consulta: 27/1/2013]. “This profoundly American President ran an exquisite operation to find and kill one of the great villains of history”

solo una imagen de Osama y su equipo en la Casa Blanca mirando al fuera de campo mientras se desarrolla la operación, unas fotos falsas del cuerpo de Osama Bin Laden publicadas por varios periódicos –entre ellos el *Daily Mail* británico⁵¹ y una recreación animada de la operación del asalto y muerte en Abbottabad por parte de la Taiwán Next Media Animation.⁵² A falta del ‘peso de la prueba’, como sí fue el caso con Che Guevara, Gadaffi o Sadam Hussein, ¿qué credibilidad nos merecen las palabras del presidente Osama? ¿A qué teorías de conspiración darán pábulo?⁵³ ¿Está Estados Unidos instaurando un nuevo régimen no visual?⁵⁴

2.1.3 El entierro

Por su parte, el artista vasco Kepa Garraza lleva a cabo desde hace 1 año el proyecto Osama: una veintena de cuadros al óleo que, a partir de la enorme cantidad de material aparecido en los medios de comunicación, elabora una “cronología visual de los momentos clave de la operación militar, además de analizar las reacciones y consecuencias que la muerte de Bin Laden tuvo a nivel global.”⁵⁵ Lo interesante del proyecto es que Garraza recrea ciertos escenarios que no fueron filtrados a la prensa, como el funeral de Osama Bin Laden en alta mar. Garraza recurre al género de historia para recrear una contravisualidad teatralizada, dramática y sensacionalista, alejada de la asepsia de las imágenes mostradas aquellos días por los medios occidentales. Su pintura le da una vuelta de tuerca a la supuesta capacidad notarial de

⁵¹ HILL, Amelia, “Osama bin Laden corpse photo is fake”, *The Guardian*, 2 de mayo de 2011. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/02/osama-bin-laden-photo-fake> [consulta: 27/1/2013].

⁵² Disponible en: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=KiUZGfYphxY [consulta: 27/1/2013].

⁵³ Véase al respecto las 4 teorías de conspiración analizadas por mí en el ensayo BARRAGÁN, Paco, “From Mars to Abbotabad. Or How Barthes, Baudrillard, Obama, Superman, and Osama Got Seated Around the Same Table” en *The Storytellers. Narratives in Contemporary Art*, Selene Wendt (ed.), Milán, SKIRA Editore, 2012, pp. 111-117.

⁵⁴ De hecho, la Guerra de Vietnam fue la última que permitió una cobertura mediática constante y que trajo todo el horror de la guerra a las salas de estar del ciudadano norteamericano medio. Se afirmó incluso que fueron los medios a través de la pantalla del televisor los que hicieron perder la guerra a Estados Unidos en el campo de batalla. Desde entonces, Estados Unidos corrigió ese ‘defecto de objetividad’ de la prensa llegando hasta el ‘grado cero’ de la muerte de Osama Bin Laden. Con respecto a la Guerra de Vietnam, véase entre otros HERMAN, Edward S. y CHOMSKI, Noam, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Londres, Vintage Books, 1994, pp. 169-251.

⁵⁵ Intercambio por e-mail con el artista el día 20 de octubre de 2012.

la imagen, haciendo un *bypass* al *blackout* informativo⁵⁶ impuesto por la Administración Obama, a partir precisamente de la información aparecida en los medios y las especulaciones en torno a lo ocurrido.



Kepa Garraza, *The Burial* (2012), óleo sobre lienzo, 200x150cm

En este caso sus representaciones nos ayudan a rellenar esos ‘agujeros’ informativos permitiendo al espectador completar el relato. Esta imagen, que representa el momento justo antes de que el cadáver sea arrojado al mar, constituye sin duda alguna uno de los *puncta* del simulacro pictórico, pero tampoco aquí en *The Burial* no tenemos plena certeza de que el cadáver que se halla en la bolsa sea el de Osama Bin Laden. Podríamos decir que la realidad supera la ficción en la ficción.

⁵⁶ Este afán por controlar la información no es nada nuevo. Recordemos, por ejemplo, la invasión de la isla caribeña Granada por Reagan el 23 de octubre de 1983, que impuso un bloqueo mediático absoluto impidiendo a la prensa transmitir cualquier tipo de información o la antes mencionada *Tormenta del Desierto* que fue exclusivamente emitida por la CNN y bajo unas condiciones muy específicas, entre ellas la imposibilidad de mostrar los cadáveres de las víctimas, como también las imágenes del 11 de septiembre que también serían ‘amputadas’ para evitar imagen de vulnerabilidad.

2.2 La guerra buena

El último ejemplo en nuestro análisis comparativo lo constituye el relativamente recién estrenado film *La noche más oscura*⁵⁷ de la ‘oscarizada’ Kathryn Bigelow. Hemos optado por dedicarle más espacio de análisis a esta película dado que, como ejemplo de un destacado producto de la cultura popular que llega a millones de espectadores en todo el mundo, expresa aquello que Jason Dittmer denomina lo “inherentemente geopolítico”: el cruce entre el entretenimiento y la propaganda.⁵⁸ El ‘cine en la era del terror’ implica, como sugiere Klaus Dodds, que las guerras se libren dos veces: una en el campo de batalla, y otra en la pantalla.⁵⁹ Y ello es perfectamente entendible dado que en nuestra era del storytelling no importa qué bando ha ganado, sino qué relato se ha impuesto. ¡Y qué duda cabe que el cine de entretenimiento de Hollywood es una de las mejores armas para reescribir la historia!

La cineasta británica Kathryn Bigelow realiza un filme que podemos calificar de ‘reconstitución histórica’⁶⁰: la recreación de la supuesta caza y muerte de Osama Bin Laden con voluntad directa de ‘hacer historia’ evocando un hecho histórico y reconstituyéndolo con más o menos rigor.

Si, como manifestaba Siegfried Kracauer⁶¹, el cine revela la ‘vida interior’ de un pueblo, entonces Bigelow escribe con ello un ‘nuevo tipo de historia’ que se convierte en herramienta propagandística y que se aleja de las visiones críticas de la guerra de algunas de las películas más destacadas del cine bélico. Lejos quedan las críticas a la Guerra de Vietnam.⁶² En este contexto ‘post-11 de septiembre’,

⁵⁷ El título original en inglés es *Zero Dark Thirty*: la frase de la jerga militar que hace alusión a las 00:30 de la madrugada, hora en que las fuerzas especiales SEAL (Sea, Air and Land) de la Marina norteamericana pusieron pie a tierra en Abbottabad.

⁵⁸ DITTMER, Jason, *Popular Culture, Geopolitics and Identity*, Rowman Littlefield Publishers Ltd., Lanham (Maryland), 2010, pp. xv-xxi.

⁵⁹ DODDS, Klaus, *Geopolitics: A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press, 2007, pp. 145-172.

⁶⁰ Aplico aquí la clasificación de filmes de historia manejada por CAPARRÓS LERA, J.M., *La guerra de Vietnam, entre la historia y el cine*, Barcelona, Editorial Ariel, 1998, pp. 35-42, a saber: 1) filmes de reconstrucción histórica 2) filmes de ficción histórica y 3) filmes de reconstitución histórica. Esta clasificación está a su vez basada en las teorías cinematográficas de Marc Ferro.

⁶¹ KRACAUER, Siegfried citado en CAPARRÓS LERA, J.M., *La guerra de Vietnam, entre la historia y el cine*, Barcelona, Editorial Ariel, 1998, p. 10.

⁶² Evidentemente hemos de reseñar algunas películas en contra de la Guerra de Irak, como por ejemplo *Jarhead, el infierno espera* (2005), *El sospechoso* [Rendition] (2007), *En el Valle de Elah* (2007),

caracterizado aún por la doctrina de la ‘guerra al terror’ y el ‘miedo a los bárbaros’ - como diría Tzvetan Todorov⁶³-, Occidente maneja una visión maniquea extremadamente simplificada, y de la que *La noche más oscura* es un perfecto ejemplo, que lleva a la justificación de la tortura como medio ‘justo’ a la hora de salvar vidas y evitar atentados, “porque eso -como manifestó Bush al *International Herald Tribune* en fecha 6 de octubre de 2007- es lo que nos piden nuestros ciudadanos”.⁶⁴

2.2.1 La noche más oscura

El filme *La noche más oscura* nos permite adentrarnos en los tres niveles de representación de Casetti⁶⁵. El mundo de la ‘puesta en escena’ viene definido por un argumento bien sencillo: la captura por parte de la agente de la CIA Maya (Jessica Chastain) de Osama Bin Laden. La joven agente, de la que poco se sabe y se sabrá, solo que fue muy joven reclutada en las aulas de la universidad para trabajar en la Sección de Inteligencia, se incorpora por voluntad propia a las oficinas de Islamabad.



Captura de imagen de la película *La noche más oscura* de Kathryn Bigelow (2013)

Leones por corderos (2007) o *Ausente* [Stop-Loss] (2008), pero son ejemplos que forman una abrumadora minoría en relación con la tónica general de Hollywood.

⁶³ TODOROV, Tzvetan, *The Fear of Barbarians*, Cambridge, Polity Press, 2010, pp. 86-126.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 122.

⁶⁵ CASETTI, Francesco, *Teorías del cine, 1945-1990*, Madrid, Cátedra, 1994, pp. 121-170.

A partir de ahí todo girará en torno a ella y asistimos a su aprendizaje de los métodos de la CIA para hacer que los ‘canarios’, o sea, los presos islámicos sospechosos de pertenecer a una cédula de Al Qaeda, ‘canten’: privaciones de sueño, sesiones atronadoras de música, reclusión en agujeros oscuros, humillaciones sexuales, la técnica del ‘submarino’... Todo en este nivel gira en torno a la caza de Osama Bin Laden. Los personajes apenas son esbozados y ni siquiera el personaje de la propia Maya sufre un importante cambio psicológico a lo largo del aprendizaje. En realidad, no sabríamos decir si es buena o es mala. El tema principal se ve aderezado por motivos que se repiten una y otra vez y que funcionan a modo de contrapunto y alternancia: situaciones de peligro, atentados, escenas de tortura e interrogatorios. El valor arquetipo que subyace a toda la película es la democracia como valor supremo de las sociedades avanzadas y la idea de que ‘los malos siempre pierden’.

En lo que se refiere a la puesta en escena, merecen mención aparte los ‘paratextos’ dado que *En la noche más oscura* desempeñan, por así decirlo, un papel primordial. La película arranca con el mensaje siguiente: “The following motion picture is based on first hand accounts of actual events.” En otras palabras: la película está basada en un relato de primera mano, o sea, en testimonios reales. Ello la convierte en una película-reportaje o un documental cinematográfico, que ya desde el primer momento configura la experiencia receptora del espectador induciéndole a pensar que lo que va a presenciar va más allá de un mero entretenimiento y responde a una reproducción de la historia de la manera más fiel posible. Pero, en el fondo, poco importa si esa ‘voluntad de verdad’ es perseguida mediante una película ‘documental’ o una película de ‘ficción’, porque, como bien señala Rancière, “para ésta lo real no es un efecto que producir, sino un dato que comprender.”⁶⁶ La película acaba indicando, antes de que aparezcan los créditos, que “algunos de los caracteres y caracterizaciones fueron inventados a efectos de una mejor dramatización”.

La puesta en cuadro es bastante clásica. Maya, la protagonista, recibe el mayor número de encuadres, y su enemigo, Osama Bin Laden, apenas aparece tres veces en total durante toda la película: visto desde planos cenitales donde apenas se le reconoce o, incluso, a través de la pantalla de un teléfono móvil de uno de los miembros del comando asaltante. Maya aparece en primeros planos, planos medios, planos

⁶⁶ RANCIÈRE, Jacques, *La fábula cinematográfica. Reflexiones sobre ficción en el cine*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2005, pp. 182-183.

centrales, frontales de cuerpo y cenitales, en algún momento, que ayudan a identificarnos con el personaje y ver la historia desde su punto de vista. La ambientación de la película va cambiando entre interiores –por lo general centros de detención u oficinas de la CIA y embajadas- y exteriores –espacios urbanos de ciudades en Pakistán, campamentos militares en el desierto, la casa de Osama Bin Laden, las oficinas de la CIA en Langley-, muchas de las escenas son filmadas de día donde hay una mezcla de luz natural y artificial, y la escena principal y más apoteósica del filme –el asalto a la casa de Osama Bin Laden- es filmada de noche y el espectador la percibe la mayor parte de las veces a través del característico color verde que generan los dispositivos de visión nocturna de los comandos (pensemos por ejemplo en la misma escena final de Jody Foster en *El silencio de los corderos*).

El espectador se mantiene bastante pasivo a lo largo de la película, pues excepto alguna escena –el intento de asesinar a Maya al salir de su casa, el atentado en el Hotel Marriott o el atentado suicida en el Campamento Chapman en Afganistán- todo transcurre dentro de un ritmo dinámico, pero esperado, esto es, la modalidad es bastante estable y todo queda definido hasta alcanzar el irremediable desenlace. El espectador solo ha de esperar a que, después de consumir numerosos fracasos, a la protagonista se le permita investigar la pista más fiable.

La puesta en cuadro prefigura y afianza la puesta en serie. La película es clásica en el sentido en que asistimos a un desarrollo de la trama casi lineal desde los atentados del 11 de septiembre de 2001 hasta la noche de la muerte de Osama Bin Laden el 1 de mayo de 2012. Apenas hay flashbacks ni elipsis; esto responde a la idea de incidir en el paso a paso y en esa lucha contra el reloj, como si fuera una filmación sin interrupciones del desenlace. El montaje es dinámico y en momentos adopta el estilo de reportaje televisivo o de noticiario de actualidad al incluir imágenes de atentados reales –del 11 de septiembre de 2001, del atentado en Londres- protestas delante de embajadas y apariciones de Bush y Obama que va mezclando por analogía o por contraste con las diferentes escenas de la propia película. (Es evidente que Bigelow tuvo acceso a los agentes de la CIA involucrados en la operación, sus instalaciones y material clasificado.) A lo largo de la película presenciamos imágenes de atentados y torturas que se van repitiendo como un mantra.

Podemos decir que el universo que crea Bigelow es fluido, compacto, homogéneo y fácilmente reconocible. Tanto lo que hay en el interior de los bordes del cuadro como el espacio *off* es perfectamente imaginable. El efecto-realidad se consigue también al haber sido grabadas la mayor parte de las escenas de la película en la ciudad de Chandigarh, situada al norte de la India, no muy lejos de Abbottabad paquistaní, que para un espectador occidental pasaría perfectamente por el lugar original del atentado. Finalmente, el realismo se acentúa a través del hecho de que la escena del atentado en la película (30 minutos) coincide casi con el tiempo de la operación real (40 minutos). Osama es el gran fantasma que sobrevuela la trama y su presencia en pantalla apenas se limita a esos breves segundos de la ejecución.

La película conecta con series como *24* que hacen apología del sabido dictum ‘el fin justifica los medios’ y la normalización de la tortura se convierte en un mal menor bien visto por el público norteamericano en esta ‘guerra justa’.⁶⁷ En el fondo, *La noche más oscura* nos viene a decir que la tortura (aderezada de humillación sexual) fue lo que ayudó a cazar a Osama Bin Laden, y con ello Bigelow, como consecuencia de la propia estructura del film y muy en contra de su voluntad, acaba convirtiendo a Osama en un héroe. También se trata del relato de cómo Estados Unidos perdió sus valores morales y democráticos.

Todo ello nos recuerda las palabras de Susan Sonntag cuando afirmaba que el enemigo es moralmente simplificado: “Una y otra vez se percibe el anhelo de una ‘guerra buena’, que no plantee problemas morales, que no admita calificaciones morales.”⁶⁸

⁶⁷ Es muy revelador que la exitosa serie *Homeland* que emite La Cuatro, que trata del héroe de guerra norteamericano Nicholas Brody reconvertido en terrorista de Al Qaeda, muestre una perspectiva diferente más crítica con lo que es moralmente tolerable a la hora de conseguir información.

⁶⁸ SONNTAG, Susan, “La imaginación del desastre” en Antonio José Navarro, *El cine de ciencia ficción. Explorando mundos*, Valdemar, Madrid, 2008 y en particular LENNE, Gérard, “La ciencia ficción, un conglomerado heteróclito”, pp. 39-40.

CONCLUSIONES

A medida que ha ido avanzando el argumento de nuestro trabajo fin de máster, hemos podido comprobar cómo el enfoque interdisciplinario aquí expuesto nos ha permitido establecer la ‘iconicidad’ y ‘credibilidad’ de cada lenguaje artístico apelando al *Zeitgeist* surgido a raíz del atentado en las Torres Gemelas en Nueva York el 11 de septiembre de 2001. En este sentido, la alocución televisada y la película poseen el grado de iconicidad más alto debido a su gran semejanza entre el objeto representado y la representación⁶⁹, mientras que la pintura realista y el vídeo animado tendrían un nivel medio y bajo, respectivamente. La dialéctica *Obama-Osama* (bueno-malo, héroe-villano, civilizado-bárbaro) es el hilo conductor que recorre estos ejemplos y que, a su vez, bebe de la literatura y el teatro clásicos y la figura mítica del héroe: desde Hércules, el Cid, Sigfrido hasta Che Guevara o Superman.

Finalmente, en el plano ideológico, dado que entiendo que cualquier texto o discurso es ideológico de por sí, la pregunta sería: ¿qué nos transmiten estas imágenes? Como bien señala John Street, “Aquel que controla la imagen controla la realidad, el ejercicio de la política ya no es real, sino virtual.” (*la traducción es mía*).⁷⁰ Obama y Bigelow –difícilmente se puede decir que la suya sea una película anti-belicista, más bien al contrario- simbolizan la ideología neo-liberal de la ‘post-democracia’ del nuevo orden mundial, en el que la política y los medios de masas están cada vez más interconectados en la misión conjunta de crear una opinión pública que asimile y valide dicha propaganda sin el menor cuestionamiento.

Es cuando menos oportuno recordar aquí las primeras palabras de Edward Bernays escritas en 1928 en su ya clásico *Propaganda*: “La consciente e inteligente manipulación de los hábitos y las opiniones de las masas son un elemento importante en la sociedad democrática. Aquel que manipula este inadvertido mecanismo de la sociedad constituye un gobierno invisible, que es el auténtico poder que gobierna nuestro país.” (*la traducción es mía*).⁷¹ Langlands y Bell y Kepa Garraza, por el

⁶⁹ ACASO, María, *El lenguaje visual*, Barcelona, Paidós, 2006, pp. 31-36.

⁷⁰ STREET, John, *Mass Media, Politics, and Democracy*, Palgrave Macmillan, Nueva York, 2011, pp. 10-11, : “Those who control the image control the reality; we no longer have real politics, we have virtual politics.”

⁷¹ BERNAYS, Edward, *Propaganda*, Nueva York, IG Publishing, 2005 (con introducción de CRISPIN MILLAR, Mark), p. 37 (publicado originalmente en 1928): “The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in democratic

contrario, nos animan a cuestionar el régimen visual actual a través de una contra-visualidad que responde -parafraseando a González de Ávila- a “una conciencia crítica” que exige “cierto grado de alienación, de ruptura con lo social”, y a una “visión crítica” que precisa “alejarse de lo percibido para poder discriminar y juzgar”.⁷² Evidentemente, el grado de credibilidad que se le pide al arte o al cine no es el mismo que el que se le pide a la política.

Todo lo dicho influye a su vez en el ‘efecto credibilidad’, que viene determinado por la propia experiencia del receptor. La credibilidad se define como una acción ejercida por el enunciador a través de los medios de masas y sociales, con un discurso adecuado a la realidad que describe, esto es, coherente y dotado de veridicción, con el que el sujeto enunciatario se identifica manifestando y orientando su *querer-creer*.

La credibilidad, a modo de resumen, se erige entonces en una imagentexto o imagen-acontecimiento privilegiada de lo mediático, *id est*, aquella confianza trasladada al ámbito de los medios de comunicación que:

- a) proyecta el discurso cultural⁷³ del emisor
- b) genera conflicto en el proceso de traducción⁷⁴ del receptor
- c) actualiza en sentido performativo⁷⁵ la interpretación uniendo el propio acto de mirar con la imagen mirada⁷⁶

society. Those who manipulate this unseen mechanism of society constitute an invisible government which is the true ruling power of our country.”

⁷² GONZÁLEZ DE ÁVILA, Manuel, *Cultura y razón. Antropología de la literatura y de la imagen*, Barcelona, Antrophos, 2010, pp. 254.

⁷³ Entiendo la cultura ya no como ‘super-estructura’ -como afirmaba Marx-, sino como la nueva ‘infra-estructura’ neo-capitalista que cobija y determina todos los otros campos -la religión, la economía, la política, la ideología, etc-. Compárese en este sentido también con el concepto ‘cultura-mundo’ -véase LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean, *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010-, como también la idea avanzada por Nicholas Mirzoeff de que las guerras actuales se plantean como misiones de ‘imperialismo cultural’: MIRZOEFF, Nicholas, *The Right to Look. A Counterhistory of Visuality*, Londres, Duke Press University, 2011, pp. 294-309.

⁷⁴ Referido en el sentido que le da Lotman en tanto en cuanto el acto de comunicación se convierte en un acto de traducción durante el cual “la no coincidencia de los agentes de la comunicación convierte este mismo acto, de una transmisión pasiva, en un juego con carácter de conflicto” en LOTMAN, Iuri M., *La semioesfera III, Semiótica de las artes y de la cultura*, Madrid, Ediciones Cátedra, 2000, pp. 126-128.

⁷⁵ ‘Performativo’ utilizado en el sentido lingüístico de John L. Austin, que fue quien acuñó el término definiéndolo como una manifestación lingüística que no solo describe, sino que también cambia el

- d) interioriza y socializa el discurso por parte del receptor
- e) determina la lectura según el marco de visualización
- f) ejerce en el presente y
- g) requiere de una validación continuada por el receptor

La credibilidad, al igual que la veridicción, solo asegura las condiciones satisfactorias de la transmisibilidad del discurso en la medida en que existe un contrato enunciativo que es aceptado por el destinatario y asumido por el destinador. Sobra decir que tal contrato es frágil y susceptible de ser roto en cualquier momento.

En este mismo sentido, no está demás recordar que la credibilidad comparte rasgos en común con el concepto de carisma *weberiano* en tanto en cuanto ambos dependen de la ‘fortaleza personal’ y su reconocimiento está sujeto a la ‘validación’ que es ‘otorgada libremente y es el resultado de aquello que se considera un signo o una prueba’.⁷⁷ Por otro lado, Weber incide en que -lo que valdría igualmente para el concepto credibilidad- este reconocimiento es desde un punto de vista psicológico “[u]na cuestión de devoción personal hacia el poseedor de esa cualidad, que nace del entusiasmo o de la desesperación o la esperanza.” (*La traducción es mía.*)⁷⁸ En otras palabras: la gente tiende a creer lo que quiere creer en cada momento de acuerdo a sus valores y predisposiciones.

¿Es importante que Obama y el Gobierno de Estados Unidos divulgen las imágenes del cadáver de Osama Bin Laden? ¿La descripción verbal del entierro y la muerte de Osama Bin Laden por parte del presidente es suficiente? ¿La seguridad nacional de Estados Unidos como la de sus ciudadanos estarían en riesgo y serían objeto de represalias?⁷⁹ ¿Es el mero hecho de que la mayoría de los ciudadanos y

mundo creando situaciones nuevas. AUSTIN, John L, *How to Do Things With Words*, Cambridge, Harvard University Press, 1975.

⁷⁶ La ‘impureza’ del acto de mirar definido por BAL, Mieke en “El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales”, en *Estudios Visuales*, #2, diciembre 2004, pp. 16-17.

⁷⁷ WEBER, p. 61.

⁷⁸ Ibid., p. 62: “[a] matter of personal devotion to the possessor of the quality, arising out of enthusiasm, or of despair and hope.”

⁷⁹ En estos momentos la asociación Judicial Watch, al amparo del Acta de Libertad de Información (FOIA), ha interpuesto una causa ante el Tribunal de Apelaciones de los Estados Unidos para solicitar

Gobiernos del mundo lo hayan aceptado sin exigir un esclarecimiento de los hechos una suerte de *fait accompli*? ¿Es lícito que con el fin de combatir el terrorismo el Gobierno trate a cualquier ciudadano como si fuera un terrorista en potencia y espíe sus correos electrónicos y sus llamadas sin su consentimiento?⁸⁰ ¿Es la única disyuntiva que le resta al ciudadano hoy por hoy verse forzado a elegir entre ‘seguridad’ o ‘libertad’?⁸¹

La respuesta es compleja, y todo depende del grado de credibilidad que otorguemos a Barack Obama en representación del Gobierno de los Estados Unidos. Es evidente que la omisión de información en un caso tan importante genera serias dudas de credibilidad. Y en una sociedad hipermediatizada como la nuestra en la que, al igual que ocurre con mucha tecnología, la información lleva incorporada el chip de ‘obsolescencia programada’, esto es, desde el momento que nace ya pierde toda su vigencia, la credibilidad es un activopreciado que cuesta mucho mantener y poco perder. Es oportuno recordar aquí las palabras de Fontcuberta cuando afirma que “La fotografía [y la imagen en general añadiría yo] está perdiendo el aval de sus raíces empíricas y su *credibilidad* pasa a depender de la confianza que se ganen los fotógrafos.”⁸² En otras palabras: es la honorabilidad de aquel que concibe o divulga lo explícito que contiene la imagen, conjuntamente con lo implícito del fuera de campo, lo que pasa a ser determinante.

En las sociedades pre-modernas los ciudadanos creían en los dioses. Por más que nunca los hubieran visto, jurarían que sus desgracias y sus venturas eran la exclamación de su temperamento, y por esa razón –a decir de Píndaro en su *Primera Oda Olímpica* dedicada a Hierón de Siracusa- de los dioses había que hablar píamente y erraba quien a éstos pretendía engañar. Con el advenimiento de la modernidad se

por vía judicial la divulgación de las 52 fotos de la captura y muerte de Osama Bin Laden. Disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20130111/eeuu-se-plantea-juzgados-si-divulgar-no-fotos-del-cadaver-osama-bin-laden/599381.shtml> [consulta: 11/6/2013].

⁸⁰ Es harto interesante que el propio Obama manifestará en 2007 que la política de vigilancia del Gobierno de George W. Bush “plantea una falsa elección entre las libertades que apreciamos y la seguridad que proveemos” (“puts forward a false choice between the liberties we cherish and the security we provide”), citado en el artículo anteriormente mencionado “President Obama’s Dragnet” de *The New York Times*.

⁸¹ Véase en este mismo sentido la entrevista realizada por mí a Zygmunt Bauman en Youtube (Ámsterdam), 13 de mayo de 2012. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=NocgAvZRYrs> [consulta: 13/6/2013].

⁸² FONTCUBERTA, Joan, *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2010, p. 27. (*la cursiva es mía*).

nos enseñó a creer únicamente en aquello que veían nuestros ojos. Pero esta verdad visual entró en crisis con la posmodernidad y el imperio del simulacro y el storytelling. Ahora se nos pide, como a los griegos entonces, que volvamos a creer. La verdad ha dejado de ser una *imagen* para convertirse en un *dogma de fe*. O dicho con las poéticas palabras de Fontcuberta: “presenciamos el tránsito de la fotografía como *evidencia* a la fotografía como *videncia*”.⁸³ Lo que en el fondo nos viene a recordar de manera un punto fastidiosa que ya no somos lo que vemos, sino aquello en lo que creemos.

Concluamos por ahora con que esa plaza pública llamada democracia debe dar acceso a una información creíble y responsable. Obama ordena acciones desagradables pero esenciales según él en un mundo imperfecto, y por eso sigue hablando de valores morales sin tener una excesiva sensación interna de incongruencia. En tanto que ciudadanos, debemos poder desconfiar de estos discursos autoritarios y conformar nuestras propias ‘verdades (visuales)’ sobre aquello que conforma nuestra experiencia de lo real y nuestro mundo. Y la credibilidad nos podría ayudar en esta misión. Es sin duda un tema apasionante, que refleja y reflexiona acerca del complejo momento que vive la sociedad actual, y que ofrece un amplio campo de investigación.

⁸³ FONTCUBERTA, 1997, p.49 (*la cursiva es mía*).

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

-Ilustración página 3: captura de pantalla de la película *La noche más oscura* de Kathryn Bigelow, 2013.

-Ilustración página 16: vista panorámica instalación Langlands & Bell, *The House of Osama Bin Laden*, video-animación interactiva, 2003.

-Ilustración página 17: captura de pantalla del vídeo colgado en Youtube de la emisión de NBC News, domingo 1 de mayo de 2012.

-Ilustración página 19: Kepa Garraza, *The Burial*, óleo sobre lienzo, 200x150cm, 2012.

-Ilustración página 22: captura de pantalla de la película *La noche más oscura* de Kathryn Bigelow, 2013.

BIBLIOGRAFÍA

- ACASO, María, *El lenguaje visual*, Barcelona, Paidós, 2006.
- ARISTÓTELES, *Obras de Aristóteles: Tomo 1: Moral*, Madrid, Medina y Navarro Editores, S/F [1874].
- AUSTIN, John L., *How to Do Things With Words*, Cambridge, Harvard University Press, 1975.
- BAL, Mieke, "El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales", en *Estudios Visuales*, #2, diciembre 2004.
- BARTHES, Roland, *Mythologieen*, Utrecht, Uitgeverij IJzer, 2002.
- BARRAGÁN, Paco, "From Mars to Abbotabad. Or How Barthes, Baudrillard, Obama, Superman, and Osama Got Seated Around the Same Table" en *The Storytellers. Narratives in Contemporary Art*, Selene Wendt (ed.), Milán, SKIRA Editore, 2012, pp. 111-117.
- BERNAYS, Edward, *Propaganda*, Nueva York, IG Publishing, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean, *Simulacra and Simulation*, Ann Arbor,(MI), University of Michigan, 1994.
- *The Gulf War Did Not Take Place*, Sydney, Power Publications, 1995.
- BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Ève, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Ediciones Akal, 2002.
- BRAUDY, Leo, "The Longing of Alexander" en MARSHALL, P. David (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, Nueva York, Routledge, 2006.
- CAPARRÓS LERA, J.M., *La guerra de Vietnam, entre la historia y el cine*, Barcelona, Editorial Ariel, 1998.
- CASETTI, Francesco, *Teorías del cine, 1945-1990*, Madrid, Cátedra, 1994.
- CARLYLE, Thomas, *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*, Londres, J.M. Dent, 1902.
- CROUCH, Colin, *Post-Democracy*, Cambridge, Polity, 2004.
- DITMMER, Jason, *Popular Culture, Geopolitics and Identity*, Rowman Littlefield Publishers Ltd., Lanham (Maryland), 2010.
- DODDS, Klaus, *Geopolitics: A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press, 2007
- ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1968.
- FOGG, B. J., (May 2002). "Stanford Guidelines for Web Credibility." A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab. Stanford University.

- FONTCUBERTA, Joan, *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1997.
- *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2010.
- FULLBRIGHT, J. William, *The Arrogance of Power*, New York, Random House, 1966.
- GARCÍA-LASUÉN, Cristina, *Video Art Now: Real, Virtual, and Machinima*, ARTPULSE, Winter, 2010-2011, Vol. 2 No. 2.
- GONZÁLEZ DE ÁVILA, Manuel, *Cultura y razón. Antropología de la literatura y de la imagen*, Barcelona, Anthropos Editorial, 2010.
- GREIMAS, A. J., *Semiótica y Ciencias Sociales*, Madrid, Editorial Fragua, 1980.
- GREIMAS, A. J. y COURTÉS, J., *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Editorial Gredos, 1991.
- HEDGES, Chris, *Empire of Illusion. The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*, Nueva York, Nation Books, 2009.
- HERMAN, Edward S. y CHOMSKI, Noam, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Londres, Vintage Books, 1994.
- KRACAUER, Sigfried citado en CAPARRÓS LERA, J.M., *La guerra de Vietnam, entre la historia y el cine*, Barcelona, Editorial Ariel, 1998.
- KOTLER, Philip, *Marketing Management*, Upper Saddle River (NJ), Prentice Hall, 2001.
- LENNE, Gérard, “La ciencia ficción, un conglomerado heteróclito” en Antonio José Navarro, *El cine de ciencia ficción. Explorando mundos*, Valdemar, Madrid, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean, *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010.
- LOTMAN, Iuri M., *La semioesfera III, Semiótica de las artes y de la cultura*, Madrid, Ediciones Cátedra, 2000.
- LUHMANN, Niklas, *Confianza*, Barcelona, Anthropos Editorial, 2005.
- LUHMANN, Niklas ‘Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives’, en Diego Gambetta (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Oxford, Blackwell Publishers, 1988.
- LUKACS, John, *Últimas voluntades. Memorias de un historiador*, Madrid, Turner Publicaciones, 2013.

Teoría de la credibilidad. Realidad, representación y responsabilidad en el caso Osama Bin Laden

-MIRZOEFF, Nicholas, *The Right to Look. A Counterhistory of Visuality*, Londres, Duke Press University, 2011.

-MITCHELL, W. J.T. Mitchell, *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009.

-NAVARRO, Antonio José, *El cine de ciencia ficción. Explorando mundos*, Valdemar, Madrid, 2008.

-PANERA CUEVAS, Francisco Javier, *Emociones formales. Reflexiones sobre el inconsciente óptico en la fotografía contemporánea*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 2005.

-PARSONS, Talcott, *El sistema social*, Madrid, Revista de Occidente, 1966.

-RANCIERE, Jacques, *La fábula cinematográfica. Reflexiones sobre ficción en el cine*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2005

-SALMON, Christian, *Storytelling. La máquina de fabricar mentiras y formatear mentes*, Barcelona, Ediciones Península, 2008.

-SCHROEDER, Alan, *Celebrity-in-Chief. How Show Business Took Over The White House*, Cambridge (MA), Westview Press, 2004.

-SONNTAG, Susan, "La imaginación del desastre" en Antonio José Navarro, *El cine de ciencia ficción. Explorando mundos*, Valdemar, Madrid, 2008.

-STREET, John, *Mass Media, Politics, and Democracy*, Palgrave Macmillan, Nueva York, 2011

-TODOROV, Tzvetan, *The Fear of Barbarians*, Cambridge, Polity Press, 2010.

-VV.AA. (con introducción de SEBAG MONTEFIORE, Simon), *Speeches that Changed the World*, Quercus Publishing, Londres, 2005.

-WEBER, Max, "The Sociology of Charismatic Authority. The Nature of Charismatic Authority and its Routinization" en MARSHALL, P. David (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, Nueva York, Routledge, 2006.

Periódicos, revistas y recursos digitales

-BARRAGÁN, Paco: "Entrevista con Zygmunt Bauman", *Youtube* (Ámsterdam), 13 de mayo de 2012. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=NocgAvZRYrs> [consulta: 13/6/2013].

-Editorial, "President Obama's Dragnet", *The New York Times*, 6 de junio de 2013. Disponible en: http://www.nytimes.com/2013/06/07/opinion/president-obamas-dragnet.html?pagewanted=1&_r=2& [consulta: 11/6/2013].

-FOGG, B.J., "Stanford Guidelines for Web Credibility." A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab. Stanford University, mayo 2002. Disponible en: <http://credibility.stanford.edu/guidelines/> [consulta: 11/6/2013].

-GARCÍA-LASUÉN, Cristina, “Video Art Now: Real, Virtual, and Machinima”, *ARTPULSE*, Winter, 2010-2011, Vol. 2 No. 2.

-GREENWALD, Glenn y MACASKILL, Ewen, “Edward Snowden: The Whistleblower behind the NSA Surveillance Revelation”, *The Guardian* (Hong Kong) 9 de junio de 2013. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2013/jun/09/edward-snowden-nsa-whistleblower-surveillance> [consulta: 11/6/ 2013].

-HILL, Amelia, “Osama bin Laden corpse photo is fake”, *The Guardian*, 2 de mayo de 2011. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/02/osama-bin-laden-photo-fake> [consulta: 27/1/2013].

-HYMOWITZ, Carol y FIXMER, Andy, “Murdoch Refusal To Take Responsibility May Dent Credibility”, *Bloomberg* (Nueva York), 20 de julio de 2011. Disponible en: <http://www.bloomberg.com/news/2011-07-20/murdoch-s-refusal-to-take-responsibility-may-undermine-credibility-as-ceo.html> [consulta: 11/6/2013].

-KLEIN, Joe, “Obama 1, Osama 0”, *Time* (Londres), 20 de mayo de 2011. Disponible en: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2069580,00.html> [consulta: 27/1/2013].

-MORRIS, Clayton entrevista a HUCKABEE, Mike, “Huckabee Wades Back into Pop Culture, Suggests Superman is Leading America to Become Part of a “Stewpot of Idiocy”, Fox & Friends Saturday, Fox News (Nueva York), 30 de abril de 2011. Disponible en: <http://mediamatters.org/video/2011/04/30/huckabee-wades-back-into-pop-culture-suggests-s/179225> [consulta: 12/6/2013].

-OBAMA, Barack, “President Obama on Death Osama bin Laden”, *The White House Blog* (Casa Blanca, Washington), 1 de mayo de 2011. Disponible en <http://www.whitehouse.gov/blog/2011/05/02/osama-bin-laden-dead> [consulta: 13/6/2013].

-REAGAN, Ronald, “President Ronald Reagan’s Adress on the Iran-Contra Affair” (Casa Blanca, Washington), 4 de marzo de 1987. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=R67CH-qhXJs> [consulta: 11/6/2013].

-Redacción, “Devastated Syrian town becomes focus of drama series”, *Yahoo Finanzas*, (Londres), 10 de mayo de 2013. Disponible en: <http://in.finance.yahoo.com/video/devasted-syrian-town-becomes-focus-030000306.html> [consulta: 11/6/2013].

-Redacción, “Bin Laden’s death: a Conspiracy Theory”, Next Media Animation TV (Taipéi), 5 de mayo de 2011. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=KiUZGfYphxY [consulta: 27/1/2013].

-Redacción, “EE.UU. se plantea en los juzgados si divulgar o no las fotos del cadáver de Osama Bin Laden”, RTVE (Madrid), 11 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20130111/eeuu-se-plantea-juzgados-si-divulgar-no-fotos-del-cadaver-osama-bin-laden/599381.shtml> [consulta: 11/6/2013].