
Special issue
Visual motifs

Manuel Garin

<https://orcid.org/0000-0001-9596-8257>
manuel.garin@upf.edu
Universitat Pompeu Fabra

Ana Aitana Fernández

<https://orcid.org/0000-0002-1471-9855>
afernandezm@tecnocampus.cat
Tecnocampus, UPF

Recibido

15 de diciembre de 2020

Aprobado

14 de febrero de 2021

© 2021

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.34.2.333-350

www.communication-society.com

2021 – Vol. 34(2)

pp. 333-350

Cómo citar este artículo:

Garin, M. & Fernández, A. A. (2021).
Imágenes y motivos visuales del
poder económico español: la corte
del Ibex y la crisis bancaria (2011-
2013). *Communication & Society*,
34(2), 333-350.

Imágenes y motivos visuales del poder económico español: la corte del Ibex y la crisis bancaria (2011-2013)

Resumen

Los medios de comunicación ayudan a construir el imaginario visual e iconográfico del poder económico en la tensión dialéctica entre lo que muestran y lo que dejan fuera de campo. Imágenes como las colas del paro, los gráficos y los retratos de los poderosos aparecen asiduamente en las portadas de prensa revelando diferentes motivos visuales esenciales para comprender la narrativa de la economía, con sus herencias, mutaciones y jerarquías, que evidencian su relación con otros ámbitos del poder como la monarquía o la política. Este artículo intenta descifrar los códigos de representación visual del ámbito económico en España a través del análisis cualitativo de las fotografías de portada publicadas en *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* de 2011 a 2013, período marcado por la crisis bancaria y financiera, las protestas civiles o el procesamiento judicial de figuras como Rodrigo Rato. La metodología utilizada combina el análisis visual y la iconografía comparada con fundamentos teóricos de la semiótica social y la *visual communication*, además de entrevistas a fotoperiodistas y jefes de gabinete. Finalmente, en los resultados se concluye que tanto los líderes económicos como los *media* codifican sus fotografías empleando motivos visuales concretos para proyectar una imagen distante y proactiva de la élite bancaria, que solo se trastoca cuando figuras antes veneradas de la élite económica caen en desgracia por casos de corrupción. Y también que en la dialéctica de lo visible y lo invisible del poder económico quedan ocultos momentos históricos que nunca podrán ser fotografiados.

Palabras clave

Poder, economía, motivo visual, crisis financiera, fotoperiodismo, historia, media.

1. Introducción, marco teórico y metodología

El presente artículo analiza la representación visual e iconográfica del poder económico en España y, más concretamente, el imaginario de la crisis financiera cuyo epicentro se situó en 2012, con el rescate bancario de las cajas de ahorros mediante la intervención de la Unión Europea, tras un año de intensas protestas civiles. Enmarcada en el proyecto “MOVEP. Motivos visuales en la esfera pública. Producción y circulación de imágenes del poder en España, 2011-2017,” nuestra investigación tiene como principal objetivo descifrar cómo se

representó visualmente a los principales líderes de la economía, con qué fotografías y motivos, en un momento histórico en el que la gravedad de los acontecimientos hacía imposible no exponer, en imágenes, las estructuras y figuras de ese ámbito del poder –no por opaco menos sintomático– en la esfera pública española. Para ello, hemos trabajado sobre un corpus de imágenes que integra todas las portadas de los tres periódicos generalistas más vendidos, *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, entre 2011 y 2017 (más de 7.600 cabeceras), procediendo luego a un segundo filtrado de la muestra que se centra en el período 2011–2013 (sobre un total de 3.260 portadas). Hemos preferido centrarnos en esos tres años porque se trata de un período especialmente significativo en cuanto al poder económico en España, debido a seis factores clave que cristalizaron en 2011, se desataron en 2012 y acabaron atenuándose en 2013:

1. La quiebra, fusión y nacionalización parcial de cajas de ahorros españolas.
2. El cambio del gobierno de Zapatero al de Rajoy, con alternancia de cargos en el Ministerio de Economía, pero también –y de forma clave– en el Banco de España.
3. El epicentro de la crisis del sistema financiero europeo con intervenciones en diversos países de la UE, como Portugal, Grecia, Italia o Chipre.
4. El procesamiento criminal de figuras clave del mundo político-económico tanto a nivel nacional, Rodrigo Rato o Miguel Blesa, como internacional, Dominique Strauss-Kahn o Silvio Berlusconi.
5. La mayor gravedad de la crisis en España en lo referente a indicadores e índices económicos, como la prima de riesgo, la cotización del IBEX o el paro.
6. El apogeo de protestas sociales y civiles de primerísimo orden en todo el país, del 15-M a los colectivos anti-desahucios, los preferentistas y los jubilados.

Respecto al marco teórico y la metodología, esta investigación entronca con la tradición iconológica (Panofsky, 1972), el análisis visual (Arnheim, 1969) y la iconografía comparada (Warburg, 2010; Didi-Huberman, 2002) para centrarse en el estudio de los motivos visuales (Balló, 2000; Balló & Bergala, 2016). Con paralelismos en el ámbito musical (André, 2007) y literario (Steiner, 1995), los motivos visuales pueden definirse como una serie de patrones de representación pictórica y fotográfica compartidos por creadores de diversos medios – pintores, fotoperiodistas, cineastas –, que integran códigos de creación y de reconocimiento de imágenes a partir de variables formales concretas. Generadores tanto de “modos de representar” como de “modos de ver” (Berger, 1972), los motivos se basan en estrategias de composición visual, como la posición de los personajes dentro del encuadre (por ejemplo, la *pietà* en múltiples representaciones del sufrimiento), la gestualidad, los movimientos y distancias, la escala de planos, el ángulo de cámara, la iluminación o el montaje; una maleabilidad que los vuelve muy útiles para analizar, comparativamente, el fotoperiodismo y la ficción audiovisual (Balló & Pintor, 2019). Al centrarnos en imágenes de portada hemos reforzado esa metodología con dos enfoques complementarios: por un lado, el análisis de la fotografía (Barthes, 1981) y el periodismo visual desde la teoría crítica y la estética (Sontag, 1977; Berger, 2013); y por otro, el estudio de los procesos de edición gráfica en prensa desde la semiótica social (Kress & van Leeuwen, 1998, 2006) y la *visual communication* (Fahmy *et al.*, 2014), a fin de adquirir una visión transversal sobre las implicaciones históricas e ideológicas de las imágenes del poder en España, documentando sus ecos y latencias.

Por último, para comprender mejor las dinámicas productivas detrás de cada imagen, se ha entrevistado a más de una veintena de profesionales del sector aplicando métodos de los *production studies* (Banks & Mayer, 2009, 2015); expertos del ámbito que van desde la dimensión concreta del poder que quiere –o no– ser fotografiada (personal de protocolo y comunicación) hasta el fotógrafo que se desplaza para tomar la imagen, el editor gráfico que la retoca, o los jefes de sección que proponen su ubicación y forma final a la dirección del periódico. En línea con trabajos previos de análisis periodístico (Fahmy & Wanta, 2007), hemos incorporado testimonios puntuales de fotógrafos, jefes de gabinete, periodistas y

asesores de imagen recogidos en la fase de entrevistas del proyecto (que aparecen aquí anonimizados), para aportar matices sobre cómo se pre/conciben y elaboran las imágenes en el día a día. Es un proceso complejo y con claras implicaciones ideológicas (al escoger una fotografía y no otra, por ejemplo) que, según Kress y van Leeuwen, suele permanecer oculto para el público en general (2006, p. 114), y merece ser desvelado y estudiado mediante investigaciones críticas.

2. Un exceso vacío: límites y tensiones de la imagen económica

Los principales estudios críticos sobre la realidad económica contemporánea, tanto desde la estadística (Piketty, 2015) como desde la antropología comparada (Graeber, 2011), coinciden en subrayar el carácter poroso y multiforme de lo económico en nuestra sociedad, incidiendo en cómo las prácticas, conceptos y términos vinculados al mercado, el dinero o la deuda permean cualquier otro aspecto de la vida contemporánea. Desde metodologías radicalmente distintas, pero con resonancias, los monográficos de Graeber y Piketty ahondan en la centralidad de la economía (su terminología, sus políticas, sus números, sus geografías y su historia) como clave ineludible y principal arcano de nuestro tiempo. ¿Hay algún ámbito de la esfera pública contemporánea que pueda entenderse sin tener en cuenta consideraciones económicas? Por tanto, ¿cómo delimitar su representación visual, sus principales figuras y motivos, en un mundo en el que casi cualquier imagen o filmación de figuras públicas remite indefectiblemente a la economía, de forma explícita o implícita?

A diferencia de otros ámbitos de poder cuya delimitación e iconicidad es bastante más clara, escoger qué imágenes representan algún tipo de poder (o una lucha de poderes) económico/s es una tarea compleja, por la propia mutabilidad y omnipresencia de la economía en nuestra sociedad. Por ello, antes de profundizar en los motivos visuales de la crisis bancaria que centran este artículo, creemos necesario abrir el foco y enumerar primero otros motivos ligados al poder económico, de forma más amplia; una panorámica general que nos ayude a descifrar cómo y qué representa la economía, visualmente, partiendo de una hipótesis de base: el contraste entre figuraciones del exceso y del vacío que revelan una desigualdad latente. Como ejemplo de esa dialéctica, en la muestra de portadas hemos detectado una tensión entre la imagen canónica de las colas del paro (cargada de significantes ideológicos y raciales) y su inversión absoluta en las colas de las rebajas, polos opuestos de inactividad y frenesí económico (Fig. 1).

Figura 1



Es muy sintomático que la acumulación en hilera evoque significados tan diversos, amontonando unos cuerpos tras otros para representar *a la vez* una carencia radical (frente a las oficinas del INEM, dando la vuelta a una esquina) y el paroxismo consumista más desatado (esperando a que abran El Corte Inglés o bajo el alumbrado navideño). En el primer caso, el motivo se remonta al imaginario de la Gran Depresión y el Crack del 29 que, junto a los retratos de Arthur Rothstein, Walker Evans o Dorothea Lange, también legó a la cultura de masas la imagen mucho más áspera y mecanizada –casi taylorista– de la cola del paro o la beneficencia, que se trasladó a la puerta de los bancos en quiebra durante la crisis de 2007–

2008. Este uso de la despersonalización cuantitativa y lineal de las hileras ilustra *también* las portadas cuando quieren dar fe de la bonanza económica del consumo (con tres veces más incidencia en el caso de *La Vanguardia* que en *El Mundo* y *El País* para el periodo analizado). Según ha señalado Adrian Martin en su análisis del motivo de “la serie” (Balló & Bergala, 2016, p. 111), Sartre ya relacionó ese hieratismo ambivalente de las colas con procesos de abstracción y generalización masificada de la vida, cuya relación con lo económico ha dado luz a sátiras visuales en múltiples películas (Garin, 2014, pp. 125, 265).

Basados en la representación despersonalizada de ciudadanos de a pie como números acumulables, los motivos de la cola del paro y de las rebajas tienen ramificaciones económicas de flujo: su razón de ser es macro y microeconómica a la vez, como prueba el hecho de que en ambos la imagen suele ir acompañada de datos cuantitativos y estadísticos, ya sean tasas de desempleo o índices de consumo. Esta “abstracción numérica” de lo visual será clave para nuestro análisis posterior de la banca, y es uno de los elementos centrales que tanto Graeber (2011, p. 314) como Piketty (2015, pp. 32, 593) destacan en sus estudios, a saber, que la cuantificación estadística –la pobreza o la riqueza sin rostro– es una forma de enmascarar las desigualdades estructurales del sistema económico en su conjunto, deshumanizándolas y presentándolas como déficits o excedentes contables, cantidades intercambiables en lugar de realidades históricas y dramas humanos. Por ello, no es de extrañar que la imagen-límite de esa in/actividad de los capitales sea otro motivo visual, el del paisaje vacío o el “erial económico”, que los periódicos ilustran mediante fotografías de lugares habituales de consumo (aeropuertos, centros urbanos) completamente desiertos, enfatizando la composición visual de una ausencia o una carencia.

En ese sentido, merece la pena destacar que el análisis visual de lo económico pasa por una bipolaridad clara entre imágenes del exceso e imágenes del vacío, entre el plano rebosante y el plano desierto, entre lo que se muestra y lo que no puede ser mostrado, lo acumulable y lo invisible, que perfilan lo que Giorgio Agamben (2010, p. 31) llama una tensión dialéctica de las imágenes:

La *Dialektik im Stillstand* a la que Benjamin se refiere implica una concepción de la dialéctica cuyo mecanismo no es lógico (como en Hegel), sino analógico y paradigmático (como en Platón). Según la aguda intuición de Melandri, su fórmula es “ni A ni B” y la oposición que esta implica no es dicotómica y sustancial, sino bipolar y tensiva: los dos términos no son ni suprimidos ni constituidos en unidad, sino que se mantienen en una coexistencia inmóvil y cargada de tensiones.

Es decir, para descifrar la compleja red de ambivalencias y contradicciones de las imágenes económicas no basta con aislarlas en motivos opuestos, sino que es fundamental analizarlas *juntas*, en tensión, entendiendo que el extremo más rico y poderoso se imbrica absolutamente con el más desposeído y explotado, el máximo rendimiento con la supervivencia de mínimos, y que la desigualdad capital/deuda (Graeber, 2011) o patrimonio/renta (Piketty, 2015), extrema dentro de y entre la mayoría de países del mundo, se ha vuelto imprescindible tanto para la economía de mercado como para la de las imágenes que la sustenta (Sontag, 1977, p. 168):

A capitalist society requires a culture based on images. It needs to furnish vast amounts of entertainment in order to stimulate buying and anesthetize the injuries of class, race, and sex. And it needs to gather unlimited amounts of information, the better to exploit natural resources, increase productivity, keep order, make war, give jobs to bureaucrats. The camera's twin capacities, to subjectivize reality and to objectify it, ideally serve these needs and strengthen them. Cameras define reality in the two ways essential to the workings of an advanced industrial society: as a spectacle (for masses) and as an object of surveillance (for rulers). The production of images also furnishes a ruling ideology. Social change is replaced by a change in images. The freedom to consume a plurality of images and goods is equated with freedom itself. The narrowing of free political choice to free economic consumption requires the unlimited production and consumption of images.

Acercando esa reflexión de Sontag a nuestro estudio de caso, es clave tener en cuenta que la presencia o no de un banquero en la portada de un periódico, o la sustitución de su rostro y su persona por la fachada de un edificio corporativo, es decir, el hecho de exponer o no un determinado tipo de poder visualmente, es inseparable de esa economía de las imágenes a la que hace referencia la autora neoyorquina. Solo así se explica que en la muestra *convivan* motivos de ostentación económica (como mansiones, yates y coches de lujo) con otros de crisis exacerbada, retratos casi tercermundistas de diversos segmentos de la población española, participando de una misma ecología de lo visual. Este contraste llega al paroxismo si comparamos la abstracción y el vértigo numérico de los gráficos económicos del IBEX, la prima de riesgo o el paro (uno de los motivos más recurrentes, sobre todo en *La Vanguardia*: 34 portadas en 2011, 24 en 2012 y 14 en 2013), con el *pathos* y el dedo acusador de una afectada por las preferentes gritando en el Congreso en primera página de *El País* y *La Vanguardia* el 13 de abril de 2012:

Figura 2



El peso y la alarma cuantificada de los gráficos, cuyo poder de abstracción es según varios autores el verdadero escándalo de la economía (Dyer, 2016; Graeber, 2011), frente al rostro humano y el drama desatado de la crisis, la *madonna* sufriente (Fig. 2). Pero más allá de la especificidad de cada motivo, es clave entender que pese a sus diferencias, la mayoría de imágenes económicas participan de un mismo circuito de crédito/deuda. Así, aunque haya motivos visuales que se repiten cíclicamente (la firma del acuerdo entre patronal y sindicatos), y otros cuya incidencia varíe según se trate de imagen fija o en movimiento (los planos cinéticos de acuñación de moneda, recurrentes en los informativos de TV y ausentes en las portadas), la mayoría evoca una dialéctica entre carencia y derroche económico –hechos imagen– con antecedentes claros en la historia del arte. De ahí que cualquier pregunta sobre la representación visual e iconográfica del poder financiero deba partir de un campo de relaciones y *habitus* económicos más amplio, que hemos perfilado aquí de forma introductoria para fundamentar el análisis.

3. ¿Es visible el poder económico? Una imagen central y dos fueros de campo

Desde la historia del periodismo y la *visual communication*, diversas investigaciones apuntan a la existencia de mecanismos de control editorial, filtraje interno y *gate-keeping* o *agenda setting* a la hora de publicar unas u otras imágenes en la portada de un periódico (Fahmy *et al.*, 2014; Smaele *et al.*, 2017). En esa línea, los estudios de caso cuantitativos de Shahira Fahmy sobre el Huracán Katrina, el 11-S o las guerras de Afganistán e Irak, centrados en la cobertura fotoperiodística, demuestran que determinadas variables de representación visual, como el dramatismo de la imagen o la proximidad geográfica y cultural del tema, así como el origen corporativo de la fotografía (si está hecha por personal de plantilla o viene de agencias como

Reuters y AFP), son clave para determinar qué fotos ocupan la portada de los diarios, con importantes desvíos ideológicos y éticos dependiendo del país, del tipo de medio y del *background* profesional de los fotoperiodistas.

Aunque no hayamos detectado estudios focalizados exclusivamente en imágenes de portada económicas, sí hay evidencias cuantitativas (Kim & Chung, 2017) de que el porcentaje de fotografías relacionadas con los negocios y la economía tiende a ser muy inferior al de otros ámbitos como política o internacional (en el caso del *New York Times*, cuatro veces menor respecto al primero y nueve respecto al segundo), y lo que es más importante, que el diferencial entre imágenes e informaciones económicas de portada, es decir, entre noticias de primera sobre economía *con o sin imagen*, es muy elevado (del 50 % en el caso del *New York Times*), de modo que apenas en la mitad de los casos en los que hay titulares o textos económicos aparecen también imágenes. Pese a que el citado estudio cuantifique una muestra limitada, de un solo país, y que no subdivida entre tipos de imágenes económicas (analiza las portadas en general), apunta a una tendencia constatada también en las portadas del archivo del proyecto MOVEP centrado en *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* entre 2011 y 2017: la presencia de motivos económicos es comparativamente baja (inferior al 10 %) en relación con otros ámbitos del poder en la esfera pública como el político (36,86 %) o el civil (33,75 %).

Más allá del carácter eminentemente cualitativo de una clasificación como la nuestra, basada en variables formales e iconográficas y motivos visuales, esa clara infraexposición del ámbito económico frente a su peso real en la sociedad concuerda con una percepción arraigada: que mientras otros actores copan las portadas centrando la atención superficial, el verdadero poder económico se mueve “entre bambalinas”, haciendo honor a la famosa *mano invisible* que, desde Adam Smith hasta nuestros días, va ligada a los mercados financieros. De hecho, la mayoría de los fotoperiodistas entrevistados han aludido a la dificultad de colocar fotografías de líderes y autoridades económicas en las portadas, señalando dinámicas internas del oficio: los lugares en que se toma la fotografía, los límites que el departamento de comunicación de una empresa impone en sus instalaciones, criterios editoriales acerca de qué publicar, o la autocensura sobre qué imágenes enviar o guardar. Pero en todos los casos subyace una mezcla de prudencia, respeto y cierto miedo que la mayoría de fotógrafos vinculan con el hecho de fotografiar a hombres de negocios y autoridades económicas, o como nos relató uno de los profesionales entrevistados, cuestionar “a quienes de verdad mandan”.

Lo revelador es que no se trata de un mero criterio de *visual gatekeeping* de los jefes de redacción (aparecer o no en portada), sino de una manera de autorregular la toma de imagen por parte de los propios fotoperiodistas, es decir, de valorar si se puede o no puede hacer *esa* foto, especialmente cuando se trata de figuras económicas; sin olvidar la relación de vasos comunicantes entre el poder económico y los medios de comunicación, teniendo en cuenta que los intereses comerciales (de financiación) de los diarios afectan directamente a su independencia (Castells, 2009). A ese respecto, parece remarcable que en la muestra analizada la única constante visual, más allá de cabeceras y logos, sea la imagen publicitaria del anunciante que paga su espacio en portada.

En ese sentido, es especialmente revelador que otro de los fotoperiodistas con más trayectoria y experiencia nos comentase que a él y a muchos otros compañeros les da “muchoa satisfacción poder hacer una foto a ciertas figuras políticas o económicas en las que aparezcan mal, cuando han sido procesados y hundidos”; una satisfacción relativamente frecuente al hablar de figuras político-económicas imputadas en casos de corrupción bancaria (como Rato o Blesa) y caídas en desgracia, pero menos habitual cuando se trata de la élite financiera del país. ¿Qué sucede con los verdaderos rostros del poder económico español? ¿Cómo se fotografía al IBEX-35?

Figura 3



Precisamente porque las imágenes que retratan a los líderes del IBEX son escasas, las portadas coincidentes de *El País* y *El Mundo* del 25 de marzo de 2012 suponen un hito ineludible para nuestra investigación, una imagen central alrededor de la cual se tejen los principales interrogantes, resortes y tensiones del poder económico en España (Fig. 3). Que dos de las tres principales cabeceras nacionales, con perfiles ideológicos aparentemente opuestos, escogieran una misma fotografía del rey Juan Carlos I junto a diecisiete de los hombres más poderosos del mundo económico, en los peores momentos de la crisis financiera y en el mismo mes en que se tomaron las decisiones clave para la caída, rescate y expiación de la cúpula de las cajas de ahorros y el Banco de España (Ekaizer, 2017), es extremadamente sintomático. Por ello, nuestro objetivo en estas líneas será relacionar esa imagen *visible* del poder económico, la promesa de las altas esferas económicas de arrimar el hombro por la crisis (según explicita el titular de *El Mundo*), “dando la cara” a exhortación de –y junto a– el rey, con otras imágenes y motivos relacionados, pero, ante todo, con los hechos *invisibles* que se gestaron entre bambalinas en aquellos meses, con idénticos protagonistas, y cuya imagen nunca pudo ser tomada: contrastar la imagen publicitaria con su fuera de campo.

Al margen de detalles de convergencia semiótica (Kress & van Leeuwen, 1998, p. 203), queremos destacar en primer lugar la pregnancia visual de la imagen del rey y los empresarios. No parece casual que durante el Seminario Mnemosyne Arianne, Estática malinconia, celebrado en la Universitat Pompeu Fabra, en septiembre de 2018, con presencia de dos de los mayores expertos en el legado iconográfico de Aby Warburg, Maurizio Ghelardi (2016) y Monica Centanni (2019), la reconocida medievalista e historiadora Victoria Cirlot describiese la fotografía como “absolutamente artúrica”. La disposición circular y simétrica en torno a una mesa redonda que ocupa el centro de la composición, así como el hecho de que los CEOs y grandes empresarios se dispongan en *conjointure* –por usar el término clásico–

junto al monarca, rodeándolo y protegiéndolo, pero aun así situados al mismo nivel (dato clave), evocan efectivamente la tradición visual de la Materia de Bretaña. Incluso puede hablarse de una cierta analogía cromática en la imagen, porque si los caballeros artúricos portaban estandartes de colores según representasen unas u otras casas de la alta nobleza – el linaje de Ban o de Lot –, aquí los presidentes de los tres grandes bancos españoles llevan corbatas con sus colores corporativos (Emilio Botín el rojo del Santander, Isidro Fainé el azul claro de La Caixa, Francisco González un azul con rayas más bronco), contrastando todos ellos con el amarillo –entre áureo y chillón– del Rey. Un simbolismo ligado a la idea de visibilidad ejecutiva de los CEO de empresas del IBEX 35 que ayuda a diseminar “su imagen de marca y su liderazgo en la sociedad” (Pérez Serrano *et al.*, 2020, p. 323). Por no hablar de la visión absolutamente masculinizada y patriarcal del poder económico español, que desborda el ámbito de este artículo y merece ser analizada específicamente en investigaciones futuras.

Todos los fotoperiodistas y profesionales entrevistados coinciden en señalar que es un ejemplo prototípico de imagen milimetrada, donde hasta el más mínimo detalle (acceso de fotógrafos, *atrezzo*, *timing*, distribución a medios) responde a lo que el poder mismo, a través de los jefes de protocolo de Casa Real y de los propios bancos y empresas, quiere representar visualmente. La imagen es parte de la célebre narrativa autóctona de “el Rey como garante de las empresas y gran congresador de contratos para la Marca España” (literalmente reflejada en otra imagen de portada de *El Mundo* en 2012), una estrategia visual premeditada y probablemente eficiente para calmar los ánimos durante los peores momentos de la crisis económica. Más allá de la falsedad o la veracidad de esa narrativa, a la luz de la enrevesada situación judicial y financiera del rey emérito en la actualidad (que la propia Casa Real anunciase su “salida del país” en un comunicado oficial revela el artificio de aquella puesta en escena artúrica), es la imagen que se quería transmitir en 2012; como confirma la mirada a cámara de la Fig. 3, con la máxima autoridad real y el poder económico cerrando filas y mirando al pueblo español a los ojos, muy distinta del habitual perfil en tres cuartos de la mayoría de retratos de banqueros y empresarios.

Figura 4



Si comparamos esa imagen central con las únicas cuatro fotografías similares dentro de la muestra (Fig. 4), donde el presidente del gobierno se reúne con los líderes económicos del Consejo Empresarial para la Competitividad (Zapatero en 2011 y Rajoy en 2013), las diferencias no pueden ser más acusadas. En las dos reuniones anteriores a la fotografía del rey, reflejadas en portadas de *La Vanguardia*, hay una clara distancia entre la autoridad política y el poder económico, ya sea la diagonal marcada por la alfombra de la Moncloa en el primer caso (con Zapatero de pie hablando y los grandes empresarios sentados en primera fila, de perfil), o la distancia lateral que se interpone en la mesa alargada y recta –no redonda– en el segundo (con Zapatero flanqueado por sus vicepresidentes Rubalcaba y Salgado, separado de los líderes económicos). Esa distancia excesivamente marcada tiene un contrapunto claro en las fotografías de paseo en grupo de las portadas de *El Mundo* y *La Vanguardia* del 17 de julio de 2013, con las que se buscaba transmitir una cercanía y un dinamismo también apreciables en otras imágenes de Rajoy con líderes internacionales (según nos explicó el fotógrafo y responsable de imagen de Presidencia durante aquellos años), a la manera de imágenes prototípicas de líderes caminando en la tradición gráfica norteamericana.

Pero volviendo al motivo artúrico central (Fig. 3), hay un aspecto clave a la hora de analizar una imagen donde la economía y la monarquía aparecen tan indisolublemente ligadas: su genealogía histórica. Como ha señalado Graeber, los orígenes del sistema financiero mundial se remontan a una deuda de algo más de un millón de libras que, en 1694, el rey de Inglaterra contrajo con un grupo de banqueros a cambio del monopolio de la impresión de billetes, en lo que supuso el gesto fundacional del Banco de Inglaterra, y sobre todo, la forja de una alianza entre el poder monárquico y el económico basada en un préstamo –técnica y simbólicamente– imposible de pagar (Graeber, 2011, p. 49):

This was a great deal for the bankers (they got to charge the King 8 percent annual interest for the original loan and simultaneously charge interest on the same money to the clients who borrowed it), but it only worked as long as the original loan remained outstanding. To this day, this loan has never been paid back. It cannot be. If it ever were, the entire monetary system of Great Britain would cease to exist.

Sobre una mesa quizá parecida a la que aparece en las portadas de *El País* y *El Mundo* se firmó, tres siglos antes, un contrato irreversible entre el rey y su “corte” de banqueros (o entre los banqueros y su deudor el rey) que consagró el endeudamiento perpetuo del Estado con respecto al capital privado; justo el tema central de la crisis económica en España cuando se tomó aquella fotografía el 24 de marzo de 2012.

Pero lo que nos interesa no es únicamente el mensaje que la élite monárquica y empresarial estaba codificando en la portada “artúrica”, sino su tensión dialéctica con aquellas imágenes –imposibles de fotografiar– en las que el poder negocia sus alianzas y sus tensiones lejos de las cámaras, en fuera de campo: *l'image qui manque* (Quignard, 2014). La imagen que el poder no quiere que se capture jamás, su arcano. Del mismo modo que a ningún pintor de corte se le habría ocurrido proponer un retrato del rey Guillermo III cuando se pactó aquella deuda fundacional, resulta obvio que la fotografía de Juan Carlos I rodeado de la élite empresarial española es solo la fachada de un proceso más complejo de cruce de intereses, deudas ocultas y procesamientos judiciales vinculado a la crisis económica. Un proceso tutelado por el Banco Central Europeo y la cúpula de la UE que supuso la reescritura de la Constitución Española de 1978, el 23 de agosto de 2011, sin que ninguno de los tres principales periódicos publicase imagen alguna resaltando la noticia en sus portadas (gran lección sobre lo visible y lo invisible).

Por suerte, uno de los periodistas que más ha escrito sobre las principales figuras del sistema financiero español en los últimos treinta años, Ernesto Ekaizer, sí ha documentado y reconstruido el relato subterráneo de esos meses, particularmente las dos reuniones nocturnas que pocos días después de la fotografía con el rey mantuvieron Emilio Botín

(Santander), Isidro Fainé (La Caixa), Francisco González (BBVA), Rodrigo Rato (Bankia) y el ministro de economía Luis de Guindos (antes director de la filial española de Lehman Brothers hasta su bancarrota en 2008). Según explica Ekaizer (2017, pp. 341–371), y corroboraron los distintos personajes en sede judicial, el 8 de abril y el 4 mayo de 2012 se celebraron en el Ministerio de Economía dos cenas en las que se puso sobre la mesa la intervención de Bankia y la dimisión de Rodrigo Rato para evitar “males mayores” en el conjunto del sistema bancario español (estos datos figuran en la documentación procesal, correos electrónicos filtrados e informes técnicos publicados en los anexos del libro de Ekaizer, pp. 679–726). Aunque los detalles varían según la versión de cada comensal, parece indudable que fue en esos encuentros (con dos viajes exprés de De Guindos mediante: el 17 de abril para entrevistarse con Mario Draghi y el 19 para verse con Christine Lagarde en Washington) donde se jugaron realmente las cartas del poder económico español durante la crisis financiera; en la línea de lo que Bourdieu advirtió hace ya dos décadas sobre “esa Europa de los banqueros que está al caer” (1999, p. 85). Pero la pregunta es inevitable: como contrapunto a la imagen artúrica junto al rey, ¿a qué motivo visual pueden remitir esas reuniones nocturnas –nunca fotografiadas– entre los hombres más poderosos del país?

La imagen conjunta, luminosa y diáfana, de los líderes del IBEX rodeando a su majestad es iconográficamente opuesta al tipo de imagen que evocaría una cena secreta entre cinco jefes que se sientan a discutir de noche sobre el futuro de sus negocios. Que los cinco personajes intercambien (según las fuentes documentales de Ekaizer) expresiones muy directas y apelaciones personales como “hay muchas cosas tuyas que no me gustan, pero tus números, tú sí sabes hacer números... si tú das unos números, yo me fío más que de los de Rodrigo” o “tú te tienes que ir porque eres del PP”, tanteándose, clarifica la imagen mental que correspondería a esas cenas debidamente blindadas por guardaespaldas y segundos de confianza (a las que obviamente ningún fotógrafo hubiera podido acceder jamás).

Lejos de ser un ejercicio especulativo, ese fuera de campo entre las imágenes que el poder construye para ser diseminadas públicamente (la portada artúrica) y las imágenes que el poder oculta (las cenas) remite a la dialéctica visible/invisible de lo económico propuesta al comienzo del artículo, y entronca directamente con los conceptos de Sontag y Agamben. El propio Jürgen Habermas, al rastrear los orígenes del concepto de esfera pública (1989, p. 10), hace referencia explícita a las cenas de los poderosos como lugar arquetípico en el que distinguir la representatividad performativa de la autoridad oficial (el banquete con público) de la exclusividad restringida del poder económico (la cena privada): “representation was still dependent on the presence of people before whom it was displayed. Only the banquets of bourgeois notables became exclusive, taking place behind closed doors”. En su estudio, Habermas caracteriza la prensa y los medios de comunicación durante su surgimiento en el siglo XVII, no como vocales de una supuesta neutralidad pública, sino como empresas cuyo origen –y principal actividad económica– era el intercambio de información privilegiada, con nombres como *Daily Intelligencer*, más propios de agencias de espionaje (Habermas, 1989, p. 21):

What corresponded to their interests, rather, were “news letters”, the private correspondences commercially organized by newsdealers. The new sector of communications, with its institutions for a traffic in news, fitted in with the existing forms of communication without difficulty as long as the decisive element –publicness– was lacking [...] On the one hand, therefore, the journals responded to a need on the part of the merchants; on the other hand, the merchants themselves were indispensable to the journals.

No por casualidad, el monográfico de Ekaizer combina extractos de artículos de periódico con una ingente cantidad de correos electrónicos filtrados, *memos* internas y documentos técnicos restringidos que bancos centrales, empresas auditoras, peritos económicos y jueces intercambiaron en esos años (2017), justo el tipo de dialéctica entre información pública y privada, propaganda y secreto de estado, visible e invisible a la que Habermas hace referencia. Pero más allá de esa imbricación originaria entre el poder establecido y los medios de comunicación, su mención específica al *dispositif* de las cenas de negocios privadas refuerza la necesidad de imaginar el motivo visual de aquellos encuentros nocturnos entre Botín, Fainé, González, Rato y De Guindos. ¿Qué imagen esconde el fuera de campo de las cenas y cómo hubiera podido fotografiarse?

De entrada, el número de personajes en el encuadre distingue claramente esas dos cenas de representaciones pictóricas más multitudinarias en torno a una figura principal (recordemos que en la portada del rey aparecían diecisiete empresarios), en línea con la famosa composición frontal-lateral de la *Santa Cena* de Leonardo o sus reelaboraciones posteriores en el cine de Buñuel. Por contra, aquellas cenas en un salón privado del Ministerio de Economía, con apenas cinco comensales, hacen pensar en lugares recogidos y una relación de poderes casi shakesperiana, de tú a tú, donde “el poder absoluto tiene nombres y apellidos, tiene ojos, boca y manos. Y la lucha por el poder es una despiadada pugna entre personas de carne y hueso que se sientan en la misma mesa” (Kott, 2007, pp. 42, 61). La descripción de esa dimensión cotidiana de la lucha por el poder en el gran mecanismo shakesperiano, donde unos personajes y otros conjuran en un ciclo perpetuo de ascenso/caída, concuerda con el relato de Ekaizer sobre las víctimas y verdugos (político–económicos) de la crisis financiera española. Con Luis De Guindos en el papel de “tejedor” que habría preparado, con el beneplácito más o menos explícito de los tres grandes banqueros, la caída y sacrificio de Rato como chivo expiatorio y escudo protector (Ekaizer, 2017, p. 362):

La guerra entre De Guindos y el Gobierno, por un lado, y el gobernador saliente del Banco de España, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, por el otro, es tan encarnizada que las imágenes del telediario de Televisión Española omiten todo corte donde se vea que Fernández Ordóñez ha asistido a la reunión del consejo de gobierno. Tampoco los periódicos registran imágenes del gobernador de esa mañana y del cóctel. Todo lo más, se le ve en una visita el día anterior, miércoles 2, en la que acompaña a Mario Draghi al Palau de la Generalitat, donde les recibe el *président* Artur Mas.

Ekaizer habla de una cena servida en el Palacio Real de Pedralbes a las autoridades económicas europeas el 3 de mayo de 2012, donde participaron “todos los personajes del sector financiero implicados en la búsqueda de una salida al inminente rescate del sistema financiero español” (2017, p. 361), incluyendo a los cinco comensales de las cenas del Ministerio y a su gran ausente: el gobernador del Banco de España. Es significativo que el periodista mencione la falta de imágenes de Fernández Ordóñez en el informativo de TVE y los periódicos, pues ejemplifica tanto la dialéctica visible/invisible e imagen/fuera de campo a la que nos venimos refiriendo como los profundos vínculos entre medios de comunicación y poder económico a los que apuntaba Habermas, entre banquete público y cena privada. Mientras los españoles “procesaban” la feliz imagen artúrica del rey junto a los líderes del IBEX, su mensaje iconográficamente transparente y positivo, el poder real se movía entre bambalinas mientras regulaba –o trataba de influir en– las imágenes que aparecían en televisión y prensa. Pero la pregunta permanece, ¿qué imagen podría representar aquellas cenas entre Botín, Fainé, González, Rato y De Guindos? ¿Qué motivo visual?

4. El mafioso procesado, o la diferencia entre ser político y ser banquero

A efectos de la muestra de portadas 2011–2013, el resultado de aquellos encuentros es bien conocido: la “dimisión” de Rodrigo Rato como CEO de Bankia, su procesamiento judicial con todos los focos, y el menos mediático pero importante retiro “voluntario” de Fernández-Ordóñez como gobernador del Banco de España. Como decíamos, tras ser Rato imputado por la Audiencia Nacional en el caso de las tarjetas *black* y teniendo en cuenta la tensión social que se palpaba por todo el país (con protestas masivas del movimiento 15-M, los preferentistas y los jubilados), había “llegado el momento” de fotografiar a la figura del alto mundo económico señalada como chivo expiatorio y dar rienda suelta a los clics de la cámara; lo que apunta a la ausencia de neutralidad de las imágenes y a la intencionalidad de los fotoperiodistas, iniciadores del proceso de *visual framing* ya desde la producción de imágenes según su *target* (Fahmy *et al.*, 2014).

Figura 5



Hay un recorrido iconográfico extremadamente sintomático entre la mano anónima que señala la salida al expresidente del FMI en la portada de *El Mundo*, su propia mano sosteniendo un móvil en la de *El País* (como recibiendo la noticia de su propia dimisión), y esa misma mano apoyada sobre el mentón con cara de preocupación sobre un fondo completamente negro en *La Vanguardia*, todas del 8 de mayo de 2012 (Fig. 5). Como gran antecedente del personaje en la memoria visual del país, hay que mencionar la fotografía de la salida a Bolsa de Bankia –un año antes– con Rato exultante tocando la campana: otro motivo visual clave de la economía, que no reproducimos aquí porque no apareció en la portada de ninguno de los tres periódicos analizados (solo en la sección de economía), y que abriría luego decenas de veces el informativo *prime time* de TVE. Una caída en desgracia iconográfica que se completaría con las únicas tres portadas más de 2012 con imágenes de Rato: la mano robótica y la mirada a cámara que abrían *La Vanguardia* el 10 de mayo, mientras caminaba junto a su sucesor Goirigolzarri (muy sonriente); las manos juntas en aparente gesto de perdón al declarar en el Congreso el 27 de julio, también de *La Vanguardia*; y, finalmente, el motivo visual reconocible y prototípico del “mafioso procesado” en la portada de *El Mundo* del 21 de diciembre, donde es la mano de un agente de la Policía Nacional la que centra la composición.

Que un economista que llegó a ser ministro, presidente del FMI y presidente del cuarto banco español acabara fotografiado como un criminal más entrando a declarar, en las portadas de los mismos periódicos que lo habían encumbrado años atrás es, desde luego, un *tour de force* iconográfico: donde las cámaras pasan del respeto o incluso del miedo al

poderoso, cuando todavía está en el poder, al chascarrillo (solo así puede definirse la mano anónima de la portada de *El Mundo*), la performance (las tres portadas de *La Vanguardia*) y la incriminación visual (pues ese es el objetivo del motivo del “mafioso” escoltado por la policía) cuando ha caído en desgracia. Pero esas imágenes nos interesan en cuanto resuenan en el fuera de campo de aquellas dos cenas en las que se decidió que las futuras fotografías de la caída de Rato *debían* ser tomadas.

Nos interesan porque ligan el imaginario económico al mundo de la mafia (una estrategia visual que se aplicó al también economista Dominique Strauss-Kahn en diez portadas durante el mismo periodo y en ocho portadas a Miguel Blesa), vinculando las representaciones del poder al cine de gánsteres. Aunque aquellas cenas entre banqueros –quizá el verdadero fuera de campo de la crisis bancaria española– sean una *imagen que falta*, un guion sin rodar, no resulta difícil imaginar a un cineasta como Martin Scorsese filmándolas, sobre todo teniendo en cuenta su manera de actualizar la cotidianeidad shakesperiana de las cenas entre capos mafiosos (la nocturnidad y el *petit comité*) llevándola al terreno de la crisis económica y la especulación bursátil en *El lobo de Wall Street* (Balló & Pérez, 2015).

Más allá de tratarse de una hipótesis audiovisual, es importante destacar que Graeber (2011) vincula, moral y procedimentalmente, las lógicas del endeudamiento y la violencia delegada propias de la deuda financiera con el “honor” mafioso, usado como moneda de pago en este caso. La imagen que culminó el recorrido iconográfico fue la de la detención de Rato publicada el 17 de abril de 2015 en *El Mundo*, donde la mano de un policía dirige la cabeza del exministro al interior de un coche, *sumum* del motivo visual del “pasillo de la vergüenza” (Salvadó, Fernández & Tedesco, 2020), en el que la humillación del político forma parte del obligado suplicio punitivo (Foucault, 2009). Reforzando todavía más el imaginario y el vocabulario mafiosos, el propio Rato considera que los tres grandes banqueros y De Guindos “le tendieron una trampa” durante aquellos meses (Ekaizer, 2018, p. 366), antes, durante y después de las cenas, con papeles y grados distintos, pero con un denominador común: la certeza de que al ser un político (del PP), era él quien debía pagar el precio de la factura.

En ese sentido, el análisis cualitativo de las portadas de los tres periódicos entre 2011 y 2013 arroja evidencias que no podemos ignorar. Una muy clara es que los motivos visuales sirven para criminalizar y representar como mafiosos, iconográficamente, a figuras del mundo político-económico antes reverenciadas, como sucedió con los dos expresidentes del FMI, Rato y Strauss-Khan (Silvio Berlusconi está en otra escala empresarial y performativa). Y, más importante, los periódicos recurren a esas estrategias de composición visual cuando les interesa (o no) defenestrar a figuras del poder económico, como en este caso el gobernador del Banco de España.

Figura 6



Con solo diez días de diferencia, dos portadas de *El Mundo* (Fig. 6) retratan literalmente una misma acción de un mismo cargo público en un mismo escenario (la máxima autoridad bancaria española abandonando la sede del Banco de España en coche), pero las maneras de encuadrar, iluminar y escoger el gesto del fotografiado no podrían diferir más. La imagen del gobernador saliente Fernández Ordóñez, nombrado por Zapatero, emplea una variante del motivo del “mafioso procesado” mostrándolo en aparente huida, dentro del vehículo, mediante una imagen borrosa y mal iluminada que incrimina visualmente (típica de famosos y folclóricos caídos en desgracia), con un *flash* chillón. En cambio, la foto del gobernador entrante Linde, nombrado por Rajoy, resuelve la misma situación de salir del edificio y entrar en un coche de modo radicalmente opuesto, con limpieza y claridad, combinando una cara seria con un gesto de control motriz que expresa dinamismo –entrar, no estar dentro del coche– y unas carpetas en la mano que sugieren profesionalidad (tanto Sontag como Berger han señalado la importancia de los objetos y la vestimenta como indicador fotográfico de diferencias de clase y de poder). Tratándose de una misma acción, literalmente idéntica, las estrategias de representación visual son antagónicas según el personaje: una imagen culpabiliza, la otra normaliza. No por casualidad el gobernador Fernández-Ordóñez, que no estaba imputado cuando se realizó la foto, y a quien Ekaizer considera el gran ausente tanto de las dos cenas de los banqueros como de procesos judiciales posteriores, solo aparece en tres portadas más entre 2011 y 2013, y únicamente *El Mundo* escoge una fotografía “de mafioso”. Otra prueba de que los retratos del poder económico varían según el quién y el cuándo.

5. Consideraciones finales: la distancia que impone

Este artículo no estaría completo sin mostrar, a modo de conclusión y *further research*, las únicas cuatro fotografías de portada en las que aparecen retratados individualmente Botín, Fainé y González en el mismo periodo, es decir, los únicos tres personajes de la élite económica española coprotagonistas tanto en la imagen artúrica central como en el fuera de campo de las cenas. Dejando aparte a De Guindos, con cargo político entonces y cuyas imágenes merecerían un artículo específico, los entonces presidentes del Banco Santander, CaixaBank y el BBVA fueron fotografiados (Figs. 7 y 8) con esa mezcla de respeto y prudencia “al banquero” mencionada por diversos fotoperiodistas entrevistados, es decir, con la conciencia de saberse ante representantes del poder económico *real*, en su doble acepción. Caballeros que se cuadran y miran a cámara junto a “su” rey, pero que no son fotografiados cuando no quieren ser fotografiados: mitad luz, mitad fuera de campo.

Figura 7



Además de cumplir la norma del perfil en tres cuartos referida por Sontag, según la cual los poderosos miran hacia el horizonte (el futuro) en lugar de a cámara (el presente), las fotografías de *La Vanguardia* y *El Mundo* remiten a dos motivos visuales distintos a la hora de representar al poder económico: la junta de accionistas y el retrato de despacho (Fig. 7). Aunque la imagen de Fainé no provenga realmente de una junta anual del accionariado (un motivo que puebla las páginas de Economía pero raramente la portada), tanto el aparato escénico –logos corporativos, micrófonos, nombres serigrafiados– como la iluminación y la separación proscenio/platea evocan la ceremonialidad distante de esas juntas. En el caso de González, como nos ha referido el propio fotógrafo, estamos ante un género más o menos estable de entrevista realizada en el despacho de la empresa que casi siempre “contagia” o “impone” al fotoperiodista una solemnidad y un decoro iconográfico mayor que los retratos en exteriores o en dependencias ajenas (una tradición que, en el mundo de la banca, se remonta a los cuadros al óleo de J. P. Morgan).

Aun siendo dos escenarios muy diversos, las maneras de los dos banqueros evocan lo que Desmond Morris llama una *gestualidad del estatus* (2019, pp. 68–105) que desde el Renacimiento hasta nuestros días ha servido para ensalzar a los poderosos: una postura erguida, con los hombros atrás y el mentón ligeramente elevado, que en ambos casos se refuerza con un ángulo de cámara “magnificante” en contrapicado. Pero quizá lo más revelador es la mirada de los dos banqueros, que remite al análisis de Berger sobre los retratos del poder económico en *Los Embajadores* de Holbein (1972, p. 54):

La mirada de los embajadores es remota y cauta a la vez. No esperan reciprocidad. Desean que la imagen de su presencia impresione a los demás con su cautela y su distanciamiento. [...] Lo nuevo y desconcertante de este cuadro es la presencia individualizada que necesita sugerir una distancia. El individualismo postula en último término la igualdad. Pero la igualdad debe resultar inconcebible [...] Parecen mirar algo de lo que ellos no forman parte. Algo que les rodea, pero de lo que desean verse excluidos [...] Una determinada actitud ante el mundo común a toda una clase social. Los dos embajadores pertenecían a una clase convencida de que el mundo estaba hecho para equipar lo mejor posible su residencia en él.

Publicadas en enero y julio de 2011, aproximadamente un año antes del retrato artúrico, las imágenes visibilizan a dos banqueros poco asiduos a ser fotografiados, por necesidades del guion. En el caso de Fainé, anunciar la operación que supuso la transformación de La Caixa a la entidad bancaria CaixaBank operada por la filial bursátil Critería (el pulgar en alto de su lugarteniente parece dejar clara la posición del periódico al respecto). El presidente del BBVA va un paso más allá y redobla el sólido prestigio de su despacho (la viga metálica diagonal, la aureola dorada que generan los cuadros sobre su rostro) con un aviso: “España necesita un Gobierno fuerte que tome decisiones”. Son una serie de mensajes de la élite económica sobre la crisis apuntalados en otra reunión de 41 líderes del IBEX con el presidente Zapatero el 26 de marzo, que *El País* ilustró en portada con una foto de Botín poniéndose la americana mientras camina, de las más fascinantes de toda la muestra.

Figura 8

El retrato de Botín con la chaqueta al viento (Fig. 8) participa de una larga tradición pictórica e iconográfica de representaciones de la *fortuna con vela*, que Warburg definió como “estética energética” en 1927 y que desplegó en la tabla 48 del Atlas Mnemosyne como figuración del progreso económico y mercantil (Bordignon *et al.*, 2011). En la fotografía confluyen estrategias de representación visual ya mencionadas a lo largo del artículo como el cromatismo (el rojo de corbata y tirantes), la motricidad (caminando con el pie hacia delante *a la manera* de los retratos de Luis XIV) y la gestualidad (una mano sujeta hábilmente el teléfono móvil, la otra, vuela para deslizar la chaqueta), pero con una novedad significativa: la sonrisa del banquero, como de un optimismo pícaro.

El cuerpo en movimiento de Botín emerge como la imagen directa de la fortuna y los “buenos vientos” económicos, ya se interprete simplemente como un signo laxo de dinamismo y seguridad, o como una personificación de los navíos y veleros mercantes que, según Warburg, eran el símbolo visual del progreso económico cifrado en los intereses coloniales europeos del Renacimiento. El ángulo que forman el brazo derecho y la pierna izquierda del banquero se cuadran casi a 90°, perfilando un mástil y una vela, con esta última recortando una diagonal descendente que se despliega con fuerza en la foto, gracias a la plasticidad del movimiento y a la mirada, entre proteica y picaresca.

Para concluir, los retratos de los tres principales banqueros españoles confirman algunas cuestiones que hemos venido apuntando. De entrada, la hegemonía patriarcal del poder económico en nuestro país (en la foto del rey con sus caballeros solo aparecen hombres, ochocientos años después de Chrétien de Troyes), constante que solo cambiaría con el relevo de Ana Patricia Botín en el Banco Santander, en imágenes de portada posteriores a la muestra y que apuntamos, por tanto, como el principal ámbito de *further research* de nuestra investigación. En segundo lugar, la demostración de que tanto los propios líderes económicos como los distintos periódicos codifican sus fotografías empleando motivos visuales concretos para proyectar una imagen distante pero proactiva de la élite bancaria (la mesa artúrica, el paseo exterior, la junta de accionistas, el retrato del líder) que solo en el caso de ciertos personajes caídos en desgracia, a medio camino entre la política y la economía, genera motivos visuales críticos e incriminatorios como el de “el mafioso procesado”. Y, por último, que esa economía de lo visual que regula las intermitencias del poder en la esfera pública oculta hechos históricos fundamentales que permanecen fuera de campo, *imágenes que faltan* y que ningún fotoperiodista podrá fotografiar jamás, por la sencilla razón de que la economía ha tendido cada vez más a sustentarse en una dialéctica entre lo visible y lo invisible, el drama y la abstracción, la publicidad y los *hedge funds*, que, como recuerda Graeber (2011), supedita siempre lo humano a lo económico, y nunca se sacia.

¿Será eso lo que Emilio Botín trataba de decirnos al sacar ligeramente la lengua en la portada de *El Mundo* del 25 de mayo de 2013, tras declarar en la Audiencia Nacional (Fig. 8) acerca de aquellas cenas? ¿Puede una imagen tan ambivalente –el saludo, el Mercedes al fondo, la mirada– darnos pistas sobre semejante fuera de campo, sobre el arcano del poder económico? En todo caso, se trata de la única fotografía de toda la muestra que enseña a uno de los grandes banqueros declarando en sede judicial, y lo hace con la viveza profundamente humana de un gesto: sacar (o morderse) la lengua. Pero más allá de su lectura obscena o provocadora, habitual en la historia del arte y cuyo antecedente más famoso estaría en el icónico retrato de Einstein sacando la lengua (Morris, 2019), lo interesante aquí es que la intención se desplaza gradualmente del protagonista al fotógrafo, y del fotógrafo al periódico que publica la imagen. La mueca de Botín es probablemente una acción inintencionada, la de mojarse los labios. Sin embargo, cuando, ante tal contexto, *El Mundo* elige para su portada una fotografía con ese sutil gesto burlón –de entre todas las imágenes disponibles–, parece que, en realidad, muestra su resistencia como cuarto poder frente a las tensiones del poder económico.

Referencias

- Agamben, G. (2010). *Ninfas*. Valencia: Pre-Textos.
- André, E. (2007). *Esthétique du motif. Cinéma, musique, peinture*. Paris: Puv Éditions.
- Arnheim, R. (1969). *Visual Thinking*. Los Angeles: University of California Press.
- Balló, J. (2000). *Imatges del Silenci*. Barcelona: Empúries.
- Balló, J. & Bergala, A. (2016). (Eds.). *Motivos visuales del cine*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Balló, J. & Pérez, X. (2015). *El mundo, un escenario. Shakespeare: el guionista invisible*. Barcelona: Anagrama.
- Balló, J. & Pintor, I. (2019). Iconographies in the public sphere. Fiction devices in the representation of power. *Comparative Cinema*, 7(12), 5–6. Retrieved from <https://www.raco.cat/index.php/Comparativecinema/article/view/354637/446618>
- Banks, M. & Mayer, V. (2009). *Production Studies*. London: Routledge.
- Banks, M. & Mayer, V. (2015). *Production Studies, The Sequel!* London: Routledge.
- Barthes, R. (1981). *Camera Lucida*. New York: Hill & Wang.
- Berger, J. (2013). *Understanding a Photograph*. London: Penguin.
- Berger, J. (2016). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bordignon, G., Centanni, M., Urbini, S., Barale, A., Sbrilli, A. & Squillaro, L. (2011). Fortuna nel Rinascimento. Una lettura di Tavola 48 del Bilderatlas Mnemosyne. *Engramma*, 92. Retrieved from http://www.engramma.it/eOS/index.php?id_articolo=1649
- Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos*. Barcelona: Anagrama.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Centanni, M., Fressola, A. & Ghelardi, M. (Eds.) (2019). *Warburgian studies. La Rivista di Engramma*, 165, maggio. Venezia.
- Didi-Huberman, G. (2002). *La imagen superviviente*. Madrid: Abada.
- Dyer, G. (2016). *1% Privilege in a Time of Global Inequality*. Berlin: Hatje Cantz.
- Ekaizer, E. (2017). *El libro negro. La crisis de Bankia y las cajas*. Barcelona: Espasa.
- Fahmy, S. & Wanta, W. (2007). What Visual Journalists Think Others Think. *Visual Communication Quarterly*, 14 Winter, 16–31.
- Fahmy, S., Bock, M. A. & Wanta, W. (2014). *Visual Communication Theory and Research*. New York: Palgrave MacMillan.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar*. México D.F.: Siglo XXI.
- Garin, M. (2014). *El gag visual*. Madrid: Cátedra.
- Ghelardi, M. (2016). *Aby Warburg et la lutte pour le style*. Paris: L'écarquillé.
- Graeber, D. (2011). *Debt: The First 5,000 Years*. Brooklyn: Melville House Publishing.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity.

- Press.
- Kim, Y. S. & Chung D. S. (2017). Anatomy of Front Pages: Comparison Between *The New York Times* and Other U.S. Major Metropolitan Newspapers. *International Journal of Communication*, 11, 949–966. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5898/1945>
- Kott, J. (2007). *Shakespeare, nuestro contemporáneo*. Barcelona: Alba.
- Kress, G. R. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kress, G. R. & van Leeuwen, T. (1998). Front pages: The critical analysis of newspaper layout. In A. Bell & P. Garrett (Eds.), *Approaches to Media Discourse* (pp. 186–221). New Jersey: Blackwell.
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Morris, D. (2019). *Postures. Body Language in Art*. London: Thames & Hudson.
- Panofsky, E. (1972). *Studies In Iconology*. Boulder: Taylor & Francis.
- Pérez Serrano, M. J., García Santamaría, J. V. & Rodríguez Pallares, M. (2020). La presencia en redes sociales de los máximos ejecutivos del Ibex 35 y su papel como *influencers*. *Communication & Society*, 33(2), 313–328. <https://www.doi.org/10.15581/003.33.2.313-328>
- Piketty, T. (2015). *El capital en el siglo XXI*. Barcelona: RBA.
- Quignard, P. (2014). *Sur l'image qui manque à nous jours*. Paris: Arlea.
- Salvadó, A., Fernández, A. A. & Tedesco, B. (2020). De Lincoln a Putin: el motivo visual del líder político caminando en los media españoles. *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la AE-IC. Valencia, España, 28–30 de octubre*, (pp. 193–204). Valencia: EPI. <https://www.doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e27>
- Smaele, H., Geenen, E. & De Cock, R. (2017). Visual Gatepeeking – Selection of News Photographs at a Flemish Newspaper. *Nordicom Review*, 38(2), 57–70. <https://www.doi.org/10.1515/nor-2017-0414>
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. London: Penguin.
- Steiner, G. (1995). *What is Comparative Literature?* Oxford: Clarendon Press.
- Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Madrid: Akal.