

PEDRO GARCÍA MARTÍN

# ILUSORIAS

LAS IMÁGENES DEL PODER

PRÓLOGO DE CARLOS GARCÍA GUAL



PUNTO DE VISTA EDITORES

Colección **HISTORIA Y PENSAMIENTO**, 46

© Del texto, Pedro García Martín, 2024

© Del prólogo, Carlos García Gual, 2024

© De esta edición, Festina Lente Ediciones, SLU, 2024

Todos los derechos reservados.

Primera edición: septiembre, 2024

Publicado por Punto de Vista Editores

C/ Mesón de Paredes, 73

28012 (Madrid, España)

[info@puntodevistaeditores.com](mailto:info@puntodevistaeditores.com)

[puntodevistaeditores.com](http://puntodevistaeditores.com)

[@puntodevistaed](https://www.instagram.com/puntodevistaed)

Coordinación editorial: Miguel S. Salas

Corrección: Luis Porras Vila

Diseño de cubierta: Ezequiel Cafaro

Fotografía de cubierta: Benito Mussolini y Adolf Hitler en Múnich, 1937. Private Collection Stefano Bianchetti/Bridgeman Images.

ISBN: 978-84-128250-1-5

Thema: NHTB, JP, JPHX

Depósito legal: M-14649-2024

Impreso en España – *Printed in Spain*

Artes Gráficas Cofás, Móstoles (Madrid)

Este libro ha sido impreso en papel ecológico, cuya materia prima proviene de una gestión forestal sostenible.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser efectuada con la autorización de los titulares, con excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.  
[www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com)

# Sumario

PRÓLOGO DE CARLOS GARCÍA GUAL	13
PREÁMBULO. SEDUCTORAS, IMPERATIVAS E ILUSORIAS	17
I. LAS PERSONAS: GOBERNANTES Y GOBERNADOS	29
1. La belleza y la fealdad	31
2. Una estética cambiante: siluetas, tatuajes y cuidados	40
3. La llamada muda de la faz	47
4. El rostro restaurado	55
5. Las culturas del cuerpo humano	64
6. El canon de los poderosos	72
7. El lenguaje corporal	81
8. Gestos de moda y posturas clasistas	87
9. De la dualidad orgánica a la lectura no verbal	91
10. La propaganda política: del retrato oficial a la publicidad	96
11. Arquetipos ideales: de los semidioses a los superhéroes	105
12. Metáforas políticas y valores abstractos	115
II. LOS SÍMBOLOS DEL PODER	127
13. El bastón de mando y la madera viva	129
14. La vara de la justicia	135
15. Del cayado al báculo	140
16. La bengala y la espada	144
17. El cetro que sostiene la Historia	150
18. La corona de los reyes solares	154
19. Las coronas imperiales	159
20. Las coronaciones antiguas	164
21. Las coronaciones modernas	170
22. El trono o el asiento de la corona	175
23. La silla presidencial	183

24. Heráldica, leyendas y emblemas	187
25. Títulos con pretensiones universales	195
26. Símbolos menores y literarios	201
III. LAS ESCENIFICACIONES DEL PODER	211
27. Los espacios del poder I: teorías políticas y arquitecturas imperativas	213
28. Los espacios del poder II: del arco triunfal al castillo inexpugnable	225
29. Los espacios del poder III: del dominio del paisaje al palacio cortesano	234
30. Los espacios del poder IV: entre los palacios áureos y los rascacielos funcionales	247
31. El teatro del poder	258
32. Ceremonial y protocolo	266
33. La etiqueta y el saber estar	279
34. Las ceremonias y los ritos de paso	286
35. Las fiestas y los espacios públicos	294
36. Los colores del poder religioso: vivir en la fe, morir por dios	303
37. Los colores del poder político I: las enseñas ideológicas	314
38. Los colores del poder político II: las banderas nacionales	325
39. Las reacciones al poder: iconofobia, iconoclastia y cromoclasia	337
40. Las resistencias al poder: revueltas y revoluciones	347
CONCLUSIONES	353
EPÍLOGO. UN CUARTETO SOBRE LAS IMÁGENES	367
BIBLIOGRAFÍA	373

*Para mis padres y maestros,  
que me enseñaron a gozar  
de mi libre albedrío*

GOBERNADOR. ¿Y qué quiere decir Retablo de las Maravillas?

CHANFALLA. Por las maravillosas cosas que en él se enseñan y muestran, viene a ser llamado Retablo de las Maravillas; el cual fabricó y compuso el sabio Tontonelo con tales caracteres que ninguno puede ver las cosas que en él se muestran que tenga alguna raza de confeso, o no sea habido y procreado de sus padres de legítimo matrimonio; y el que fuere contagiado de estas dos tan usadas enfermedades, despídase de ver las cosas, jamás vistas ni oídas, de mi retablo.

GOBERNADOR. (*Aparte.*) Basta: que todos ven lo que yo no veo; pero al fin habré de decir que lo veo, por la negra honrilla.

MIGUEL DE CERVANTES,  
*El retablo de las maravillas*

En general, los hombres juzgan más por los ojos que por la inteligencia, pues todos pueden ver, pero pocos comprenden lo que ven... Todos ven lo que tú (el gobernante) aparentas; pocos advierten lo que eres.

NICOLÁS MAQUIAVELO, *El príncipe*

## Preámbulo

### Seductoras, imperativas e ilusorias

Las imágenes despiertan la memoria adormecida. Actúan como el sabor de la magdalena de Proust, el olor a frescura de la hierba recién cortada, el calor del hogar a resguardo de la nevada navideña y la foto del primer amor que reaparece olvidada en un cajón. Los recuerdos brotan de improviso estimulados por el azar de los sentidos. Unas veces, nítidos. Otras, desenfocados.

El reencuentro con personas, objetos, canciones, comidas, mapas, cartas, retratos o paisajes hace de todos ellos conectores involuntarios de la memoria. A cada alegría corresponde un lugar; a cada desazón, un tiempo. Es la «memoria relacional» del cerebro. Y las imágenes también renacen coloreadas desde el archivo descatalogado de nuestros recuerdos. Por algo somos animales racionales —y emocionales— dotados de imaginación.

Como continuación a nuestro reciente libro *Icónicas. Una lectura cultural de las imágenes* (2021), hemos despertado las imágenes del sueño de la Historia para emplearlas como fuentes documentales y recursos didácticos. Ahora vivimos una era de saturación de las imágenes, al punto que nos rodean, nos asaltan, nos seducen y nos repugnan. Entonces ¿cómo ignorar su omnipresencia social? ¿Cómo no reflexionar sobre unas representaciones que hablan y callan? Tenemos que aprender a escuchar sus voces y a descifrar sus silencios. Tenemos que acertar a leerlas.

De ahí que en este preámbulo —palabra que quiere decir «previo a andar»— nos hagamos eco del maridaje histórico que se ha dado entre los gobernantes y sus asesores de imagen:

En la actualidad todo gobernante tiene un asesor de imagen —escribimos en *Icónicas*—. Un especialista en comunicación que les aconseja la forma de aparecer en cada acto público. Tal es la obsesión por el aspecto que también hay asesores particulares de ciudadanos para que saquen el máximo provecho de su aspecto: cómo vestirse, cómo peinarse, cómo hablar y cómo expresarse en el lenguaje corporal. Pues bien, los mandatarios que han ejercido el poder desde la antigüedad han exhibido una apariencia pública que les distinguía de los gobernados.

«La ventana de las apariciones» es una expresión que han acuñado los egiptólogos para referirse a un mirador ritual del palacio. A ella se asomaba el faraón para recompensar con regalos a sus generales y sacerdotes más dilectos y, en ocasiones señaladas, permitía que algunos súbditos le pudieran entrever en el transcurso de algunas ceremonias. Por extensión, esta «ventana de las apariciones» o este «balcón de las presentaciones» formará parte de la simbología del poder hasta la actualidad.

La apertura de un hueco visual en los palacios para incentivar el culto al gobernante mediante efectos especiales ha sido una constante histórica. El dictador Benito Mussolini pronunciaba sus discursos más encendidos desde una ventana del Palacio Venecia de Roma, vestido de paisano y de uniforme, e incluso en una ocasión, en 1938, lo hizo en compañía de Adolf Hitler. Los monarcas del Reino Unido saludan a los británicos desde un balcón del palacio de Buckingham con ocasión de eventos especiales. Los papas de Roma bendicen a los fieles desde el «balcón de las bendiciones» de la basílica de San Pedro en el Vaticano. Los ganadores de unas elecciones democráticas celebran su victoria asomándose al balcón de la sede de su partido ante los militantes enfervorecidos.

En las residencias de los reyes antiguos, débilmente iluminadas, el brillo de sus adornos de oro producía una luz de ensueño. Una luz especial que no se sabe si iluminaba la

mirada o la cegaba. Ese fulgor dotaba a sus imágenes de un aspecto sobrenatural a los ojos de los súbditos. Unas ilusiones ópticas que hacían parpadear a los que miraban al rostro del poder desde la distancia. Porque esas siluetas, al salir de las sombras a la luz de las velas o del sol, eran muy sensibles a la vista. En los salones palaciegos medievales y modernos, donde los emperadores celebraban audiencia sentados en un trono alzado por unos escalones del suelo, los visitantes que entraban perdían la noción del tiempo y del espacio. Los súbditos se sobrecogían al vislumbrar la eternidad en sus señores como Lugartenientes de Dios. Todavía en las «ventanas y en los balcones de las apariciones» de los palacios presidenciales se siguen asomando los gobernantes actuales. Los vemos en directo o a través de la pantalla de televisión y comprobamos que los gobernados miran expectantes los trucos de magia que esperan de esos prestidigitadores del poder.

Esta misma percepción, con más carga espiritual que política, la tuvo el VII Dalai Lama según relata en su libro *Song of the Immaculate Path* (2000):

Una imagen reflejada en un espejo, un arco iris en el cielo y una escena pintada producen una impresión en la mente, pero en esencia son algo distinto de lo que parecen. Mira con intensidad el mundo y verás una ilusión, el sueño de un mago.

Las imágenes del poder son seductoras, imperativas e ilusorias. *Seductoras* porque nos persuaden con promesas de mejora vital para conducirnos por el camino que quiere seguir el político. Para muestra basten unos ejemplos de distinta época e ideología. El emperador romano Marco Aurelio Probo, cuyo rostro nos ha llegado en bustos y monedas, prometió a su pueblo una Edad de Oro de paz y prosperidad. A tal fin ordenó a sus legionarios dejar las armas y labrar la tierra en plena guerra contra los bárbaros. Pero, cuando les puso a desecar una ciénaga en su tierra natal de Panonia, las tropas se amotinaron y, a la postre, asesinaron al caprichoso César por sus ocurrencias.

Muchos siglos después hallamos otro intento de retorno a la Arcadia utópica. El líder de los jemeres rojos camboyanos, Pol Pot, encabezó un genocidio pavoroso en su intento de regreso al «viejo pueblo», como denominaba al ideal campesino maoísta que acabaría con las ciudades, la propiedad privada y la cultura occidental. Y en su delirio hasta mandó arrestar a aquellos que tenían gafas porque para él delataban ¡a los que leían! Por su parte, Hitler encandiló a sus seguidores nazis al proclamar que, si los alemanes eliminaban a todos sus enemigos, el III Reich tendría una duración de mil años, como el reino bíblico de Cristo.

*Imperativas* porque es la forma visual que emplean los poderosos para dar órdenes desde su mirada autoritaria. Los monjes soldados de las órdenes militares de Tierra Santa (san Juan y el Temple) juraban votos de pobreza, castidad y *obediencia* a la figura autocrática de su Gran Maestro, y este, a su vez, obedecía al papa. El desequilibrio mental del zar ruso Iván el Terrible fue reflejado por el pintor Ilía Repin en 1885 en un cuadro donde el soberano abraza al hijo que acaba de asesinar con sus propias manos. El horror de la escena y la repulsión de la sangre han provocado repetidos ataques de vandalismo a la pintura. La propaganda más querida por Mussolini presentaba al Duce arengando al pueblo italiano con los brazos en jarras y el lema «Credere, obbedire, combattere» recogido por los estatutos del Partido Nacional Fascista.

Por su parte, los carteles de propaganda política que los especialistas califican de *implicativos* se repiten desde la Primera Guerra Mundial. El más icónico es el del Tío Sam bajo el lema «I want YOU for U. S. Army» («Te quiero a TI para el Ejército de Estados Unidos»), basado en otro británico de 1914 con el eslogan «Británicos (Lord Kitchener —el ministro de la Guerra—), os necesita. ¡Únete al ejército de tu país! Dios salve al rey». De ellos derivan los carteles «Juana de Arco salvó a Francia. Mujer de América, salva a tu país. Compra sellos de ahorro de guerra», el de la Estatua de la Libertad ordenando «You buy a liberty bond» («Usted compra un bono de

libertad») y el italiano «Fate tutti il vostro dovere» («Todo el mundo cumple con su deber») para financiar la Gran Guerra. Y se seguirán dando en los más variados regímenes: entre los obreros y soldados bolcheviques llamando al trabajo y a la lucha contra el invasor alemán en la Segunda Guerra Mundial, los que defendieron el régimen de Getúlio Vargas en los años treinta, «O Brasil precisa de Voce!, Voce tem un dever a cumprir y Colsulte a sua consciencia!», y los que más tarde empleó la dictadura del Estado Novo de Salazar en Portugal. En ellos el líder político o el jefe militar nos está apuntando con el dedo imperativo para que, sintiéndonos culpables por nuestra cobardía, corramos a alistarnos.

*Ilusorias* porque no son reales, sino ensueños de la imaginación, que queremos creernos por falta de perspicacia o por conveniencia. Tal es la moraleja del cuento «El traje nuevo del emperador» de Hans Christian Andersen y del entremés *El retablo de las maravillas* de Cervantes, donde las apariencias sociales del Barroco, como sigue sucediendo ahora, hacen suponer a los espectadores que ven lo que no existe por miedo al ridículo social y al castigo político. De ahí que los iconos de los gobernantes que veneran las personas más crédulas sean ilusorios, pues aquellos desprecian la realidad que viven las gentes del común, la cual suele ser poco o nada prometedora.

Y, sin embargo, los seres humanos nos emocionamos sin querer al comparar nuestra fragilidad con un modelo poderoso que idealizamos, como expresa Massimo Mariani en su obra *Qué nos dicen las imágenes* (2019):

A su manera, todas las sociedades de todas las épocas comparten el principio de que la semejanza se produce cuando las imágenes se comparan adecuadamente con un modelo, si no práctico, al menos ideal... (Y bajo ella) están las emociones que se experimentan en primera persona ante la apariencia ilusoria de la imagen que nos trae a la mente un aspecto de la realidad.

La etimología nos clarifica los orígenes de las imágenes del poder. Los símbolos icónicos tienen el cuerpo de ensueño y el alma de magia. Esa esencia maravillosa es lo que las hace atractivas para el espectador. La palabra *imagen* deriva del griego *ikon*, que hace de la iconografía el estudio de las imágenes simbólicas, y del latín *imago*, que significa «efigie», «imitación» y «apariencia». El término *magia* viene del persa *magos*, que alude a los sacerdotes astrólogos que sabían leer las estrellas. Como los Reyes Magos que siguieron una estrella para adorar al Niño Jesús en el portal de Belén. La imagen es el ojo físico que percibe la realidad. La magia es el ojo del espíritu que irradia fantasía.

El etnólogo Pascal Dibie comparte nuestras palabras en *La passion du regard. Essai contre les sciences froides* (1998):

Mientras la mano que oprime tiene la función de exteriorizar, el ojo interioriza, fija en la mirada lo que percibe la vista, nos hace partícipes de las imágenes, al tiempo que se apropia el mundo. ¡El ojo realiza la hazaña de hacernos creer que es posible salir de nosotros al tiempo que permanecemos en nosotros y solo en nosotros! Refleja la imagen y nos induce a la reflexión.

En cuanto al vocablo *poder* deriva del latín vulgar *potere*, que significa «fuerza», «capacidad» y «dominio» para ejercer autoridad y, a su vez, este lo hace de ciertas formas como *potes* («puedes») y *potis* («poderoso»). Ahora bien, el derecho romano tipificaba tres conceptos del poder: la *potestas* («potestad»), que era la capacidad que un cargo público tiene para actuar y tomar decisiones en el ámbito civil; el *imperium* («imperio» e «imperativo»), o facultad para dirigir y dar órdenes a las fuerzas militares; y la *auctoritas* («autoridad»), que era el carisma que algunas personas poseían para que les obedecieran en virtud de su saber, experiencia y prestigio.

La palabra *seducir* viene del verbo latino *ducere* («guiar») y del prefijo *se-*, lo que significa «guiar a alguien hacia un

camino». El término *imperativo* deriva del latín *imperativus*, lo que sirve para ordenar y mandar, y de *imperativum*, que significa «obligatorio». Y la voz *ilusoria* procede de *illusorius*, que está compuesto del verbo *illudere* en el sentido de burlar, más el sufijo de efecto *orius*, es decir, aquello que no es más que una ilusión o engaño de la mente. En suma, las raíces simbólicas de las imágenes del poder tienen el cuerpo seductor y el espíritu ilusorio.

Pues bien, consideremos las imágenes en un sentido amplio: literarias y artísticas, pero también religiosas y políticas, artísticas, materiales e imaginarias. Y desde todos esos prismas comprobaremos que reflejan los ideales de una época, el estado de apogeo o de decadencia de una civilización, así como la evolución temporal y espacial de los pueblos. Además, estos factores que convergen en las imágenes están sometidos a apreciaciones cambiantes desde la mirada presente, pues se va redefiniendo la escala de valores de las sociedades con el discurrir de la Historia.

Ahora estamos acostumbrados a la superabundancia icónica del siglo XXI. Pero en la antigüedad los gobernados solo contemplaban imágenes en contadas ocasiones. Las suyas propias, porque no tenían recursos para encargarse retratos a un artista, ni para comprar unos espejos cuyo cristal era un material escaso y muy caro. Y las de los dioses y los gobernantes, que durante mucho tiempo fueron de la mano, pues apenas los entreveían en la ventana de las apariciones durante las fiestas señaladas o en la imaginería misteriosa de los templos. Por eso, la visión de las pinturas rupestres, los relieves policromados egipcios, mesopotámicos y griegos, las Biblias de piedra románicas y los panes de oro de los retablos góticos que brillan al ritmo de la danza de las velas causaban una emoción incomparable a su percepción actual, un asombro *mágico* a los ojos de los simples.

Antes, pues, de que se inventasen la imprenta y los sucesivos medios de comunicación de masas, las clases populares solo accedían a la imagen única del santuario y del palacio,

que era consagrada y monopolizada por los sacerdotes. Excepcionalmente y por casualidad, los humildes solo podían ver reflejadas sus caras en las aguas de un río.

En esta escena, es donde nace el mito griego de Narciso, el joven cuya hermosura enamoraba a hombres y mujeres por igual, pero que rechazaba toda compañía para recrearse en la admiración de su propia belleza cuando se miraba en el espejo de un lago. Los gobernantes enseguida se apropiaron de la figura de Narciso, recreada por sus asesores de imagen para seducir a los súbditos mediante la belleza ideal. No olvidemos que uno de los rasgos más comunes entre los tiranos que en el mundo han sido es su carácter narcisista.

La otra leyenda sobre el origen de las imágenes es la que recoge Plinio el Viejo en su *Historia natural*. El escritor y militar romano del siglo I explica de la siguiente manera cómo se hizo la primera pintura de la historia. Un joven marinero de Corinto tenía que embarcarse para comerciar por el Mediterráneo. Su amada, entre besos y abrazos nocturnos, se dio cuenta de las sombras que la pareja proyectaba frente a la luz de las velas. Entonces, apartándose de su enamorado, le pidió que permaneciera de perfil mientras ella fue dibujando su silueta con un carboncillo en la pared. De manera que, durante la ausencia del viajero, la muchacha pudo seguir acariciándole a través de aquella línea oscura trazada por mano del tizón. Más tarde, la pintura inaugural que Plinio nos describe en blanco y negro fue utilizada por los gobernantes para dotar a las imágenes de un maniqueísmo cromático: el blanco encarnaba el bien del poder establecido, y el negro, el mal de sus enemigos.

Llegados a este punto, desentrañados los significados de las imágenes del poder y sus fabulaciones míticas, despleguemos el mapa de la ruta que los lectores pueden seguir a través de los capítulos de este libro.

En la primera parte, «Las personas: los gobernantes y los gobernados», contraponemos la *belleza* de los tocados por la gracia de dios a la *fealdad* de las clases subalternas.

Así como la estética cambiante en hombres y mujeres en cuanto a silueta gruesa o flaca, tatuajes, adornos, perfumes y cuidados higiénicos. A continuación, nos detenemos en el rostro, la parte social del ser humano, y en el cuerpo, que es nuestra naturaleza particular. Desmentimos que la «cara sea el espejo del alma», pues cada persona tiene un ADN diferente, y nos detenemos en las reconstrucciones físicas de personajes del pasado a través de las técnicas más avanzadas de nuestra época de internet. También contraponemos el canon corporal de los poderosos al de la gente corriente, los gestos de moda de cada periodo histórico, las posturas clasistas y la lectura no verbal de las comparencias públicas de los gobernantes. Por fin, la propaganda política abarca desde los retratos de Estado a la publicidad a través de los medios, así como los valores abstractos han sido representados mediante metáforas y alegorías visuales.

En la segunda parte, «Los símbolos del poder», detallamos los atributos que escenifican la iconografía del poder, así como los mensajes que esta transmite para provocar asociaciones inconscientes a los espectadores. El más antiguo de estos símbolos es el bastón de mando, que tiene diversas formas según la autoridad que lo porta: la vara de la justicia de alcaldes y jueces, el báculo de los obispos, la bengala de los militares y el cetro de los reyes. La corona simboliza la realeza y la autoridad política y religiosa. La de los reyes solares identifica a los monarcas con las imágenes del astro rey. La de los emperadores, con la autoridad ecuménica. La de los militares se materializa en el casco. Las coronaciones son las ceremonias por la que los soberanos inauguran su mandato. El trono fue durante siglos su asiento como ahora lo es la silla presidencial en las democracias y las dictaduras. Al cabo, los títulos de los gobernantes tienen en común su vocación universalista, el deseo de dominar el mundo conocido antes incluso de la llegada de la globalización.

Y en la tercera parte, «Las escenificaciones del poder», analizamos las arquitecturas imperativas del poder que han

dejado su impronta en el paisaje, las ciudades y las naciones, del tenor de palacios, templos y rascacielos funcionales. En esos espacios hay que escenificar la continuidad de la imagen identitaria del poder para que lo respeten los gobernados sucesivos. Esta puesta en escena se representa mediante el «teatro del poder», cuyo protagonista es el gobernante, y los actores secundarios, los súbditos, a los que se puede influir mediante los oropeles de los efectos especiales. La retórica visual representada en el «drama del poder» necesita dos componentes: el *marco* o decorado y la *dramatis personae* o máscara que se lleva en los actos oficiales. Las reglas para que la función tenga un final feliz son el ceremonial, el protocolo y la etiqueta. Por su parte, los colores del poder religioso coadyuvan a vivir por la fe y morir por dios, mientras que los del poder político se plasman en enseñas ideológicas y banderas nacionales. El ejercicio del poder suscita reacciones de los gobernados (caricaturas, protestas, iconoclastia, cromofobia) y resistencias que van desde las protestas a las revoluciones. Al final, poderosos y sometidos tenemos una cita ineludible con la gran igualadora social, la muerte, por lo que hemos de tener la lucidez suficiente para entender las leyes que rigen la vida humana.

Al cabo, convenimos en que todas las instituciones de los regímenes políticos necesitan imágenes simbólicas para ser aceptadas por los gobernados. Esas imágenes junto con la cultura escrita, los medios de comunicación de masas —desde la imprenta hasta los audiovisuales— y la memoria han formado parte de la política de persuasión, pues, como señalan los autores del libro colectivo *Imágenes del poder en la Edad Moderna* (2015):

La demostración de la legitimidad del poder, su propaganda, y el control que este pretendía ejercer requería arquitecturas y artes visuales para hacer presentes ideas que, como imágenes mentales, se mantuvieran y difundieran en el recuerdo de los sometidos, los iguales, y en ocasiones los superiores.

Ahora bien, ningún régimen político puede perpetuarse solo mediante la represión. Por eso, los Estados que poseen el monopolio del poder acuñan nuevas imágenes persuasivas —amigables o amenazadoras— para ganarse el favor de los ciudadanos. La consigna sería: «cambiamos algo las imágenes para que en la práctica política sigan siendo igual», rememorando el consejo del joven Tancredi a su tío el príncipe Salina en *El Gatopardo*.

Sin embargo, lo que no cambia es la condición humana, con su genialidad y su estupidez, como nos recuerda Pedro Baños en *El poder: Un estrategia lee a Maquiavelo* (2022):

La esencia del ser humano, con sus maravillosas dotes, pero también con sus muchas debilidades, se muestra como imperecedera. Por ello, debidamente ajustado al tiempo presente, *El príncipe* sigue siendo de máxima actualidad, ofreciendo lecciones de vida plenamente válidas.

A través de sus sentencias más reconocidas, Maquiavelo nos instruye sobre cómo sobrevivir en la vorágine del mundo. Y no solo en el ámbito político, pues lo cierto es que sus enseñanzas son aplicables a cualquier aspecto de la vida.

El astuto político y diplomático florentino, consciente de que los súbditos veían lo que aparentaba el príncipe, pero no se daban cuenta de lo que verdaderamente era, definía la política como «el arte de engañar». No iba desencaminado. Apenas pasados un par de siglos, Napoleón le fue a la zaga afirmando que «gobernar es aparentar, porque el pueblo no lee los decretos, pero ve los actos».

I

LAS PERSONAS:  
GOBERNANTES Y GOBERNADOS

## La belleza y la fealdad

Explicar la existencia de las clases sociales ha sido siempre polémico. Llevado de su ingenio literario, Italo Calvino, en su cuento «La oveja negra», imaginó cómo nacieron las desigualdades. Estamos en un país donde todos eran ladrones. Cada noche uno iba a robar a casa de otro y así sucesivamente. Esto garantizaba la paz social. Hasta que vino a vivir un hombre honesto al que por las noches le gustaba quedarse en su hogar. Entonces se desató el caos. Unos se quedaron sin robar; otros contrataron a asalariados para hacerlo; otros se enriquecieron o se arruinaron. Es así como surgieron la policía, los jueces y las cárceles. «De esta manera —concluye el autor italiano—, pocos años después del advenimiento del hombre honrado ya no se hablaba de robar o de ser robados, sino solo de ricos y pobres».

Esta alegoría nos remite a la temprana división en la Historia entre poderosos que mandan y sometidos que obedecen. Las diferencias sociales surgen desde los mismos albores de la especie humana. En las tribus paleolíticas ya había jefes que ejercían el poder y chamanes que oficiaban ritos mágicos. De seguido, los pueblos antiguos dieron forma de pirámide a la jerarquía social: desde los reyes en la cúspide hasta los esclavos en la base. Aunque los últimos análisis de ADN, en sociedades como las de Argar y la de los celtas, están señalando que algunas de las tumbas de mayor rango eran de mujeres, luego aquí hablaríamos de reinas. El feudalismo dividió el orden querido por Dios en tres estados: *bellatores*, *oratores* y *laboratores* («guerreros, eclesiásticos y campesinos»). Los tiempos modernos, en fin, no han hecho sino aumentar las distancias entre las clases sociales.

Pues bien, los historiadores les hemos ido dando distintos nombres a los grupos socioprofesionales más polarizados: amos y esclavos, señores y vasallos, patronos y obreros, súbditos y ciudadanos. El caso es que de todas estas épocas nos han sido legadas imágenes acerca de cómo se representaron a aquellos gobernantes y gobernados.

Las imágenes forman parte de la naturaleza humana: son nuestra encarnación física en el espacio, nuestro reflejo en el espejo del tiempo. Nos provocan sensaciones físicas: afectos apasionados hasta el culto devoto o rechazos que comportan la destrucción iconoclasta. Nos despiertan asociaciones en la memoria: más de recuerdos felices que de desgracias, porque sin la capacidad del olvido pasajero la vida sería penosa. Hacen inevitables las comparaciones con nuestra figura y con la de los demás. Aunque ya nos advirtió Cervantes en el *Quijote* que «Las comparaciones que se hacen de ingenio a ingenio, de valor a valor, de hermosura a hermosura, y de linaje a linaje, son siempre odiosas y mal recibidas».

La valoración personal de las imágenes es maniquea: la belleza nos fascina; la fealdad nos desagrada. Deseamos cultivar la primera. Procuramos eludir la segunda. En el fondo de esta dualidad estética vuelve a estar la condición humana. Nuestro gusto asocia la belleza al *Bien* y la fealdad al *Mal*. Lo *bonito* y lo *feo*. Lo grave del caso es que hemos venido asociando las imágenes perfectas a los gobernantes y las defectuosas a los gobernados. Tal vez porque algunos pensaron que la fealdad de las gentes corrientes realizaba la belleza de los privilegiados. La vileza, a la honestidad. El pecado, a la virtud. Lo demoníaco glorificaba a lo angélico.

El «divino poeta» Dante Alighieri, pensando en su amada Beatriz, nos recuerda en su obra la *Vida nueva* que «como discreta dama, la belleza se muestra y place a la mirada». Sus iconos nos impresionan, nos enamoran, nos seducen. Sin ir más lejos, Mussolini adoptó el nombre de Duce porque pretendía guiar y liderar a la Italia fascista por el camino que reverdecería los laureles imperiales, y Ceausescu se autotituló

Conducator, el Conductor de la Rumanía socialista. En el caso de las imágenes de la belleza, nos conducen por la senda de la persuasión, pues transmiten el carisma de la hermosura.

Ahora bien, como afirma Umberto Eco en su *Historia de la belleza* (2002), aunque es posible que haya algunas reglas de belleza para todos los pueblos y todos los tiempos:

La belleza nunca ha sido algo absoluto e inmutable, sino que ha ido adoptando distintos rostros según la época histórica y el país; y esto no solo es aplicable a la belleza física (del hombre, de la mujer, del paisaje), sino también a la belleza de Dios, de los santos o de las ideas...

La belleza absoluta era atributo de los dioses. Los gobernantes que habían recibido ese carisma de su poder omnímodo también fueron representados mediante imágenes idealizadas, pues eran considerados una suerte de «dioses terrenales».

Los modelos masculinos parten de las esculturas colosales del antiguo Egipto, como las de Luxor y Abu Simbel, donde los faraones fueron deificados en vida. Otro tanto les sucedió a los reyes de Mesopotamia, puesto que, desde Gilgamesh a Asurbanipal, fueron vistos como «mensajeros de dios» que libraron combates contra seres sobrenaturales y enemigos fronterizos.

En la Grecia clásica, donde belleza y verdad eran lo mismo, entre el busto de Pericles y el de Alejandro Magno, el canon estético fue el de las proporciones corporales. En armonía con el cosmos, el gobernante imitaba a un atleta olímpico, como el *Discóbolo* de Mirón y el *Auriga* de Delfos, o a un pensador, como el aedo Homero y los filósofos Aristóteles, Platón y Sócrates. Mente sana en un cuerpo sano. Ahora bien, su belleza podía ser apolínea como el dios del amor o dionisiaca como el sátiro que acechaba a las ninfas en el bosque.

La Roma imperial heredó estas figuras helenas, añadiendo los arquetipos triunfales de Augusto brazo en alto,

Marco Aurelio a caballo y Justiniano rodeado de su corte en los mosaicos de Rávena. Los primeros monjes franciscanos añadieron a la condición humana otra cualidad: la de lo *pulchrum*, lo hermoso, que san Francisco hizo extensiva a todos los seres vivos en su *Canto de las criaturas*, donde según el teólogo de la liberación Leonardo Boff: «en lo bello de las criaturas veía lo Bellísimo de la Creación».

En la Edad Media, las imágenes de los monarcas fueron santificadas, cual destellos de Dios que era la fuente primigenia de luz. De ahí que los reyes santos (Fernando III de Castilla, Esteban de Hungría, Luis de Francia) empuñen la espada cruzada; los emperadores (Carlomagno, Otón el Grande) sostengan la bola del mundo coronada por una cruz; y los soberanos (Alfonso X de Castilla, Alfonso V de Aragón) lo mismo vistan la armadura que porten un libro. Los príncipes del Renacimiento serán retratados en majestad, puesto que desde los más poderosos (Carlos V, Francisco I de Francia, Felipe II de España) hasta los señores de las repúblicas italianas (Medici de Florencia, Sforza de Milán, dogos de Venecia) habían iniciado el camino hacia un régimen autoritario.

Si el Rey Sol encarnó ese modelo todopoderoso, la independencia de los Estados Unidos y la Revolución francesa alumbraron un nuevo tipo de gobernante, más democrático a los ojos de un pueblo que pasó de súbdito a ciudadano. La jovialidad de John F. Kennedy frente a la adustez de los secretarios soviéticos durante la Guerra Fía, las fotos de familia de los dirigentes europeos frente al secretismo de los líderes chinos y norcoreanos han creado un estilo más desenfadado en los mandatarios democráticos. Un aspecto que transmite cercanía a través de los medios audiovisuales.

Aunque a veces la cercanía al pueblo se confunde con una estética de dudoso gusto. El líder libio Muamar el Gadafi, que vivía en palacios decorados con piezas *kitsch*, se envolvía en una capa de leopardo y dormía en una jaima similar a las del clan del que procedía para vender su imagen de beduino. Del mismo modo, se rodeó de una guardia pretoriana de mujeres