

Banderas de nuestros padres

JAVIER FERNÁNDEZ AGUADO, socio director de MindValue



por la libertad y la bandera ondeaba gracias al esfuerzo de los marines. Eso sí, se obviaba el dolor de los cientos de miles que estaban cayendo alrededor y la posible mistificación de la propia escena, repetida únicamente a efectos “comerciales”.

La película pretende narrar la verdadera historia de esa fotografía en la que cinco Marines y un sanitario de la Marina elevan la bandera USA en el monte Suribachi, pocas jornadas después de producirse el pistoletazo de salida en la encarnizada ofensiva contra Iwo Jima, isla desierta con playas de arena volcánica.

El mito del servicio norteamericano a la humanidad –cierto en gran medida– necesitaba ser explotado para seguir colocando bonos de guerra. Sin nueva financiación, la guerra podía quedar seriamente paralizada pues faltaban medios para seguir construyendo material bélico que llevar a los frentes.

Tres “izadores de la bandera” –John “Doc” Bradley, sanitario; Ira Hayes, nativo americano; y Rene Gagnon, un mensajero– desempeñan su papel de héroes recorriendo sin descanso Estados Unidos, pronunciando las palabras precisas. Paralelamente, en su interior sienten que una parte esencial de sus almas quedó enterrada en las negras arenas de Iwo Jima junto a los miles de comilitones que allí fallecieron en

uno de los hechos más sangrientos de la II Guerra Mundial.

Una de las primeras enseñanzas del largometraje –y sobre todo de la historia real en la que se inspira– es que cualquier hecho es susceptible de diversas versiones. La misma realidad es vivida de manera diferente por los protagonistas, por sus jefes, por sus familiares, por el encargado de recaudar nuevos fondos para la guerra, por quienes izaron en realidad la bandera por vez primera pero sin fotografía... Merece la pena releer la obra de Sándor Marái, *La mujer justa*, para, desde un punto de vista literario verificar que la verdad sobre un hecho es difícilmente objetivable.

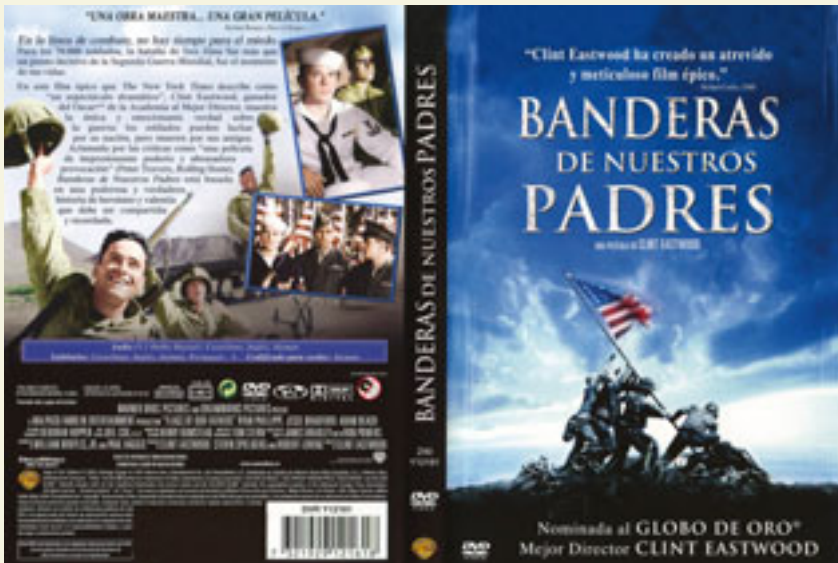
Resulta interesante también experimentar cómo los norteamericanos han sido capaces de vender su propia historia de manera creativa. Frente a la Leyenda negra con la que los españoles hemos tenido que cargar, los norteamericanos montaron una campaña de marketing que ha llevado a olvidar su cruel comportamiento con las tribus indígenas, frente al proceso integrador que realizaron muchos –la mayor parte– de los conquistadores españoles. Películas como *El rifle de Kentucky* resultan de particular interés: propaganda en forma de largometraje...

Clint Eastwood insiste una y otra vez en las mentiras colectivas que pueden

La historia, para la mayor parte de la gente, se compone en buena medida de imágenes. Cuando se contempla a Napoleón retratado por David sobre un corcel atravesando los Alpes muchos ignoran que esa idealización sólo corresponde a una imaginación generosamente incentivada. La realidad fue más prosaica.

En el Océano Pacífico, durante la Segunda Guerra Mundial, el embellecimiento lo puso una fotografía. Todos necesitamos algún mito en el que inspirarnos, tanto personal como colectivamente. En el ejército norteamericano –y en el pueblo de aquel país en general– aquella instantánea representó el mito de una cruzada

Sin empeñarse en descubrir verdades sobre cualquier realidad, también resulta grotesco el empeño de algunas organizaciones de mostrarse a sí mismas y su gente como el dechado de la perfección



llegar a ser asumidas por un pueblo. Los colectivos, en ocasiones también los países, son capaces de cegarse tanto que se tornan incompetentes para reconocer las realidades más evidentes. Cuando una organización –es un caso real– pierde a chorros el talento y los directivos niegan que eso esté sucediendo no se es optimista, o se es estúpido o uno ha caído –es otro tipo de idiotez– en el pensamiento... grupal.

INTELIGENCIA EMOCIONAL

El pensamiento grupal tiene, entre otros riesgos, uno patente: acallar la conciencia personal y promover la ciega defensa colectiva de realidades que pueden ser perfectamente equivocadas. Al igual que el famoso rey privado de atuendos, pocos –sólo los valientes o quienes no tienen nada que perder– se atreven a proclamar la desnudez del monarca. Únicamente pueden tomarse decisiones correctas a partir de la objetividad en los juicios.

La inteligencia no es meramente racional. La mera racionalidad, si no es equilibrada, se torna a-rracional, cuando no irracional. En este sentido, el largometraje muestra bien que se conoce no lo que se pone ante nuestros ojos, sino más bien lo que se desea conocer. De algún modo, se habla de

la inteligencia emocional que, como casi todo, fue explicado antes por pensadores latinos que norteamericanos. Para muestra un botón: Xavier Zubiri habló con gran profundidad de la Inteligencia Sentiente. Clint Eastwood aborda la cuestión a su modo. Los norteamericanos desean tener héroes, y quien se los proporcione triunfará. Se ve más lo que se quiere ver que lo que se tiene delante.

La autocrítica de la que hace gala el director es ejemplar. Pocos países como Estados Unidos son capaces de asumir sus errores y de presentarlos públicamente. *Banderas de nuestros*

padres, junto a *Leones por corderos* y *En el valle de Elah* son tres obras maestras en este sentido.

La fuerza de los mitos es impresionante, y los mitos precisan de ser presentados por símbolos adecuados. Si la fotografía no hubiese sido tomada, o no se le hubiese dado la publicidad adecuada, Iwo Jima hubiera tenido mucho menos valor del que en realidad tuvo en el proceso de la II Guerra Mundial. El marketing quizá no sea la ciencia más profunda de las organizaciones desde el punto de vista conceptual, pero sin duda sí desde el conductual.

El guiño final del largometraje se dirige a analizar las contradicciones que el ser humano oculta dentro de sí mismo. La gente es como es (somos como somos), no como nos gustaría que fuese. No se trata de señalar todos los errores de todo el mundo, pero sí de aceptar que la perfección no existe. Sin empeñarse en descubrir verdades sobre cualquier realidad, también resulta grotesco el empeño de algunas organizaciones de mostrarse a sí mismas y a su gente como el dechado de la perfección. El realismo es optimista, siempre que... no deje de ser realista. Partir de definiciones equivocadas de hechos conduce necesariamente a graves errores posteriores. ▲

FICHA TÉCNICA

Título: Banderas de nuestros padres.

Director: Clint Eastwood.

Intérpretes: Ryan Phillippe, Jesse Bradford, Adam Beach, Paul Walker.

Año: 2007.

Temas: Autocrítica. *Branding*. Comunicación interna y externa. Contradicciones vitales. Esquizofrenias organizativas y personales. Ética y organizaciones. *Feelings Management*. Instrumentalización de la gente. Paranoias personales y colectivas. *Will Management*.