

De la risa ilustrada a la sátira mediática

Discursos y prácticas
del disenso en
tiempos de crisis

REVISTA CIENTÍFICA DE
**INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN**

INTRODUCCIÓN

M^a EUGENIA GUTIÉRREZ

CLAVES

CECILIO ALONSO
JEAN-FRANÇOIS BOTREL

TTRIBUNA

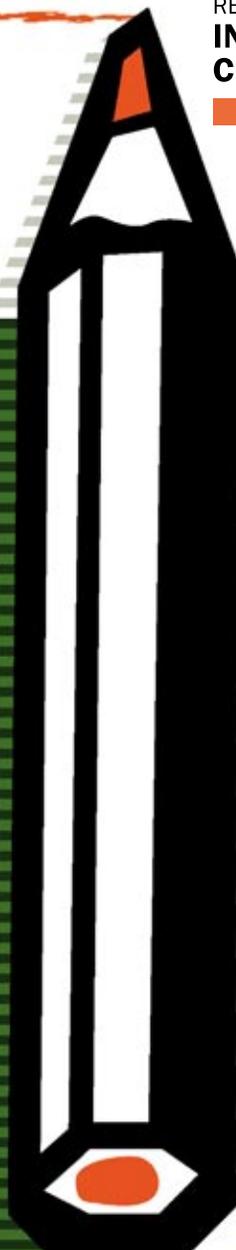
MARIE-LINDA ORTEGA KUNTSCHER

SELECTA

ANTONIO LAGUNA / FRANCESC A. MARTÍNEZ
SALVADOR MÉNDEZ GÓMEZ
ANA RODRÍGUEZ-GRANELL
TRINIDAD NÚÑEZ DOMÍNGUEZ
MIRIAM SUÁREZ ROMERO

BIBLIOGRÁFICA

PEPE REIG CRUAÑES
JOSÉ JOAQUÍN RODRÍGUEZ MORENO
M^a EUGENIA GUTIÉRREZ
INMACULADA CASAS DELGADO
DANIEL MOYA LÓPEZ



NÚMERO
12 enero/diciembre
2015

ic

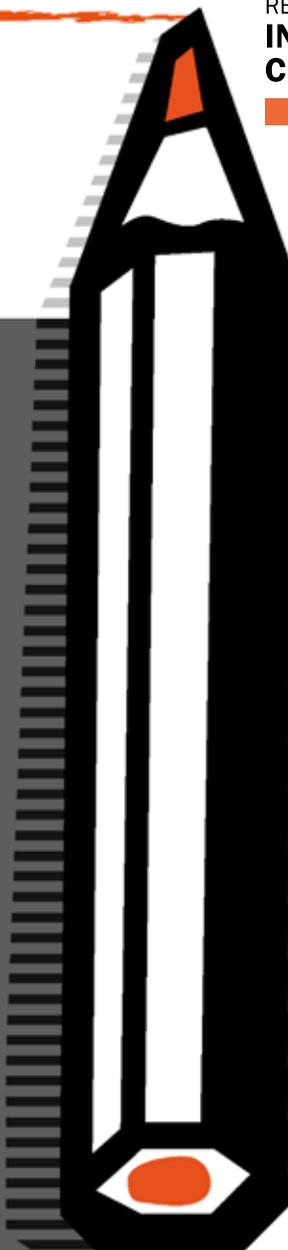
M O N O G R Á F I C O

De la risa ilustrada a la sátira mediática

Discursos y prácticas
del disenso en
tiempos de crisis

REVISTA CIENTÍFICA DE
**INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN**

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I
(UNIVERSIDAD DE SEVILLA)



ic REVISTA CIENTÍFICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

IC REVISTA CIENTÍFICA DE **INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN** es una publicación interdisciplinar y de periodicidad anual, que sale a la luz regularmente cada diciembre. Contribuye a la difusión de investigaciones en el ámbito de la comunicación social. Está editada por el DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I de la Universidad de Sevilla y el Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

La Revista **IC** se encuentra en los siguientes índices de Calidad e Indexación:

Índices de Impacto

IN-RECS (Índice de Impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales)

RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades)

Índices de Calidad

MIAR (Sistema para medir cuantitativamente la visibilidad de las publicaciones periódicas en Ciencias Sociales)

CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas)

Bases de Datos

EBSCO (Fuente Académica Premier).

ISOC (Bases de Datos bibliográficas del CSIC – Ciencias Sociales y Humanidades)

DICE (Difusión y Calidad Editorial De Las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales Y Jurídicas)

DIALNET (Servicio de alertas sobre Publicaciones de Contenido Científico)

JOURNALSEEK (Base de datos por categorías de información de la revista)

ULRICHS (Base de datos bibliográfico de publicaciones periódicas)

DOAJ (Directorio de Revistas de Acceso Abierto)

LATINDEX (Sistema Regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal)

Repositorios y directorios

DULCINEA (Derechos de copyright y condiciones de auto-archivo de Revistas Científicas Españolas)

Toda correspondencia debe dirigirse a:

IC REVISTA CIENTÍFICA DE **INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN** - Departamento de Periodismo 1

Facultad de Comunicación

Avda. Américo Vespucio, s/n - 41092 - Sevilla

E: info@ic-journal.org

W: <http://www.ic-journal.org>

© UNIVERSIDAD DE SEVILLA

SECRETARIADO DE PUBLICACIONES

D: Porvenir, 27 - 41013 - Sevilla

T: 954 48 74 51 / 954 48 74 47

F: 954 48 74 43

E: secpub4@us.es

W: <http://www.publius.us.es>

Diseño y maquetación: Art&maña Publicitaria - artimana@artimana.com

Dep. Legal: SE-3800-2005-UE

ISSN: 1696-2508

IC no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores.

IC se publica, en su versión electrónica (www.ic-journal.org), bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0.



IC en su versión en papel, tiene reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito del Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Twitter: [@IC_Journal](https://twitter.com/IC_Journal)

ic REVISTA CIENTÍFICA DE
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Nº 12 (2015) Número monográfico

De la risa ilustrada a la sátira
mediática. Discursos y prácticas del
disenso en tiempos de crisis

Introduction to the issue From enlightened laughter
to media satire. Discourses and practices of dissent in
times of crisis

Fundador: Manuel Bernal Rodríguez

Consejo Editorial

Directora: María Lamuedra Graván. Universidad de Sevilla. España (mlamuedra@us.es)

Secretaria Editorial: María Eugenia Gutiérrez Jiménez. Universidad de Sevilla. España (megutierrez@us.es)

Webmaster y Responsable de Bibliográfica: David Montero. Universidad de Sevilla. España (davidmontero@us.es)

Responsable de Calidad e Indexación: Belén Zurbano Berenguer. Universidad de Sevilla. España (bzurbano@us.es)

Ángel Acosta Romero. Universidad de Sevilla. España (iseaar@us.es)

José Miguel Alcibar Cuello. Universidad de Sevilla. España (jalcibar@us.es)

Francisco Baena Sánchez. Universidad de Sevilla. España (frbaena@us.es)

Vincent P Campbell. University of Leicester. Reino Unido (vpc2@leicester.ac.uk)

Nivea Cannali Bona. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Brasil (bonanivea@gmail.com)

José Luis Campos García. Universidad de Málaga. España (jlcampos@uma.es)

Fernando Contreras Medina. Universidad de Sevilla. España (fmedina@us.es)

Carmen Espejo Cala. Universidad de Sevilla. España (carmenes@us.es)

Juan Carlos Gil González. Universidad de Sevilla. España (jcgil@us.es)

Rafael González Galiana. Universidad de Sevilla. España (rgonza@us.es)

Francisco Jurado Gilabert. Universidad Pablo de Olavide. España (francisjurado@hotmail.com)

Salvador Leetoy López. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México (sleetoy@itesm.m)

Lee Salter. University of Sussex. Reino Unido (L.Salter@sussex.ac.uk)

Francesco María Evangelisti. COMPOLITICAS, Grupo Interdisciplinar de Estudios en Comunicación, Políticas y Cambio Social (f.evangelisti@gmail.com)

Fernando León Solís. University of West Scotland. Reino Unido (fernando.leon-solis@uws.ac.uk)

Víctor Mari Sáez. Universidad de Cádiz. España (victor.mari@uca.es)

Mireya Márquez Ramírez. Universidad Iberoamericana. México (mireya.marquez@ibero.mx)

Hugh O'Donnell. Glasgow Caledonian University. Reino Unido (hod@gcal.ac.uk)

Patricia Oliveira Texeira. Universidade Fernando Pessoa. Portugal (patriciaoliveirateixeira@gmail.com)

Pablo Ouziel. University of Victoria. Canada (Pablo@lapasionaria.org)

Carlos del Valle Rojas. Universidad de la Frontera, Chile (carlos.delvalle@ufrontera.cl)

Diego Zavala Scherer. Tecnológico de Monterrey. México (diego.zavala@itesm.mx)

Comité Científico Internacional:

Peter Burke. Emmanuel College, University of Cambridge. Reino Unido (upb1000@cam.ac.uk)

Gonzalo Abril. Universidad Complutense de Madrid. España (abril@ccinf.ucm.es)

Roger Chartier. Universidad París VIII. Francia (Roger.Chartier@ehess.fr)

Raúl Fuentes. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. México (raul@iteso.mx)

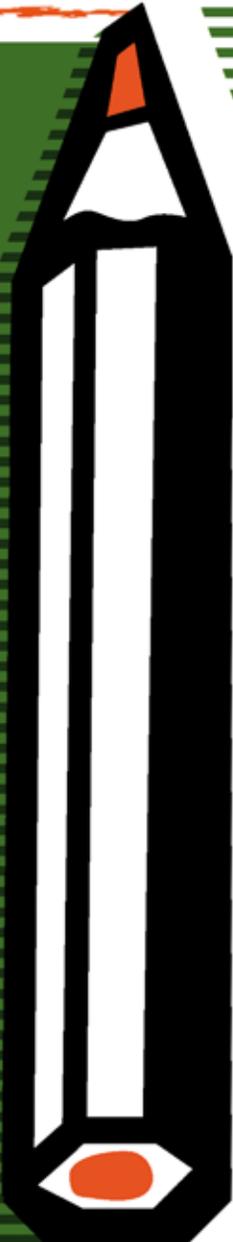
Jorge González. Universidad Nacional Autónoma de México. México (tzolkin4@servidor.unam.mx)

Jan Servaes. Center 'Communication for Sustainable Social Change', University of Massachusetts. Estados Unidos (csschange@gmail.com)

Muniz Sodré. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Brasil (sodremuniz@hotmail.com)

Teun A. Van Dijk. Universidad Pompeu Fabra. España (vandijk@discursos.org)

ÍNDICE



INTRODUCCIÓN

Introducción al número *De la risa ilustrada a la sátira mediática. Discursos y prácticas del disenso en tiempos de crisis*

Introduction to the issue From enlightened laughter to media satire. Discourses and practices of dissent in times of crisis

M^a Eugenia Gutiérrez (Universidad de Sevilla)

página 17

MONOGRÁFICO

De la risa ilustrada a la sátira mediática. Discursos y prácticas del disenso en tiempos de crisis

From enlightened laughter to media satire. Discourses and practices of dissent in times of crisis

Coordinado por **M^a Eugenia Gutiérrez**

Este número ha recibido un total de 10 artículos, de los cuales se publican 5 en la sección Selecta.

CLAVES

Notas sobre prensa satírica e ilustración gráfica entre 1832 y 1843

Notes on the satirical press and graphic illustration between 1832 and 1843

Cecilio Alonso (UNED Valencia)

página 29

La risa por la risa. El ejemplo del *Madrid Cómico* (1883-1897)

Laughter for laughter's sake. The example of Madrid Cómico (1883-1897)

Jean-François Botrel (Université Rennes 2)

página 59

TRIBUNA

La (mala) lengua de la caricatura: la verdad en tiempos de crisis

The (wrong) language of the caricature: the truth in time of crisis

Marie-Linda Ortega Kuntscher (Université Paris 3-Sorbonne Nouvelle)

página 81

SELECTA

Eduardo Sojo, el Quijote de la caricatura
Eduardo Sojo, the Quixote of caricature

Antonio Laguna Platero (Universidad de Castilla-La Mancha)

Francesc A. Martínez Gallego (Universidad de Valencia).

página 111

Feminidades racializadas e imaginarios coloniales en el humor gráfico de Cuba en el s. XIX

Racialized femininity and colonial imaginary in 19th century Cuban graphic humour

Salvador Méndez Gómez (Universidad de Murcia)

página 135

La crítica satírica durante la República de Weimar: reformulando la vanguardia a través de la cultura de masas

Satirical criticism during the Weimar Republic: reshaping avant-garde through mass culture

Ana Rodríguez-Granell (Universitat Oberta de Catalunya)

página 171

Viñetas y socialización: el caso de la huelga general de 2010 en España

Vignettes and socialization. The case of the 2010 national strike in Spain

Trinidad Núñez Domínguez (Universidad de Sevilla)

página 203

El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de *El País*

Graphic humour as a critical tool: international political leaders in press cartoons (El País)

Miriam Suárez Romero (Universidad de Sevilla)

página 227

BIBLIOGRÁFICA

Antonio Laguna Platero (2015). *Vicente Miguel Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca*. Valencia: El Nadir Ediciones.

Por **Pepe Reig Cruaños** (Universidad de Castilla-La Mancha)

página 259

Barrero, M. (2015). *Diccionario terminológico de la historieta*. Sevilla: ACyT Ediciones.

Por **José Joaquín Rodríguez Moreno** (NW-Cádiz Program, University of Washington)

página 263

Puelles Romero, Luis (2014). *Honoré Daumier. La risa republicana*. Madrid: Abada Editores (Serie Estética).

Por **María Eugenia Gutiérrez** (Universidad de Sevilla)

página 267

Checa Godoy, A. (2010). *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*. Sevilla: Advook.

Por **Inmaculada Casas Delgado** (Universidad de Sevilla)

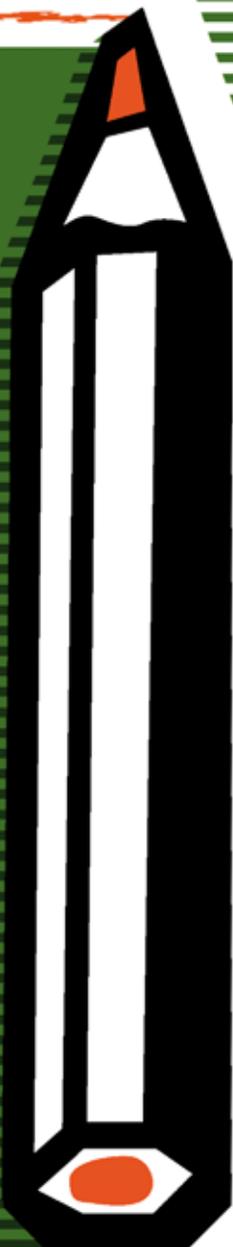
página 273

Reig, Ramón (2014). *Crisis del sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio*. Barcelona: Gedisa Comunicación.

Por **Daniel Moya López** (Universidad de Sevilla)

página 277

INTRODUCCIÓN



Introducción al número

De la risa ilustrada a la sátira mediática. Discursos y prácticas del disenso en tiempos de crisis

Introduction to the issue From enlightened laughter to media satire. Discourses and practices of dissent in times of crisis

M^a Eugenia Gutiérrez Jiménez¹ (Universidad de Sevilla)
[megutierrez@us.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 17 - 25



En la actualidad el humor y por ende la sátira están experimentando un auge importante que difícilmente puede ser interpretado fuera del marco de un tiempo en crisis. Ejemplo de ello ha sido el nacimiento de *Orgullo y Satisfacción*², en septiembre de 2014, o de *Mongolia*, la “revista satírica sin mensaje alguno”, que vio la luz en marzo de 2012. El humor como “un universal”³ ha sido objeto de debate y eje temático del XIII Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, centrado en *El Humor en la Historia de la*

- 1 Debo agradecer la confianza de María Lamuedra Graván, directora de *IC*, para que coordinase el número presente y la ayuda prestada tanto en la elaboración del call for papers como en la organización inicial del número de M^a Carmen Montoya Rodríguez, de la Universidad de Sevilla. Agradezco asimismo la ayuda de Marta Palenque, profesora titular de la Universidad de Sevilla, por su asesoría en la sección Claves, y la de Daniel Moya López en la normalización de los textos.
- 2 El nacimiento de esta publicación se debe al acto de desobediencia protagonizado por 18 dibujantes de *El Jueves* que decidieron dimitir tras sufrir la censura de la portada de principios de junio de 2014, que versaba sobre la abdicación del rey, por parte de la empresa editora de la revista.
- 3 Peter Berger, desde la sociología, observa el humor como un lugar común a todas las culturas. Ahora bien, “lo que la gente considera gracioso y lo que hacen para suscitar respuestas humorísticas varía enormemente de una época a otra y de una sociedad a otra” (1999, p. 11).

*Comunicación*⁴, que tuvo lugar en octubre de 2013 en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha. La sátira en general y la prensa satírica en particular⁵ constituyeron la temática transversal de las *I Jornadas sobre Literaturas marginadas*⁶, celebradas en marzo de 2015 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

En la última década ha crecido el interés por el estudio de la caricatura (dibujo satírico o ilustración gráfica⁷), hasta ahora marginada tanto por su concepción como un arte *menor* como por su inclusión en el discurso periodístico de una prensa *menor* -o *popular*-, la satírica; y más tarde, en la sección destinada a la evasión y entretenimiento de la prensa diaria e informativa. Entre los grupos que centran su análisis en la reconstrucción de la historicidad de

-
- 4 Gran parte de las ponencias y comunicaciones presentadas al XIII Congreso pueden leerse en el volumen colectivo *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América* (2015), coordinado por Antonio Laguna Platero y José Reig Cruañes.
Asimismo, el XIII Congreso sobre el Humor en la Historia de la Comunicación también fue organizado por el grupo de investigación Comunicación, humor y sátira (Gricohusa), de la Universidad de Valencia. En el pasado mes de octubre del año corriente se hizo público su segundo libro colectivo: *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*, donde se indaga sobre la evolución de la prensa satírica y humorística del siglo XX.
 - 5 Berger destaca cuatro formas de expresión cómica: el humor benigno, el humor consolador, el humor ingenioso y la sátira. Esta última es concebida a partir del uso de lo cómico con fines agresivos (1999, pp. 169-280), pues comprende un ataque *ad hominem* mediante la ridiculización.
 - 6 Las jornadas estuvieron centradas en el estudio de las continuidades de la prensa popular desde finales del s. XVIII hasta principios del s. XX, considerándose la sátira -y sus diferentes modalidades- como un elemento constitutivo del discurso periodístico dirigido a un público masivo. El encuentro fue organizado por los grupos de investigación Historia del Periodismo y las Lecturas populares en Andalucía y Literatura Española y Comunicación. Recepción y difusión de la Literatura (LITESCO), ambos de la Universidad de Sevilla.
 - 7 Además del consagrado estudio de V. Bozal sobre *La ilustración gráfica del siglo XIX en España* (1979), hemos de destacar la obra reciente de Vicente Pla Vivas titulada *La ilustración gráfica del siglo XIX. Funciones y disfunciones*, donde se analizan las "disonancias históricas" en la evolución del género de las estampas; en concreto, estudia a fondo los dibujos de María Antonieta y Luis XVI y, por otro lado, al pintor e ilustrador Salustiano Asenjo. Según Pla Vivas, "la evolución de este género no siempre encajaba en el proceso de sustitución de un antiguo modelo visual estático, en el que el espectador se aislaba contemplativamente ante el objeto único, por otro dinámico, en el que los objetos se sucedían interpenetrándose y encabalgándose en la conciencia subjetiva". Con respecto a la ilustración gráfica incluida en la prensa periódica o libros ilustrados, constata una "pervivencia del saber clásico premoderno, y su lectura se resiste aún a insertarse en las estructuras seriales e historizadas del saber en el XIX" (2010, p. 14). Estas discontinuidades y problemáticas conforman la perspectiva de este libro.

la imagen satírica, destacamos: l' Equipe Interdisciplinaire de Recherche sur l' Image Satirique (E.I.R.I.S.)⁸, coordinado por Jean-Claude Gardes (Université de Bretagne Occidentale, Brest), entre otros, y l' Atelier sur la Satire, la Caricature et l' Illustration Graphique en Espagne⁹, vinculado al CREC y coordinado por Marie-Linda Ortega (Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3). Sendos equipos, aunque desde perspectivas diferentes, comparten la necesidad de historiar la influencia de la imagen satírica en el imaginario colectivo y en la percepción social en diferentes épocas históricas.

El atentado terrorista perpetrado contra la sede del semanario satírico francés *Charlie Hebdo* (1992), en el que murieron doce miembros de su redacción¹⁰, planteó -sin relativizar el horror que representaron los hechos y siendo observados desde los márgenes del foco mediático- la necesidad de reflexionar sobre los límites éticos en el ejercicio de la sátira¹¹ y el amparo de tal ejercicio en la práctica de la libertad de expresión, un pilar jurídico fundamental en las democracias occidentales. Tales constataciones invitan al investigador -sin obviar su rol como ciudadano- a revisar el uso y apropiaciones de las formas de expresión de lo cómico en diferentes sociedades históricas dadas así como las virtualidades de las mismas dependiendo de sus formatos, materialidad y recursos. Cabe declarar, por tanto, que el punto de partida del recorrido que comprende este monográfico no es otro que la valoración del humor y la sátira en su vinculación con el nacimiento de la prensa moderna,

-
- 8 Sus objetivos, miembros (internacionales) y actuales publicaciones pueden consultarse en la web del E.I.R.I.S. [en línea]. Disponible en: http://www.eiris.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=58.
 - 9 Los objetivos del Atelier sur la Satire, la Caricature et l' Illustration Graphique en Espagne (ASCIGE) pueden leerse en la web del Centre de recherche sur l'Espagne contemporaine XVIIIe - XIXe - XXe siècles (CREC). Disponible en: <http://crec-paris3.fr/ateliers-du-crec/atelier-sur-le-satirique-la-caricature-et-l-illustration-graphique-en-espagne>.
 - 10 Entre ellos el director de la publicación, Stéphane Charbonnier, conocido como *Charb*, y el caricaturista Jean Cabut.
 - 11 El caricaturista, periodista y pintor sanroqueño, Andrés Vázquez de Sola, disertó sobre esta cuestión en el marco de las I Jornadas sobre Literaturas marginadas. Su intervención, que lleva por título: *La sátira no está reñida con el respeto a la verdad*, ha sido publicada en la sección "Márgenes", un espacio promovido por IC para la divulgación de textos no científicos pero con interés social en las áreas de especialización vinculadas a la producción de la información y a la comunicación social.

auspiciada por la burguesía peninsular y concebida como espacio desde el cual articular un nuevo *modo de ver* el mundo social.

Este nuevo modo de ver pasa por el redescubrimiento de lo inmediato a través de la risa, tal como apunta M. Bajtin: “es la risa la que descubre, por vez primera, a la actualidad en cuanto objeto de representación [...]” (2000, p. 165). Entendiendo a su vez que en ese descubrimiento de lo actual la risa también revela lo humano colectivo, siendo el lector objeto de la risa al mismo tiempo que espectador. Por otro lado, “nuestra risa es siempre la risa de un grupo”, apunta H. Bergson (1973, p. 17), por lo que su efecto, tanto si provoca adhesión como rechazo, y su significación cultural, dependen o necesitan de la complicidad de los otros, aquellos que constituyen la sociedad civil. Sin olvidar, por último, que la risa satírica revela lo actual colectivo desde su apariencia cómico-crítica, es decir, sometiendo a los tipos sociales, costumbres y realidades representados a un proceso de ridiculización.

Se legitima de esta forma lo deforme como un modo de acceso a lo real-inmediato. “La risa romántica hace que la Ilustración se tambalee”, esgrime Martínez Gallego (2010) tomando la voz de Bajtin como fuente para referir que en el inicio del romanticismo se produce una resurrección del grotesco, “aunque no con el sentido que la risa del “realismo grotesco” [...] tuvo para las clases populares durante la Edad Media”, sino para “expresar una visión del mundo subjetiva e individual”, comprendiendo “una reacción contra los cánones clásicos del siglo XVIII” y la seriedad oficial (pp. 22-23).

Esa “reacción contra” lo oficial o establecido fundamenta la potencia de la risa satírica en el siglo XIX, convirtiendo su acción en un acto de oposición que tiende a desvelar lo que el discurso o actuación oficiales pretenden ocultar. Paradójicamente, esta es también la razón referida para justificar su ubicación en un “territorio marginal”, “porque la prensa satírica será un medio de comunicación que refleje la realidad más inmediata, que la critique y casi siempre la transgrede; [...] un periódico que permite al que lo lee identificar de forma muy simplificada las contradicciones políticas que lo envuelven” (Laguna Platero, 2003, p. 113).

Sin embargo, su consumo fue masivo, y muy superior al de la prensa “seria”, además de protagonizado por unos públicos lectores alejados de las esferas de poder y de una gran diversidad socioeconómica. Este hecho invita a pensar que la condición de *marginalizados*, que no marginal, tanto del público

como del género, debió determinar el escaso interés que hasta el momento se ha prestado a este objeto de estudio desde la historia política así como desde la historia del periodismo en España y en Europa.

En la sección Claves, la contribución que realiza Cecilio Alonso sitúa a los lectores en la secuencia histórica de 1832-1843, que demarca uno de los periodos de mayor inestabilidad del asentamiento liberal en España, y que sin embargo comprende el momento en que la prensa satírica comienza a adoptar la carga innovadora de la ilustración gráfica o caricatura como parte de su discurso crítico. Su análisis de *El Mata-moscas* (1836), *Fray Gerundio* (1837, León; 1838, Madrid) y *Guindilla* (1843) se enmarca en este contradictorio contexto con el fin de valorar la hipótesis del desvanecimiento del ímpetu utópico que funda la potencia de la prensa satírica en la medida en que aumenta el descontento por los cambios políticos que no parecen llegar. Asimismo, la aportación de Jean-François Botrel en esta misma sección, que comprende una revisión y traducción al español de su texto *Le parti-pris d' en rire: l' exemple de Madrid Cómico*¹², parte del estudio del discurso verbal e icónico del semanario *Madrid Cómico* (1880) para valorar de qué forma el marco jurídico de liberalización de la prensa que se vive entre los años 1881-1883, da paso al tránsito de una prensa satírico-política con “caricaturas de marras” a una prensa festiva que tiene como principal objetivo la promoción de la risa por la risa, un proyecto editorial que, según apunta el autor, parece agotarse a finales de la Restauración en España.

Bozal se fija, no obstante, en las virtualidades que inaugura la prensa satírica ilustrada, en su vinculación con la visibilización del mundo burgués, destacando su importancia no solamente como “órgano de opinión también en cuanto que acostumbran a la lectura, potencian un mercado de lectores, fomentan la actividad publicística y editorial [...]. A la vez, difunden un lenguaje y un sentido críticos, muchas veces satírico, casi siempre irónico y sarcástico, al que no podrán escapar, cuando las haya, las imágenes (1988, p. 286)”. Y es que el punto de inflexión en el género lo marca no tanto la llegada de la litografía a España (años 30 del siglo XIX) sino la alianza de esta técnica de reproducción

¹² El texto forma parte de la obra editada por el propio Jean-François Botrel (1989), *Le discours de la presse. Actes du 2e Colloque*, organizado por el Centre de Recherches PILAR 2 en noviembre de 1987. Rennes: PUR, pp. 85-92.

con la prensa satírica, esto es con la prensa periódica¹³, que dotará a este género de nuevas potencialidades para informar ahora ya sobre el presente inmediato. Walter Benjamin en su conocida aportación *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* apunta “el grado fundamentalmente nuevo” que alcanza la técnica de reproducción con la litografía. Su forma de proceder

[...] dio por primera vez al arte gráfico no sólo la posibilidad de poner masivamente (como antes) sus productos en el mercado, sino además la de ponerlos en figuraciones cada día nuevas. La litografía capacitó al dibujo para acompañar, ilustrándola, la vida diaria. Comenzó entonces a ir al paso con la imprenta (1973, p. 19).

La inclusión de la imagen, ya fuese como lámina litográfica o como grabado a contrafibra, en el discurso periodístico periódico de la prensa satírica permitió además la construcción de un discurso informativo accesible para un público heterogéneo con diferentes niveles de alfabetización. Bozal, en su estudio divulgativo titulado *El siglo de los caricaturistas*, observa tanto la potencia política de la caricatura para mostrar desde el realismo costumbrista las otras caras de la realidad cotidiana¹⁴, en concreto la *fealdad moral* de la burguesía

-
- 13** Laguna Platero identifica la procedencia de la prensa satírica ilustrada desarrollada en la década de 1860 como una rama de la prensa periódica e ilustrada y describe las modalidades de la prensa ilustrada durante el siglo XIX:

En buena parte de aquel siglo XIX, el principal portador de informaciones y por tanto único medio de conocer las realidades distantes o los rostros de quienes decidían sobre sus vidas, fue el periódico ilustrado. Este tipo de prensa es una rama del tronco común que fue la publicación periódica. Sin embargo, su evolución iba a ser muy distinta a la del periódico diario, experimentando en su recorrido histórico diversas manifestaciones o géneros. De forma sucinta, diremos que en el principio, años treinta, fue publicación semanal ilustrada con grabados; que luego, años sesenta, se le unió la publicación satírica ilustrada con caricaturas; y que a fines del siglo XIX, la prensa ilustrada devino revista gráfica mientras la prensa satírica se acicalaba con el color (2003, p. 112).

- 14** Ésta es una de las características que funda el género joco-serio en la década de 1860 y que se consolidaría durante la Restauración borbónica. “Lo joco-serio es inicialmente un género de la sátira escrita, la ilustración traslada su espíritu y crea las formas adecuadas para darle naturaleza plástica”, indica Bozal explicando que constituye una fórmula crítica que une lo jocosos y lo serio según la fórmula típica de “reír por no llorar”. La unión de ambos extremos conduce a lo grotesco o esperpéntico (1988, p. 320).

(Puelles Romero, 2014, p. 37), como las virtualidades de la ilustración gráfica al introducirse “en el flujo de la narración” -temporal- de una publicación periódica (Bozal, 2000, pp. 8 y 11). Sometida la prosa crítica a nuevas condiciones, la imagen comienza su tránsito de la retórica simbólica e intemporal a la singularización de personajes y escenarios, y con ello a la construcción del acontecimiento de actualidad.

Por ello, se plantea en un segundo orden el cambio en la concepción de lo deforme, lo feo o lo grotesco que durante el siglo XVIII fue un tema circunscrito a los géneros menores, ya fueran estampas, imágenes volantes, xilografías de relaciones de sucesos y posteriormente de romances¹⁵, pues según los teóricos del clasicismo barroco, la realidad empírica era deforme, ocultaba la Verdad y, por tanto, la función del artista era mejorarla o perfeccionarla en su representación. Sin embargo, lo deforme o caricaturesco es aceptado en el siglo XIX como un medio de acceso alternativo a lo real socialmente construido. El texto de Marie-Linda Ortega, que se publica en la sección Tribuna, reflexiona, como su propio título indica, sobre la (mala) lengua de la caricatura¹⁶ analizando los recursos iconográficos, entre ellos la “sombra” y las referencias a las obras de Goya, en los dibujos de Francisco Ortego, uno de los grandes ilustradores del siglo XIX en España, que conforman una serie de álbumes bajo el título de *Menestra* (1869) sobre la deriva del Sexenio democrático. Ortega también valora las virtualidades del idioma de la caricatura para hacer “ver” o “entender” el discurso crítico que promueven estas imágenes en vinculación con la realidad sociológica del analfabetismo en la España decimonónica, apuntando así pautas muy significativas sobre la estructura del idioma de la caricatura y cómo pudo ser leída.

Todo ello nos lleva a considerar las prácticas del humor y de la sátira desde finales del siglo XVIII hasta la actualidad (tal como se verá en los artículos que constituyen la sección Selecta) con el fin de historiar la construcción de su

15 Bozal en su estudio sobre el grabado en España durante el siglo XIX apunta una idea similar: “La ilustración gráfica de carácter popular es un género característico del siglo XIX. En el siglo anterior la ilustración popular lo había sido de pliegos de romances y en mucha menor medida de libros y publicaciones periódicas [...]” (1988, p. 285).

16 El origen del artículo que puede leerse en Tribuna de la catedrática Marie-Linda Ortega, de la Universidad Paris 3 - Sorbonne Nouvelle, se halla en la ponencia impartida en el marco de las *Jornadas sobre Literaturas Marginadas* bajo el título “La (mala) lengua de la caricatura: idiomas y narratividades”.

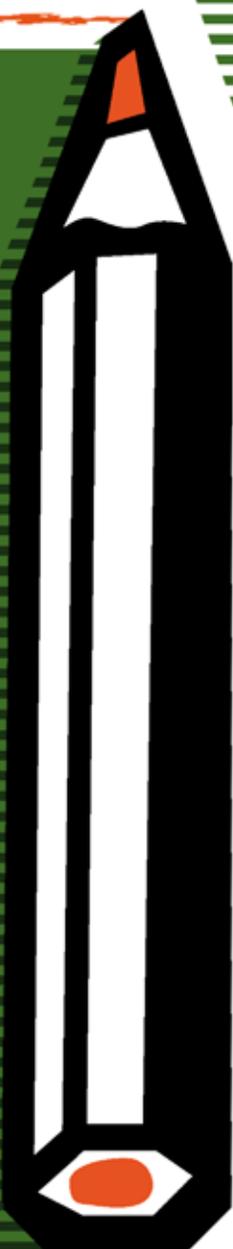
discurso de oposición en diferentes coyunturas políticas y sociales, recalando de un modo particular en el siglo XIX como momento clave en el que sucedió el maridaje entre la imagen y la prensa periódica, propiciando además la conformación de la cultura gráfico-informativa de la que será heredera la cultura audiovisual del siglo XX. De este modo, y porque investigar e historiar suponen transgredir los límites de lo perceptible, el número 12 de *IC, Revista científica de Información y Comunicación*, vinculada al departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla, propone un posible recorrido por los usos sociales del humor en general y de la sátira en particular indagando desde la risa ilustrada hasta el humor y la sátira mediática.

Bibliografía

- Averintsev, S.S., Makhlin, V.L., Ryklin, M., Bajtín, M.M., y Bubnova, T. (Ed.) (2000). *En torno a la cultura popular de la risa. Nuevos fragmentos de M.M. Bajtín* (“Adiciones y cambios a Rabelais”). Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial.
- Benjamin, W. (1973). *Discursos interrumpidos I*. Edición de Jesús Aguirre. Madrid: Taurus.
- Berger, P (1999). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Bergson, H. (1973). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F.A., y Gómez Mompart, J.LI. (eds.) (2015). *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F.A., y Gómez Mompart, J. LI. (dirs.) (2010). *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. Valencia: Tirant lo blanch.

- **Botrel, J.F.** (1989). Le parti-pris d' en rire: l' exemple de Madrid Cómico. En J.F. Botrel (ed.), *Le discours de la presse. Actes du 2e Colloque organisé par le Centre de Recherches PILAR 2, novembre 1987*. Rennes: PUR, pp. 85-92.
- **Bozal, V., Carrete Parrondo, J., y Vega, J.** (1988). *Summa Artis. El grabado en España* (siglos XIX y XX). Vol. 32. Madrid: Espasa-Calpe.
- **Bozal, V.** (2000). *El siglo de los caricaturistas*. Madrid: Grupo 16. Colección Historia del Arte.
- (1979). *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón.
- **Laguna Platero, A., y Reig Cruaños, J.** (coord.) (2015). *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- **Laguna Platero, A.** (2003). El poder de la imagen y la imagen del poder. La trascendencia de la prensa satírica en la comunicación social. *I/C Revista científica de Información y Comunicación*. Núm. 1, pp. 112-129. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- **Pla Vivas, V.** (2010). *La ilustración gráfica del siglo XIX. Funciones y disfunciones*. Valencia: Universidad de València.
- **Puelles Romero, L.** (2014). *Honoré Daumier. La risa republicana*. Madrid: Abada Editores.

C L A V E S



Notas sobre prensa satírica e ilustración gráfica entre 1832 y 1843

*Notes on the satirical press and graphic illustration between
1832 and 1843*

Cecilio Alonso

(UNED Valencia)
[cecilnico@msn.com]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 29 - 57



Resumen

Las expectativas políticas y la consiguiente voluntad de influir en la moral social colectiva, en periodos cruciales de la discontinua revolución liberal española, producen núcleos intermitentes de polarización satírica en la prensa que se inicia con ímpetu utópico y suelen disolverse en la acomodación o en el desencanto cuando las ilusiones iniciales se frustran. Bajo la implícita sujeción a esta hipótesis, el presente artículo se aproxima a la secuencia histórica de 1832-1845, cuando la prensa satírica debe acomodar su inicial forma literaria al contrapunto intermediático de la ilustración gráfica y la caricatura.

Abstract

The political expectations and consequent desire to influence collective social morals at crucial moments of the discontinuous Spanish liberal revolution produced intermittent foci of satirical polarization in the press, which started with utopian impetus and usually faded into compromise or disenchantment after initial hopes were thwarted. In the implicit frame of this hypothesis, this paper takes a look at the period 1832-1845, when the satirical press had to accommodate its early literary form to the inter-media counterpoint of graphic illustration and caricature.

Palabras clave

Larra, *El Matamoscas*, *Fray Gerundio*, *Guindilla*, caricatura

Keywords

Larra, *El Matamoscas*, *Fray Gerundio*, *Guindilla*, caricature

Sumario

1. Introducción
2. La regresión de 1823 y un nuevo impulso utópico
3. *El Mata-moscas* (1836-1837)
4. *Fray Gerundio*
5. Transición a la prensa gráfica (1836-1843)
6. *Guindilla*
7. Conclusión
8. Bibliografía

Summary

1. *Introduction*
2. *The regression of 1823 and a new utopian impulse*
3. *El Mata-moscas* (1836-1837)
4. *Fray Gerundio*
5. *Transition to the graphic press* (1836-1843)
6. *Guindilla*
7. *Conclusions*
8. *References*

1. Introducción

En la poética neoclásica la sátira, subgénero didáctico menor, podía ridiculizar vicios comunes del contexto social o censurar conductas individuales. La prensa del XIX reactivó extraordinariamente el numen burlesco pero no eliminó esta doble vía: la del *costumbrismo genérico*, de largo alcance literario –espejo para el reconocimiento ideológico de las nuevas clases urbanas alfabetizadas y sometidas a una acelerada transformación de modos de vida–, y la de la *sátira política específica*, preferentemente opuesta al poder y partícipe en los debates para la consolidación jurídica y administrativa de las libertades burguesas pero que admitía también una perspectiva reaccionaria. Ambas tendencias tenían el denominador común de inspirar el desarrollo de nuevos modos de convivencia interclasista –en términos no siempre compartidos– que sirviera de marco contradictorio al liberalismo emergente y a las opciones retardatarias.

Por su propio carácter genérico, los artículos costumbristas tenían más facilidad de ser coleccionados en libro fuera de su contexto periodístico y, por tanto, de ser incorporados al canon literario, mientras que a la sátira política, perjudicada por su propia fugacidad comunicativa, se le abrían menores expectativas de perduración desdibujadas las circunstancias que la motivaron. La inmediatez de los debates políticos y la captación crítica de los vaivenes con que la revolución burguesa sacudía a los diversos sectores sociales, acentuaba la temporalidad de este tipo de sátira emboscada en la distorsión y el distanciamiento. En estas circunstancias, un artículo satírico podía integrarse eventualmente en periódicos de información y de opinión, pero cuando hablamos de prensa satírica solemos referimos al corpus de publicaciones no diarias, denominadas *jocoserias*, que solían contener una variable amalgama de información partidista, invectivas, sentencias epigramáticas, sátira corrosiva y humor grotesco, en una fórmula mixta que oscilaba entre el racionalismo crítico y lo absurdo evasivo.

En su modalidad *festiva* se situaba en las inmediaciones de la comicidad gratuita sin alusiones políticas: su lema era un equívoco “la risa por la risa” que implicaba cierta renuncia moral. Así como el artículo político se sustentaba en el clímax retórico, lo específico de la sátira dependía de la agudeza alegórica con que se manejaran la ironía, la parodia, la ambigüedad, la antífrasis, la elipsis o la metáfora que si, por un lado, ayudaban a sortear a

los fiscales de imprentas, por otro excitaban saludablemente la imaginación del lector. Ello confiere al texto satírico una opacidad circunstancial que dificulta su lectura descontextualizada.

El proceso pendular de la utopía histórica del liberalismo en España, siempre entre la euforia y el desencanto, añade a su disociación partidista entre la moderación y la exaltación, el desgaste de su enfrentamiento primero a la reacción fernandina y después al conflicto dinástico carlista. La prensa satírica, como instrumento político no institucional que pretendía incidir sobre el perfeccionamiento de la moral social, se multiplicaba o se eclipsaba según las fluctuaciones de las libertades formales. Había estallado en el Trienio, cuando se fraguó el modelo zurriaguista, desapareció durante la ominosa década (con las excepciones de *El Duende satírico del día* y *El Pobrecito hablador*), se recuperó laboriosamente en los años decisivos de la Revolución y la primera guerra civil (*El Mata-Moscas*, *Fray Gerundio*), rebrotó en la regencia de Espartero (*Guindilla*) para diluirse en el género jocoso durante la década moderada (*El Dómine Lucas*, *La Risa*), se tiñó de reaccionaria en *El Padre Cobos*, sirvió a la Unión Liberal en su fase expansionista (*El Nene*), se cargó de argumentos demócratas y republicanos antes de 1868 (*Gil Blas*), irrumpió con fuerza en el Sexenio con el modelo cromolitográfico barcelonés de *La Flaca*, *La Carcajada* o *La Madeja política*, y hubo de regresar a la hibernación desencantada, pero activa, durante la primera fase del canovismo (*El Solfeo. Bromazo periódico para músicos y danzantes*, diario donde *Clarín* y sus amigos orquestaron su resistencia satírica) hasta que la legislación de imprenta promovida por Sagasta, en los años 1880, permitió la aparición de incisivas publicaciones de signo ideológico dispar, como *El Motín*, *Don Quijote* o *Gedeón*.

Los periódicos satíricos generaron nuevos tipos de estructuras discursivas que, pese a su preferencia por la prosa, no prescindieron de los viejos recursos epigramáticos, de las coplas glosadas con motivos de actualidad y de las composiciones en verso popular vinculadas a la práctica tradicional de relaciones, romances, chistes y trovos extravagantes difundidos por los pliegos de venta ambulante. El nuevo público receptor de esta prensa –oyente o lector– se movía en los cauces establecidos por los impresos de cordel, como recordaba el desenfadado “Introito” de *La Periódico-Manía*, (nº 1, p. 5, 1820): “Oiremos a los ciegos gritar por las calles y las callejuelas, plazas y plazuelas.... *La Pulmonía*; papel que ha salido nuevo: ¿quién compra este papel útil y curioso?”.

El diseño formal de la prensa satírica no escapaba a las tendencias generales de la informativa en su dependencia de las libertades cívicas, del desarrollo de las artes de imprimir y del consumo de productos tipográficos. En una primera fase fue superando los discursos monográficos heredados de la prensa discursiva del siglo anterior. Durante el segundo tercio del XIX, la expansión de la litografía y de la xilografía a contra fibra dio paso a una nueva forma de prensa satírica impulsada por la universalidad de la imagen visual. Referencia obligada de esta última modalidad son tres publicaciones pioneras: *El Mata-Moscas* de Manuel B. Aguirre que a fines de 1836 comenzó a entregar láminas litográficas fuera de texto, no siempre conservadas en las colecciones; *Fray Gerundio*, de Modesto Lafuente, trasladado desde León a Madrid en 1838, cuyo editor Mellado concedía por término medio una xilografía mensual a sus suscriptores también fuera de texto y, ya en plena regencia esparterista, el trisemanal *Guindilla*, de Ayguals de Izco (Rubén Benítez, 1979; Dérozier, 1983; Calvo Carilla, 2008) insertaba en sus páginas viñetas xilográficas llenas de dinamismo caricaturesco (1842-43). Cada una de estas tres publicaciones proponía modelos icónicos diferenciados, como veremos más abajo.

A corto plazo, las ilustraciones quedaron aprisionadas en los pequeños formatos, pero, tan pronto lo permitieron las nuevas máquinas de imprimir, se sumaron a los cambios morfológicos de unos medios que aumentaban sus dimensiones y el número de columnas, reducían la extensión de los artículos y fragmentaban los contenidos en diversas secciones. Esta innovación fue decisiva porque con anterioridad a la implantación del humor gráfico todo el impacto de la sátira se había de fiar a procedimientos netamente literarios. El grabado burlesco en la prensa, si en principio no arrebató protagonismo al verbalismo de los artículos, podía introducir un factor de distracción en la percepción del lector. La imagen no sustituía al texto pero lo invadía como ilustración subordinada al mismo, conforme crecían las dimensiones de los periódicos y el número de dibujos que, hacia 1860, podían ocupar más de una plana.

El corte mayor de las primeras publicaciones satíricas apenas ganó un centímetro entre 1820 y 1839, pasando con *Guindilla* a los 18/19 cms. (1843). Pero un año después *El Dómine Lucas* superaba ya los 32 cms., dimensiones mantenidas por *El Padre Cobos* (1855), y *El Nene* (1859). El último estirón en el formato de la prensa satírica española, por intereses de la industria tipográfica, correspondió a *Gil Blas* (1864) –de tamaño similar al del *Charivari* parisién y

superior al del *Punch* londinense-. Obsérvese que, hacia el fin de siglo, *Don Quijote*, el periódico de mayor tamaño, cargado de ilustraciones en sus páginas centrales, es el que contenía menor cantidad de texto.

TABLA Comparación evolutiva de algunos periódicos satíricos, 1820-1896

TÍTULOS	AÑO DE INICIO	Nº DE PÁGS.	Nº COLUMNAS	CORTE FRONTAL EN CMS.	Nº APROXIMADO DE CARACTERES POR ENTREGA	CARICATURAS, LÁMINAS, VIÑETAS,...
<i>La periódico-manía</i>	1820	24	1	15	20.000	no
<i>El zurriago</i>	1821	16	1	15	20.000	no
<i>La tercerola</i>	1822	16	1	15	20.000	no
<i>Las espabiladeras</i>	1822	24/30	1	15	28.000	no
<i>El duende satírico del día</i>	1828	36/40	1	15	35.000	no
<i>El pobrecito hablador</i>	1832	16/24	1	15	22.500	no
<i>El Mata-Moscas</i>	1836	16*	1	15,7	22.000	láms litográficas. fuera de texto
<i>Fray Gerundio</i>						
León	1837	16/24	1	15/16	25.000	no
Madrid	1838	16	1	17	19.000	lám. xilográfica mensual fuera de texto
<i>Guindilla</i>	1843	16	1	18/19	23.000	viñetas xils. en el texto
<i>El Dómine Lucas</i>	1844	8	2	33	55.000	viñetas xils. en el texto
<i>El Padre Cobos</i>	1854	4	2	37	38.500	no
<i>El Nene</i>	1859	8	2	32	60.000	viñetas xils. en el texto
<i>Gil Blas</i> (1864)	1864	4	3	42	45.000	Gran caricatura
<i>La Flaca</i> (1869)	1869	4	3	44	33.000	Gran caricatura color
<i>Don Quijote</i>	1892	4	3	48,5	20.500	lits. en págs. centrales
<i>Gedeón</i>	1896	4	3	39	38.000	lits. color págs. 1 y 4

*Excepcionalmente hubo algunos números de 100 páginas –tamaño de libro– por dificultades del periódico con el depósito a metálico.

2. La regresión de 1823 y un nuevo impulso utópico

Si, con su empuje romántico y su inspiración popular, *El Zurriago* (Gil Novales, 1972; Romera, 2005) había pulverizado el lenguaje de la prensa discursiva de raíz ilustrada, la ominosa década frustró la semilla e hizo retroceder el proceso satírico en extensión y calidad a los tiempos de Godoy. La reacción fernandina destruyó la audacia de aquel dinámico lenguaje, propiciando la huida de los lectores por el peso de la censura y la falta de debate público. El desencanto de los perseguidos hubo de rumiarse en el silencio interior o en las lejanías del exilio, mientras la escasa prensa autorizada volvía al predominio del soliloquio.

En este contexto cobra archisabida relevancia el hecho de que el joven Larra, impulsor privilegiado de mínimas empresas satíricas, comenzara *El Pobrecito Hablador* buscando al público, como ya había hecho en el prólogo dialogado de *El duende satírico del día* (1828). Heredero del silencio y aspirante a la libertad, quería romper a hablar con un interlocutor perdido porque de las cenizas del Trienio surgía un nuevo impulso utópico que prometía recuperar el disfrute de las libertades colectivas. En el pórtico a su posterior *Colección de artículos* (1835), el autor confesó que en *El Pobrecito hablador* había ensayado “un género arriesgado” que devino “elocuente crónica de nuestra llamada libertad de imprenta”. En apariencia el joven moralista trivializaba su compromiso bromeando sobre el “epíteto satírico” que se había “echado encima” en el subtítulo del periódico y asegurando que se inclinaba por la diversión genérica del público sin perjuicio de terceros.

Bastaba con: “reírnos de las ridiculeces, [...] ser leídos, [...] decir la verdad”. Pero ¿guardaba algo más que pastiche clasicista su “Sátira contra los vicios de la Corte”? “Malhaya para siempre el torpe suelo / donde el pícaro solo hace fortuna; / donde vive el honrado en desconsuelo; / donde es culpa el saber / donde importuna la ciencia [...]; / donde al ciento por ciento da prestado, / sin que nadie lo mate, un usurero, / y vive rico, alegre y respetado” (*El Pobrecito hablador*, 2, agosto 1832, pp. 12-13). En un contexto sin libertades, en la sátira del joven Larra subyacía un ataque implícito a la totalidad del sistema a través del moderno concepto de la literatura que José Escobar (1972) definió “como forma de insurrección permanente”. Pero basta echar una ojeada a la “Conclusión” (nº 13, marzo 1833) para observar que subjetivamente su balance era insatisfactorio, abrumado por lo que no se debía, no se quería o no se podía decir.

Cuando el escritor satírico se aplica el aguijón a sí mismo alcanza el más alto grado del humor, rompe su discurso unidireccional y amplía los límites de complicidad con el público. Los desdoblamientos del redactor en *El Pobrecito hablador* conducen al humorismo a través de la autocrítica y la ambigüedad: “Aunque nos damos tratamiento de nos, bueno es advertir que no somos más que uno, es decir, que no somos lo que parecemos” (“Dos palabras”, nº 2, agosto 1832, p. 6).

En un rasgo de evidente implicación moral, no dudó en ofrecerse como materia burlesca desde las primeras páginas de la serie, bien ironizando sobre su carácter pueril e inocentón –“un buen hombre, un infeliz, un pobrecillo”–, bien ideando un corresponsal destacado –*Andrés Niporesas*– para prestar coherencia al conjunto, o bien dando paso a estructuras epistolares ficticias protagonizadas por comunicantes apócrifos –*Mateo Pierdes*, *Frasco Botiller* y *Simón Sinsitio*– (“Robos decentes”, nº 8, diciembre 1832, pp. 28-32), cuyas cartas, apostilladas con indignación por *El Bachiller*, son signo precoz de una autocrítica ratificada en el quijotesco testamento de Munguía, transcrito por su ex escribiente (nº 14, marzo 1833), a la que puede añadirse la gacetilla sobre la corrección expresiva que cierra la sátira “Contra los malos versos de circunstancias” donde se desdoblaba humorísticamente a través del Bachiller para burlarse con sutileza de un galicismo deslizado por el autor de *No más mostrador* (“Filología”, nº. 5, pp. 22-23).

Larra corona el proceso de la sátira político-existencial en los periódicos sin la menor mediatización del nivel icónico. Escribió para la prensa como literato con un relampagueante instinto de la actualidad, pero sin condicionar su discurso a ningún tipo de ilustración gráfica. Su sátira se produce plenamente en el campo simbólico-literario, anterior a los cambios tipográficos. Pero, como queda dicho, no ocurrió lo mismo con *El Mata-Moscas*, *Fray Gerundio* y *Guindilla*, periódicos unipersonales aunque no monográficos, que experimentaron en grado creciente la innovadora carga gráfica durante el periodo más inestable del asentamiento liberal en el poder político y económico (1836-1844).

3. *El Mata-Moscas* (1836-1837)

Aún no repuesto *Fíguro* de su decepción por el restablecimiento de la Constitución de 1812 que conllevó la pérdida de su acta de diputado, cuando el

soriano Manuel Benito Aguirre comenzó a publicar su trisemanal satírico-político *El Mata-Moscas* (21-8-1936). En los extremos de sus respectivos itinerarios utópicos, mientras Larra sucumbía al desánimo político y existencial, conjugando su pesimismo autodestructivo con la destilación de los frutos más amargos de un alegorismo literario pronto incorporado al canon nacional, el animoso Aguirre, gris paladín de la unidad de los liberales para asentar programas de convivencia progresista que resolvieran el conflicto dinástico y la guerra civil, construía su utopía constitucional que, al cabo, tampoco lo acabaría librando de su cuota de frustración como predicador en desierto: “El alma duele ya / de decir verdades mondas; / pero no hay fuerzas humanas / de que escuchen una sola” (nº 100, 8-9-1837).

En periódicos jocosos como el de Aguirre, opinión y sátira estaban equilibradas. Esta, habitualmente en verso, venía a ser el contrapunto distendido del discurso político. Pero como la habilidad versificadora no era su fuerte, su deseo de entroncar con la prensa del Trienio no pasó de una declaración de intenciones: “Si el *Mata-Moscas* / verdad predica / y alguien se pica, / sepa que nunca / transigiremos / con fusionistas, / ni pasteleros. / Ande el garrote, / viva la Pepa, / siga la danza / que ahora se empieza” (nº 26, 7-12-1836, p. 5).

Sin ser un escritor brillante, Aguirre supo jugar con el yo satírico ficticio y la simulación irónica, denunciando el transformismo político que afectaba a los candidatos cuando asumían el poder. Había tomado *El Zurriago* como modelo porque en el contexto constituyente de 1836 y 1837 se trataba de defender la soberanía popular como fuente de las libertades nacionales, de vigilar críticamente el desarrollo de la nueva fase constitucional y de combatir a las fuerzas “retrógradas” que lo dificultaban, reduciéndolas a imágenes metamórficas y zoomórficas de políticos *pasteleros* degradados a *ranas* y *cangrejos*, recurriendo a fabulillas didácticas de tosca versificación o envolviendo sus peores vaticinios en sueños premonitorios.

La tendencia a la moderación expresiva en sus páginas se rompía excepcionalmente en letanías políticas irreverentes de raíz carnavalesca, o en mini sátiras sainetesca de más intención que alcance. En “Los retrógrados sin máscara” aparecía un *Triquitraque*, vago calco fonético del avisgado *Tirabeque* gerundiano, mientras la onomástica satírica antiministerial seguía fórmulas de *El Zurriago*: Calatrava era “Cala-modorra”, Mendizábal “Medi-embrolla”, Joaquín María López “Lop-gangrena” y el ministro de la Guerra Rodríguez de Vera, “Rodrí-Porro”

(nº 42, 9-3-1837, pp. 1-6, y nº 75, 23-6-1837, pp. 12-16). Cuando en junio de 1837 se promulgó la nueva Constitución, la labor formativa del periódico había concluido. Los meses de supervivencia supusieron una cadena de malos augurios para el cumplimiento de sus ilusiones utópicas.

4. *Fray Gerundio*

A poco de la muerte de Larra, el liberal Modesto Lafuente, empleado público del gobierno político de León y hombre de letras con sólida experiencia de las instituciones eclesiásticas en las que había cursado sus estudios, daba a la luz la primera entrega de su *Fray Gerundio* (4-4-1837), una marca satírica de duradero prestigio cuyo conocimiento se ha enriquecido con un estudio reciente, justamente reivindicativo, de la profesora Fuertes Arboix (2014) que se une a anteriores publicaciones de Tobajas (1981) y de Pérez Garzón (2003).

En este periódico unipersonal de larga vida (1837-1844), el redactor desdobló irónicamente su yo en la figura ficticia de un fraile exclaustado que no se ajustaba a su propia biografía y desarrolló un incansable discurso, variado, reflexivo y crítico que poco tenía que ver con su referente dieciochesco, el necio predicador popularizado por la novela del P. Isla. El periódico de Lafuente destilaba un humor autocrítico de clara concepción cervantina por la estructura dialógica de buena parte de sus *capilladas*, compartidas por “dos personajes ideales”, amo y criado, *Fray Gerundio* y *Tirabeque*. Este, “flor y nata de la leguería”, se abraza a su pollino como Sancho a su rucio, e incluso alude a los plagios avellanescos de que es objeto en periódicos coetáneos. Pero, dejando aparte los efluvios bufonescos que festonean el sentido común del fámulo, ni él ni su señor son el verdadero objeto de la sátira periodística, sino sus instrumentos.

Fray Gerundio como sujeto quijotesco, sustituye el ideal caballeresco por el patriótico-nacional de la concordia liberal para encontrar la senda del progreso. Incluso eleva su oración a Don Quijote en tono paródico (*capillada*, nº 11) pidiéndole ayuda para finiquitar la “malhadada” guerra civil, fulminando al “avinagrado príncipe con su vistoso séquito” de obispos y frailes a orillas del Cinca. Hasta la iconografía de ambos personajes fijó una clara analogía con las figuras quijotescas a partir del grabado de la reedición madrileña de la 1ª *capillada* leonesa (1839) –concebido por el dibujante Gómez Cros,

presumiblemente en connivencia con Lafuente o siguiendo sus instrucciones—donde cobraban correlativa apariencia gráfica el delgado ex fraile y el robusto lego, elevados a referentes satíricos proverbiales.

El humor autocrítico al modo cervantino alcanza otro de sus pasajes más felices en la *capillada* nº 42 (León, 18-1-1838) donde el redactor decide “gerundiarse a sí mismo” escrutando la colección de su revista, donde no le importa reconocer que había “tonteado a satisfacción” incurriendo en insulseces, vulgaridades y “mil piropos prodigados” a su “gerundiana persona”. Desde su sátira jocoseria, al redactor no le importaba arriesgar su empleo público censurando “con noble franqueza” los actos de cualquier Gobierno que entorpecieran el “afianzamiento de una libertad racional apoyada en el trono constitucional de Isabel II” y la terminación de la guerra: los ministros “me podrán privar del destino, no de la capilla; del sueldo, no de la libertad...” (*capillada* 42, 18-1-1838 y figs. XX).

Por más que Lafuente tuviera facilidades desde su empleo público para tender una red de corresponsales y puntos de suscripción en estafetas de correos, administraciones de loterías y redacciones de boletines oficiales provinciales, no deja de sorprender la celeridad con que se propagó su periódico desde las primeras *capilladas* leonesas. Y aún más extraña que, al llegar a la “suspensión de hostilidades” (*capillada* 52, 29-3-1838, última antes de su salto a Madrid) mostrara su satisfacción por el favor interclasista del “respetable público español”, que no cesaba de aumentar la suscripción ni de enviarle comunicaciones de apoyo.

Tampoco olvidaba expresar su respetuoso agradecimiento a la benevolencia de los fiscales penetrados de su “rectitud y patriótico objeto” pese a que lo mismo despotricaba contra los facciosos Don Carlos, Merino, Cabrera —“verdes como siempre vivas”— que contra el gobierno que andaba metiendo “los dedos por los ojos”, o jugaba con la macabra paradoja de que cuanto más mermaba la población a causa de la guerra más era el número de hambrientos y menos había que yantar. Esta versatilidad realista que por un lado celebraba con satisfacción de integrado las fuentes de su prosperidad empresarial y por otro fustigaba a quienes, desde el poder o desde la facción, obstruían la vía del progreso, era el mayor atractivo de su peculiar talante periodístico en aquellos años de transición.

“La muerte de Larra produjo a Zorrilla y la de *Fígara a Fray Gerundio*” había de observar el ingenioso Martínez Villergas (1854, pp. 238-241) al distinguir las dos trayectorias divergentes —sublime y satírica— que recibieron

su impulso del mismo hecho trágico. Suponía el escritor zamorano que el vacío dejado por el periodista madrileño permitió a Lafuente salir a la palestra sin tener que entrar en competencia con *Fíguro*, al que superaba “en la prodigalidad del chiste y en la riqueza de conocimientos, aunque no [...] en la profundidad de miras, ni mucho menos en la vehemencia y elevación de las ideas”. La sátira de *Fray Gerundio* era universalista, abordaba política y costumbres sin dramatismo existencial, criticaba pero no pretendía ofrecer alternativas políticas. Aunque no faltó quien lo tildara de tabernario, su moderada pluma trató de cumplir el vaticinio del propio *Fíguro*, acerca de que el género satírico, evitando la causticidad para ridiculizar el error o para juzgar acciones públicas y yerros políticos, estaba destinado a refundirse en la “jurisdicción de la crítica”, evitando la ponzoña degradante del ataque personal ajeno al interés general, como convenía a una civilización avanzada (“De la sátira y de los satíricos”, *El Español*, 2-3-1836). En todo caso, Lafuente con su discreto realismo satírico de “misionero jovial”, capaz de encajar y contrarrestar todo género de contratiempos, eludió los angustiosos registros que desgarraron a *Fíguro* cuando el desplome de su utopía política y la ruptura sentimental tomaron forma de sátira autodestructiva.

5. Transición a la prensa gráfica (1836-1843)

La aplicación del grabado xilográfico a la prensa satírica marca un antes y un después en las estructuras de la misma, imponiendo cambios en las propias formas literarias y depurando los géneros para adaptarlos a las diversas secciones del periódico moderno. En cierto modo, la ilustración gráfica llegaba a los medios satíricos como una especialización politizada de la lectura visual de imágenes pintorescas que ofrecían los periódicos enciclopédicos e instructivos.

El no muy copioso banco de pruebas español en esta franja fronteriza tiene en *El Mata-Moscas* y en *Fray Gerundio* dos modelos significativos. La vida del primero coincide con el proceso constituyente de 1837. El segundo se sostiene en su primer formato hasta bien entrada la Regencia de Espartero (1842), se eclipsa durante unos meses, reaparece retocado en junio de 1843 y concluye su vida periodística medio año más tarde afectado por los cambios de gusto de una clientela más diversificada y deseosa de novedades.

La aportación formal más apreciable de *El Mata-Moscas* fue la entrega de láminas litográficas fuera de texto, algunas desplegadas, que se encuadernaban con la publicación (11x15,5 cms.). A partir del nº 14 (21 de octubre de 1836), se alternaban retratos de personas notables de la escena política con figurines de moda y “caricaturas jocosas e inocentes, pasos de historia y otros mil caprichos” para “divertir al público” (Aviso, nº 13, 14-10-1836, p. 16). El aspecto satírico de la litografía aplicada a periódicos ya había sido ensayado por Federico Madrazo en alguna lámina de *El Artista* (vg. “El pastor Clasiquino”, I, entrega XX, 1835). La empresa de *El Mata-Moscas* dio las suyas sin firma ni pie de imprenta pero tanto la concepción como lo correcto del dibujo hacen pensar en una mano de gusto clasicista y dominio de las academias. Los artículos a los que se referían las láminas no siempre eran satíricos. De hecho, las primeras fueron retratos de la Reina-niña y de Mendizábal. Pero entre la imagen y su explicación no faltaban contradicciones, como en el caso del “gefe de facción” Gómez, tratado muy respetuosamente por el retratista pero satirizado con una invectiva degradante por parte del redactor (Bozal, 1979, p. 22). En realidad, la “verdad satírica”, por lo que tenía de manipuladora y excluyente, podía contradecir a la “verdad histórica”.

Las láminas de *El Mata-Moscas* respondían a una línea alegórica muy elaborada y hermética, de concepto homogéneo y composición teatral, con tendencia a la frontalidad estática de figuras que, a veces, parecen flotar con cierto amaneramiento irreal, acentuado por la desproporción entre las figuras centrales y su contexto visual (Bozal, 1979, pp. 35-36). Con frecuencia la alegoría gráfica constituía un discurso paralelo al del artículo que le servía de referencia, incluso con mismo título, pero sin subordinarse estrictamente a este. En cierto modo los comentarios vinculados a las láminas venían a ser explicaciones de las mismas, a veces redundantes, porque formaban parte de sistemas de referencias sobre asuntos tratados profusamente en números precedentes.

Así una lámina referida a la destitución del ministro, Joaquín María López –*Ruinas* o *Ruinitas* en el argot satírico– podía ver la luz casi dos meses después de que el periódico hubiese dado la noticia del hecho en unas cuartetas satíricas: “¡Joaquinito cesante y separado! / ¡Ruinitas apeado de su puesto! / ¡Ruinitas de arruinar verse privado / y tener que tornar luego al Digesto!...” (*El Mata-Moscas*, 47, 2-4-1837, p. 11). López, desmedido orador, tribuno de la plebe impregnado de fervor romántico, había pronunciado una apocalíptica arenga

afirmando que era “preciso empuñar la espada, arrojar lejos de sí la vaina, y concluir de una vez con todos los enemigos de la libertad, aunque no quede más que un solo español, para gritar sobre las ruinas ¡Viva la libertad!”. De aquí derivaba el mote –“Ruinas”– que lo identificaba como objeto satírico. Tales precedentes permitían al lector contextualizar, mes y medio más tarde (21-6-1937), la aparición de la lámina litografiada, “Ruinas sobre ruinas” (Fig. 1), ilustrando un sarcástico artículo de igual título, reforzado con una breve fábula en verso, referido a un innominado tribuno del pueblo (López) “que no siendo más que un mediano y pobre abogado, creyó sin duda ser un grande hombre de Estado” pero salió “calabazón”. El texto glosaba una octavilla que remitía al motivo gráfico del mundo clásico hecho trizas bajo el ambivalente simbolismo de una antorcha que destruía en lugar de iluminar: “Hoy ha de ser la gran Roma / de sus hijos sepultura. / No ha de haber piedra segura / en sus altos muros. No. / Y viendo que ya acabó / su fábrica peregrina, / por no haber ya otra ruina / lloraré sus ruinas yo” (*El Mata-Moscas*, 74, pp. 3-5). De este caso podría inferirse que en el periódico de Aguirre los motivos de las láminas se planeaban y litografiaban a medio plazo, dando ocasión a que el texto de referencia se escribiera subordinado a la imagen acabada y no al revés. De ser así, la sátira gráfica, en esta fase, escaparía relativamente a la inmediatez de la actualidad.

Parecida suerte corrió en su tratamiento satírico otro ministro de Hacienda, Pío Pita Pizarro, “el hombre de las PPP”, que –en la percepción del redactor– solía invocar sus muchos años de conspirador liberal, como si pasara la cuenta de sus servicios pretéritos para disimular yerros presentes. En pocos meses había ocupado sucesivamente los ministerios de Gobernación y de Hacienda y había “caído” por segunda vez a principios de octubre. El redactor, que tenía fijación con él, según Gil Novales (1983, p. 138), comenzaba su diatriba (*El Mata-Moscas*, 106, p. 2, 6-10-1837) argumentando los fundamentos genéricos de su crítica contra los políticos que gastaban “patriotismo de boca antes de llegar al poder” pero que “una vez en candelero” convertían su fervor patriótico “en egoísmo, la liberalidad en despotismo” y se quitaban la máscara de sus aparentes virtudes presentando “el cuadro horrible de los vicios”. Acto seguido, bajo el mismo título de la lámina –“Al conspirador en primera fila”, pp. 3-5– acusaba al “nunca mal hallado, aunque bien nutrido conspirador”, de haber maquinado contra todos los estamentos sociales en provecho propio, y lo ridiculizaba fonéticamente con una oscura retahíla de términos comenzados por p-:

Pintiparado Podía Ponerte Panegírico Por Parte Positiva de Proezas que Pasan por Propia Potestad [...] Pero no Pienso Por hoy apurar más la Paciencia de los Pobres, ni Pisotear más la Picardía de los Pícaros Pasteleros, P. P. P. &&. Piiiadosísimo cordero -terminaba apostrofando el redactor- creíste ser el genio predestinado a salvar la patria, trabajaste y echaste los bofes para colocarte en un punto desde donde pudieras poner en ejecución tus planes [...] y desde allí ya la patria se ausentó de su vista, o tu vista se separó de ella: sólo tu bolsillo exhausto como bolsillo de conspirador es lo que robaba tus atenciones y cuidados.



FIGURA 1

El Mata-Moscas, 74 (21-6-1837), caricatura del ex ministro Joaquín María López.

Litografía en lám. fuera de texto.



FIGURA 2

Caricatura del Regente general Espartero, representado como un César megalómano, represor de las libertades municipales. Atributos recurrentes: antorcha destructora y fustes caídos, como en la fig. 1.

Xilografía insertada en el texto *Guindilla*, 63 (19-2-1843). p. 167.



FIGURA 3

El ministro Pío Pita Pizarro en *El Mata-Moscas*, 6 (6-10-1837). La caricatura como discurso icónico paralelo al verbal.

Tras la invectiva, una redondilla burlesca evocaba irreverente la séptima estación del Viacrucis: “Por segunda vez cayó / en medio del pedregal, / el conspirador infernal / y su frente se humilló”. Si el personaje aludido en el texto es fácilmente identificable, la caricatura correspondiente (Fig. 3) sintetizaba el asunto con mayor opacidad mediante dos tipos masculinos contrapuestos por su diferente tamaño y actitud que parecen alegorizar la doble dimensión del disfrute del poder y de su pérdida: el primero, agigantado, sentado con suficiencia en un sillón ministerial sobre el que reza, escrita a modo de dosel, una frase que resalta el cinismo de Pita: “Los empleos para mis hijos y parientes, las palabras para los patriotas pacientes”. El segundo, muy reducido, representa a una figura civil vestida de calle que, compungida y deambulatoria, enjuga sus lágrimas con un pañuelo, dejando ver en su mano derecha lo que parece ser el bolsillo vacío citado en el texto.

Si el litógrafo de *El Mata-Moscas* ha quedado en el anonimato, en *Fray Gerundio*, donde aparecieron sin firma más de la mitad de sus 37 xilografías

también fuera de texto, se registran dos dibujantes, Antonio Gómez Cros y Fernando Miranda, junto a tres grabadores, Félix Batanero, Vicente Castelló y Jesús Avrial, este último firmante único de cuatro grabados y probable autor de otros sin firma (Fuertes Arboix, 2014, p. 153). A razón de tres láminas por tomo, comenzaron a insertarse en la capillada 53, 1ª de Madrid (1-7-1838) impresas por el futuro cuñado de Lafuente, Francisco de P. Mellado que empezaba su carrera de editor.

En 1839, por conveniencia comercial auspiciada por el éxito del periódico y por el interés de los coleccionistas, se reeditaron en dos volúmenes las *capilladas* leonesas, insertando seis láminas en unos tomos que inicialmente no las tenían, dibujadas por Gómez Cros y cinco grabadas por Vicente Castelló, lo que les prestaba una factura homogénea. Esta circunstancia trae de nuevo a colación el aleatorio vínculo de estas imágenes con la actualidad de sus referentes. Aquellas primeras caricaturas a toro pasado, sin impacto inmediato sobre el receptor que la recibía como ilustraciones de volúmenes reeditados, eran presumiblemente fruto de un acuerdo convencional del redactor y el dibujante, lo que quizás explique su dimensión metasatírica que informaba acerca de la fisonomía de los protagonistas de la ficción periodística, Fray Gerundio y Tirabeque, o a licencias como la de asociar, no sin cierto anacronismo, un pasaje del texto gerundiano de 1838 al óleo de Alenza *Sátira del suicidio romántico* dado a conocer meses más tarde (Figs. 4 y 5).

En la caricatura, Fray Gerundio –como el suicida del cuadro– se “echa al agua” figuradamente para defender su derecho a la libre expresión como empleado público. En este punto cabe preguntarse de qué modo se entregaban las láminas durante el curso de la publicación, si el suscriptor las recibía con la capillada correspondiente o juntas al final del trimestre para la encuadernación del tomo. La composición tipográfica se sujetaba a plazos de entrega fijos, pero los trabajos de calcografía podrían disponer de márgenes más relajados al tratarse de publicaciones de encuadernación trimestral cuyos números coleccionables eran indicio del incipiente sistema de venta por entregas. En tal supuesto la falta de inmediatez podría atenuar el impacto satírico de las estampas.

No obstante, hay casos de asunto previsible que podían prepararse de antemano: por ejemplo, el de “La están pelando” referido a la pava navideña, hace pensar en la puntual entrega de la lámina como aguinaldo, asociada a una irónica copla popular cuya reticencia polisémica sobrepasa el aparente costumbrismo del grabado: “Eso de pelar la pava / tiene mucho que entender.../ unos la pelaron



FIGURA 4

Leonardo Alenza, *Sátira del suicidio romántico* (h. 1839). Óleo. (Museo Nacional del Romanticismo. Madrid)



FIGURA 5

Dibujo de Antonio Gómez Cros, grabado de Vicente Castelló, Cap. 42 (18-1-1838), reed. del t. II de *Fray Gerundio*. Madrid, 1839. El redactor de *Fray Gerundio*, el 18 -1-38, en su última fase leonesa, respondía en clave satírica a una declaración parlamentaria del ministro de Hacienda Alejandro Mon (9 de enero), según la cual se proponía prohibir a los empleados públicos que escribieran contra el Gobierno del que recibían su sueldo.

El modelo burlesco de esta ilustración es el cuadro satírico de Alenza, colgado aquel mismo año en la Exposición de la Academia de San Fernando, cuya bisemia meta satírica parodiaba la imagen del suicida romántico vinculándola figuradamente a la especie de «suicidio administrativo» que podía suponer la decisión gerundiana de «echar el pecho al agua» para responder a las medidas represivas del ministro contra la libertad de los funcionarios.

«Pues señor, aquí no hay mas que echar el pecho al agua.»
Fr. Ger. tomo 2º pág. 232.

antes / otros la pelan después” (*capillada*, 207, 24-12-1839). Más complejo es el lance de la *capillada* 229 (10-3-1840) donde se alude en nota a “la lámina que acompaña” acerca de la Comisión de Actas del Congreso, que se las tragaba “como ruedas de molino” (*Fig. 6*). El asunto dio lugar a denuncia gubernativa por “desacato hecho a la representación nacional”, detención del editor responsable, suspensión de la publicación y recogida del número con su lámina. Lafuente respondió con un paródico “Salmo de las ruedas de molino” e intercaló en el texto la viñeta de un simbólico embudo con la advertencia: “Esto no es una caricatura; no es más que una embuditura” –*capilladas* 231/232, (20-3-1840)–. El incidente censorio había provocado con excepcional agilidad la habilitación funcional de un grabado satírico entre líneas para mejor servir a la actualidad.

FIGURA 6

Pie de lámina proverbial «Se las tragan como ruedas de molino». Caricatura abiertamente política que costó a *Fray Gerundio*, denuncia y suspensión de una semana por desacato. Xilografía sin firma. *Fray Gerundio*, cap. 229, t. 9, pág. 315, 10-3-1840.



Buena parte de las escenas representadas en las láminas son de apariencia costumbrista: interiores, figuras caracterizadas por su indumentaria y fisonomía, paisajes rústicos... No obstante, varios grabados escapan a la literalidad de su contenido en virtud del pie de lámina que, más allá de su apariencia, enmascara traslaciones semánticas inducidas por el texto, formalmente más atrevido. Estos pies solían ser citas textuales, similares a las que, con función localizadora, aparecían bajo las ilustraciones fuera de texto de los folletines. Pero, en un 20% de las láminas gerundianas, entre 1839 y 1840, la intención selectiva del redactor, por lo escueta y generalizadora, adquiere un efecto proverbial de raigambre goyesca que dotaba al grabado de mayor proyección imaginaria que la de su referente periodístico, estimulando cierta dialogía iconográfica.

Algunos de estos pies eran de tradición cristológica popular: “Ecce homo”, asociado a un elector campesino bajo el acoso venal de los políticos urbanos (Fig. 8); “Consummatum est” (*capillada* 218, 31-1-1840) con el grabado del garrote vil –de un realismo próximo a las viñetas de los pliegos de cordel– pero oblicuamente alusivo a la “Pasión y muerte” de *Doña Voluntad Nacional* (Fig. 9). Sesgo evangélico tiene también el pie de lámina “Y agarrando al primero por la falda / un capillazo le arrimó a la espalda”, que muestra a Tirabeque como si estuviera expulsando del “templo” a “capillazos” a los literatos clasicistas y románticos, tras el fracaso de su maestro predicándoles concordia para amalgamarlos en beneficio de las bellas letras (Fig. 7) (“Tirabeque, a ellos”, *cap.* 81, 9-10-1838). En un grabado similar de la *Era 2ª* (5-6-1843), el lego arremete con su disciplina contra un grupo de políticos al grito de: “¿Son ustedes ayacuchos?”.



«Y agarrando al primero por la falda,
un capillazo le arrimó en la espalda:» Tomo IV.–Pág. 40.

FIGURA 7

Tirabeque, animado por Fray Gerundio, disuelve a «capillazos» una polémica entre clasicistas y románticos. Dib. y grab. de Jesús Avrial.

Fray Gerundio, *cap.* 81 (9-10-1838)



FIGURA 8

Pie de lámina proverbial. Acoso al elector rústico en una elección censitaria, 1839, dib de Gómez Cros; grab. de Félix Batanero.

Fray Gerundio, *cap.* 164, t. 7, *pág.* 133 (26-7-1839)

¡ECCE HOMO!

FIGURA 9

Pie de lámina proverbial. Realismo icónico y transfiguración simbólica. El patetismo del asunto –próximo a los tradicionales grabados en madera de los pliegos vulgares– tiene aquí un referente textual político-grotesco, puesto que la imagen de la mujer agarrrotada no es informativa ni ejemplarizante sino expresión burlesca de que *Doña Voluntad Nacional* está siendo ajusticiada por el Gobierno.

Xilografía sin firma.

Fray Gerundio, cap. 218 (31-1-1840).



¡Consummatum est!

Fr. Ger. Tom. 9 pag. 140

En otros casos se transcribe sucintamente la frase proverbial como en la ya citada “Se las tragan como ruedas de molino”, o “Se lo tragó”, desenfadado paralelismo bíblico con referencia a Jonás y a la ballena “el monstruo más grande que se conoce, si se exceptúa algún otro ministro del ramo que hemos tenido en España” (cap. 190, 25-10-1839). Ocasionalmente el retruécano epigramático caricaturiza el despojo de los ciudadanos por los políticos: “¡Señor, que podan la parra! / ¡Señor, que la parra podan!”. En líneas generales, la intención del pie de lámina tiende a prolongar la vigencia visual del mensaje más allá de las circunstancias periodísticas en que fue concebido.

En las variadas formas xilográficas gerundianas se equilibra la función ilustradora con la alegórica. Los dibujantes de *Fray Gerundio* no retrataban a personas sino que componían imágenes ideales deformando tipos extraídos de apuntes del natural, representándolos con teatralidad pero con un dinamismo muy superior al que se observa en las láminas de *El Mata-Moscas*. No obstante, pese al superior pedigrí estético de la litografía, asociada al gusto moderno y a la capacidad adquisitiva de los suscriptores (como ocurría en *El Artista*, 1835), la xilografía española a contra fibra, al iniciarse el decenio de 1840, estaba en condiciones de abrir nuevas vías tanto al documentalismo de escenas y tipos costumbristas, como a las más atrevidas transgresiones gráficas requeridas por una prensa satírica con un concepto más agresivo, y con la ventaja de poder incluir sus imágenes en el texto.

6. Guindilla

Buena prueba nos brinda un periódico como *Guindilla* (1842-1943), cuyo promotor y único redactor –Wenceslao Ayguals de Izco– lo declaraba “satírico-político-burlesco”, dedicándolo a los ayuntamientos y a la Milicia Nacional del Reino, “los más celosos guardianes de los derechos del pueblo”. No en balde había sido primer alcalde constitucional de su ciudad natal, Vinaroz (1836) y había alcanzado “en la fuerza ciudadana” el grado de comandante por elección. Ayguals llegó a Madrid en 1842 con el designio de conquistar la gran ciudad haciéndose notar, si nos atenemos al egocentrismo exhibido en sus primeros artículos. No debió de faltarle crédito entre socios de ideología afín en el ramo de las Artes Gráficas, como los editores del *Panorama Español* (1842-1845), crónica política ilustrada de la revolución española, en cuyos talleres se imprimieron los números iniciales de *Guindilla* y en cuyas oficinas se admitían las suscripciones.

El periódico desplegó una gran mordacidad contra el gobierno *anglo-ayacucho* conforme este reprimía con creciente intensidad las aspiraciones proteccionistas barcelonesas o los intereses municipales de las grandes ciudades. *Guindilla*, siguiendo la pauta establecida en la prensa jocoseria, informaba sobre los sucesos con el contrapunto inmediato de una letrilla con estribillo proverbial, de un romance burlesco –a veces con viñeta gráfica al modo popular– o analizaba las argucias de la política, las trampas de la administración pública y el desigual efecto de las leyes en su famosa “Cartilla del Pueblo”, publicada a partir del nº 17 (11-9-1842) con sus didascalías dialogadas entre *Guindilla* y *El Tío Rebenque*, pareja de innegable progenie gerundiana.

Martínez Villergas (1854, p. 258) afirmaba que Ayguals era más escritor jocoso que epigramático. A su juicio en *Guindilla* su pretendida sátira “desplegaba más virulencia que verdadera gracia pero su musa ingeniosa y jovial estaba al alcance de pocos rivales. Sus artículos no revelaban la capacidad de un Larra pero sus chistes podían competir con *Fray Gerundio*”. El periódico de Ayguals fue la primera publicación que recuperó a pleno rendimiento el descaro satírico de la prensa del Trienio. Pero su radicalismo zurriaguista, se reservaba una carta transaccional por si acaso el ciclo utópico fallaba una vez más. Ello explica que en las mismas páginas de *Guindilla*, se propagara el proyecto de una *Sociedad Literaria* –especie de frente nacional de escritores sin distinción de ideologías– que contaba

con Aribau, Bretón de los Herreros, Campoamor, García Gutiérrez, Hartzenbusch, Navarrete, Rubí, Ventura de la Vega, Villergas y Zorrilla entre otros.

Conviene destacar que *Guindilla*, uno de los últimos periódicos de pequeño formato compuestos a una columna, fue el primer medio satírico que dispuso de un sistema gráfico original y homogéneo, integrado iterativamente en el texto y presto a ajustarse a la actualidad cambiante en cada entrega. Se basaba en personajes recurrentes con sus correspondientes claves fácilmente accesibles para los lectores, y en la acuñación de tópicos satíricos de larga duración, fruto de la coordinación entre el redactor –Ayguals– y unos dibujantes anónimos entre los que se adivina el lápiz de Fernando Miranda (Bozal, 1979, p. 40) y quizás también el buril de Antonio Carnicero (Fig. 15). En sus páginas se insinúan con diversa insistencia series icónicas convergentes en su intención. Entre ellas, reaparece la imagen de la columna caída, símbolo de la devastación ejercida desde el poder, que vimos en *El Mata-Moscas*, ahora con atributos cesaristas para denunciar la violencia destructiva respaldada por el Regente progresista.

En el periódico de Ayguals se da curso en clave satírica a tópicos icónicos de larga andadura, como el del “León español”, *leitmotiv* favorito de los dibujantes del siglo XIX bajo variados registros: de majestuoso y fiero a dormido y famélico. Tampoco falta una doble ilustración del motivo goyesco de la *Academia Asnal*, destacado por Bozal (1979, p. 46). Otros tópicos genéricos fueron el de la libertad de imprenta violada por la coerción “ayacucha” (Fig. 12), la cucaña para alcanzar el poder –icono de larga duración–, las alusiones quijotescas o las mascaradas sociales y políticas. Pero la materia más abundante corresponde a tópicos específicos en clave, centrados en la imagen reiterada de las *seis viejas* que simbolizaban a los miembros del gobierno (Figs. 15 y 16), o en las insistentes caricaturas de Rodil (*Bobil*), Seoane (*Poenco*) o Mendizábal (*Mamacallos*) (Figs. 10 a 14), entre otros. Es claro que estos grabados a contra fibra, obra de manos expertas, entroncan con las toscas viñetas de los pliegos vulgares de cordel. Pero no es fácil disponer de prueba tan evidente de su uso residual como la reproducida en la Fig. 13 que nos muestra la inequívoca figura de *Poenco* encabezando un pliego sin pie de imprenta que, por las circunstancias de su asunto anti carlista, podría fecharse hacia 1876 (Casas Delgado, 2012, p. 26), es decir cuarenta años después de su primigenia aparición en *Guindilla*.

93

EL OSO.**LETRILLA.**

Diga V. con franqueza,
hombre jocosos,
está V. gobernando

90

que para parecerse á las abuelas
es bribona tambien de cuatro sueltas.

Y quién habrá que tan osado vibre
contra tal héroe la lucente espada?
Y si aquel héroe, de tan gran calibre,
con el héroe Bobil se une... ¡no es nada!
Si en un mismo alazan, soberbio, libre,
progresista legal, con mano armada
se arrojan á la lid ambos santones...
venid á verlos... alquilad balcones!

**FIGURA 10**

El regente «ayacucho» Espartero hace el indio en el circo, cubierto de plumas, junto a su hombre de confianza Bobil (José Ramón Rodil presidente del Consejo de ministros) en irónica actitud de recriminarlo «por estar haciendo el oso». El zoomorfo es indicio de asimilación de conceptos desarrollados por J.J. Grandville en *Les Métamorphoses du jour* (1829) y en *Scènes de la vie publique et privée des animaux* que se publicaba en Paris en 1842.

Guindilla, 6 (4-8-1942)

FIGURA 11

Este dibujo anónimo inserto en el texto de «Las Amazonas. Poema épico» (*Guindilla*, 58, 2-2-1843), había aparecido originariamente en el nº 4 de la publicación (28-7-1842, p. 59) encabezando la segunda parte del paródico *romance caballeresco* «Poenco el guapo y Bobil su escudero».

Aquí se reciclaba el taco xilográfico a propósito de la discutida actuación –enero, 1843– del Capitán General de Cataluña, Antonio Seoane –*Poenco* en la onomástica degradante de *Guindilla*. A su grupa *Bobil* (José Ramón Rodil, ministro de la Guerra) «que fue de liberales / célebre fusilador».

Ambos eran motejados de «progresistas estancados» en esta transfiguración icónica de Don Quijote y Sancho, fanticos sobre un Claviñeño «de moderna creación» con el esbozo de un molino al fondo, pidiendo guerra y llamando «infame canalla / al pueblo trabajador».

174

LAS PROEZAS DE POENCO.



FIGURA 12

Alegoría política. En el grabado que ilustra el romance «Las proezas de Poenco», el general Seoane pisotea la Constitución al restringir la libertad de imprenta.

Guindilla, 19-2-1843.



FIGURA 13

Muestra de la persistencia de un motivo gráfico de *Guindilla* (1843) en un taco reciclado como viñeta de un pliego vulgar sin pie de imprenta, dedicado a Carlos VII tras la tercera guerra civil (hacia 1876).

Fondo J. Hazañas. Universidad de Sevilla (Casas Delgado, 2012, p. 26).

El reciclaje de tacos ya utilizados en números anteriores, bajo distintos referentes textuales, fue habitual en la última fase de esta publicación (*Fig. 11*), con la consiguiente merma de actualidad y de la exigencia del producto. Entrega hubo en la que llegaron a reciclarse cinco de estas viñetas desgastadas, quizás indicio de que la fórmula satírica comenzaba a desinflarse antes de que las circunstancias políticas del segundo semestre de 1843 la hicieran inviable. La disolución de la inoperante Milicia Nacional y la debilitación de la resistencia municipal, propiciadas por las medidas de gobierno del contradictorio tribuno progresista Joaquín M^a. López, abrió las puertas al moderantismo dando fin a otro tormentoso ciclo de la discontinua utopía liberal española.



Mal hayan esos necios avechuchos
que privaron al misero Guindilla
el placer de encontrar la gitanilla.
Y los bárbaros eran ayacuchos

FIGURA 14

Ilustración del poema burlesco «Un baile de máscaras», parodia literaria de corte esproncediano y caricatura carnavalesca en la que destaca por su altura la figura de Mendizábal (*Mamacallos* o *Don Juan y medio*): «¿De qué os sirve el disfraz, viles santones, / si ya mil veces os quitó *Guindilla* / la infame mascarilla / que cubre vuestras horribidas facciones?»

Guindilla, 65 (26-2-1843)

Si *Guindilla* había adjudicado crédito simbólico a la osadía radical de Ayguals, los periódicos que fue publicando entre 1843 y 1845, misceláneas festivas como *La Risa*, *El Fandango* o *El Dómine Lucas*, propiciaron el fructivo encuentro entre una xilografía nacional, ya madura, con la exuberante imaginación de un J. J. Grandville (Alonso, 2000) que permitía expresar las metamorfosis y los disfraces sociales imperantes en el vuelco producido por la entronización política de los valores burgueses. Estas cabeceras ya formaban parte del entramado empresarial cuyos beneficios permitieron al escritor sostener cierta ilusión de utopismo societario y filantrópico con las mismas armas editoriales y en un campo folletinesco común al de sus competidores más moderados. Para ello no tuvo reparo en ponerse a tono mediante gestos de irónica despolitización: “En literatura como en política, hay su raza de cangrejos, loado sea el Señor” –dice *Cartapacio* al *Dómine* en uno de sus diálogos. Y contesta este–: “Política... ufl... no me pronuncie usted más esa palabra ominosa. En las páginas del *Dómine Lucas* no ha de haber más que amenidad, instrucción y recreo” (“Palmetas. Diálogo XI”, *Dómine Lucas*, 12, p. 95b (1-3-1845).



Signe el poder arbitrario dando motivo á mil quejas, y las seis benditas viejas estan rezando el rosario!

FIGURA 15

Las seis «viejas» del gobierno. Grabado firmado con las iniciales «Cr.º» en el ángulo inferior izquierdo, quizás de Antonio Carnicero, dibujante y grabador en *El Panorama español*, en cuya imprenta se estamparon los primeros números de *Guindilla*. *Guindilla*, 2 (21-7-1842)



Mientras hay quien os degrada, tanto os venero y estimo, que os quisiera ver racimo plazuela de la cebada.

FIGURA 16

«Un racimo de la viña del Huracán» Las «viejas del gobierno» imaginariamente ejecutadas en la Plaza de la Cebada, siete meses después de su primera aparición caricaturesca. Dilogía icónica: patética forma naturalista pero sentido burlesco. *Guindilla*, 71 (19-3-1943)

7. Conclusión

Tras el agotamiento de la euforia utópica, los redactores satíricos de periódicos unipersonales, que hemos evocado en la frontera entre el discurso literario y la invasiva ilustración gráfica, buscaron refugio donde resistir: uno

en el ostracismo de oscuros empleos (Aguirre), los otros acometiendo en solitario productivas empresas literarias con coartada socio-cultural (Ayguals), o entregándose a la tarea de seguir persiguiendo la utopía nacional en una *Historia General de España* (Lafuente), cuyo idealismo historiográfico no invalida la gran contribución jocoseria de su autor a la cimentación del progresismo liberal.

8. Bibliografía

- **Alonso, Gabriel** (2000). Entre la ilustración y la caricatura. J. J. Grandville y la proyección del humor metamórfico en España hacia 1840, *El Gnomo*, 9, pp. 121-181.
- **Bozal, Valeriano** (1979). *La ilustración gráfica del XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón. Comunicación.
- **Calvo Carilla, José Luis** (2008). *El sueño sostenible. Estudios sobre la utopía literaria en España*. Madrid: Marcial Pons.
- **Casas Delgado, Inmaculada** (2012). *Romances con acento andaluz. El éxito de la prensa popular (1750-1850)*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- **Dérozier, Claudette** (1983). La caricatura en la prensa satírica ilustrada de la Regencia de Espartero: *El cangrejo* (1841), *La posdata* (1842-43), *Guindilla* (1842-43), en Jean-René Aymes, Albert Dérozier [et al.] (eds.), *Larra: ¿protesta Revisión de o revolución*. París: Les Belles Lettres, (*Annales Littéraires de l'Université de Besançon*, 283), pp. 117-132.
- **Escobar, José** (1972). *El Pobrecito Hablador* de Larra y su intención satírica. *Papeles de Son Armadans*, XVII, t. LIXV, nº. CXC, pp. 5-44.
- **Fuertes Arboix, Mónica** (2014). *La sátira política en la primera mitad del siglo XIX: Fray Gerundio (1837-1842) de Modesto Lafuente*. San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante.

- Gil Novales, Alberto (1972). Los colaboradores de *El Zurriago* y de *La Tercerola*. *Bulletin Hispanique* 1972, vol. 74-1-2 pp.165-184.
- (1983). Prensa satírica en tiempos de Larra, en Jean-René Aymes, Albert Dérozier [et al.] (eds.), *Larra: ¿protesta Revisión de o revolución*, ed.cit., pp. 133-142.
- Martínez Villergas, Juan (1854). *Juicio crítico de los poetas españoles contemporáneos*. París: Rosa y Bouret.
- Pérez Garzón, Juan-Sisinio (2003). *Modesto Lafuente, artífice de la Historia de España*. Pamplona: Urgoiti eds.
- Romera, Ángel, ed. y ant. (2005), *El Zurriago (1821-1823): un periódico revolucionario*. Cádiz: Fundación Municipal de Cultura (Biblioteca de las Cortes de Cádiz, 5).
- Tobajas López, Marcelino (1981). Algunas precisiones en torno a don Modesto Lafuente y su revista *Fray Gerundio*. *Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo del Ayuntamiento de Madrid*, núms. 9-10, pp. 7-31.

La risa por la risa. El ejemplo del *Madrid Cómico* (1883-1897)¹

Laughter for laughter's sake. The example of Madrid Cómico (1883-1897)

Jean-François Botrel

(Université Rennes 2)

[botrel.j-f@wanadoo.fr]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación

2015, 12, pp. 59 - 78

Resumen

El texto indaga sobre cómo, alrededor de *Madrid Cómico*, “semanario literario, festivo e ilustrado” y un código verbal y visual consensuado, más eutrapélico que contumérico, se constituyó una comunidad escribiente y leyente cuyo compartido y a veces inane proyecto de risa por la risa, también propugnado por periódicos similares, se fue agotando al filo de los años en la España de la Restauración, antes del Desastre.

Abstract

This work examines how a community of writers and readers sprung up around Madrid Cómico, “a literary, festive and enlightened weekly” and consensual verbal and visual code, more moderate than offensive, whose shared and sometimes inane project of laughter for laughter's sake, also advocated by other similar newspapers, began to peter out in the Spain of the Restoration, before the Disaster.

Palabras clave

Prensa festiva, risa, campo literario, ilustraciones, España de la Restauración

Keywords

Humorous press, laughter, literary field, illustrations, Spain of the Restoration

1 Versión española y actualizada de *Le parti-pris d'en rire: l'exemple de Madrid Cómico*, en *Le discours de la presse*, Rennes, PUR2, 1989, pp. 85-92.

Sumario

1. Vivir para reír
2. Un proyecto muy serio: hacer reír
3. El universo de referencia
4. El discurso verbal e icónico
5. Un código consensual
6. Los límites del consenso
7. Un asilo cómico
8. Bibliografía

Summary

1. *Living for laughter*
2. *A very serious project: making people laugh*
3. *The universe of reference*
4. *Verbal and iconic discourse*
5. *A consensual code*
6. *The limits of consensus*
7. *A comical sanctuary*
8. *References*

1. Vivir para reír

Detrás del título de esta obra de Francisco de Arechavala, publicada en 1885, puede esconderse toda una ética. En efecto, vivir para reír parece ser la ambición de toda una parte de la opinión española de los años 1880 al dotarse de los medios institucionales para satisfacerla: con la liberalización de los años 1881-1883, la prensa satírico-política con caricaturas de marras, deja paso a otra forma de prensa festiva “más literaria, menos bullanguera, atendiendo más a las costumbres que a la vida política”, como observa Clarín (*Madrid Cómic* (en adelante: *MC*, 27-4-1889). Impresiona su éxito: solo en Barcelona entre 1881 y 1891, se publicarán 179 títulos con tales características (Mañé y Flaquer, 1972) –y también algunos supervivientes del estilo antiguo, peculiarmente en la prensa integrista (Hibbs, 1987)–. Para la única ciudad de Valladolid se recuenta cinco títulos entre 1883 y 1888 (Mañé y Flaquer, 1972). Este fenómeno festivo que también concierne al mundo del libro (*Almacén de quitapesares*, *Nueva Biblioteca de la Risa*, *Biblioteca cómica*, *Biblioteca festiva*, etc.) y al del teatro, que pudo encontrar fuera de España –muy especialmente en Francia (Jones, 1956)– numerosas fuentes de inspiración. Lo ilustra de manera ejemplar el *Madrid Cómic*, semanario “literario, festivo e ilustrado” que, más que *La Broma*, *La Carcajada*, *La Risa* o *La Semana Cómic*, puede tenerse por el arquetipo del género² (Botrel, 1984) y un caso original de comunidad escritora y leyente que se ha decantado por la risa.

- 2 Sobre *Madrid Cómic*, ahora digitalizado por la Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España, (y su director, Sinesio Delgado) se pueden consultar, además de los estudios citados en el texto, los siguientes trabajos: Botrel, Jean-François, 71 cartas de Leopoldo Alas “Clarín” a Sinesio Delgado, director de *Madrid cómic* (1883-1899) (y seis de Manuel del Palacio), *Boletín del Real Instituto de Estudios Asturianos*, LI, n° 149, En.-Jun. 1997, pp. 7-53 (también recogidas en Leopoldo Alas *Clarín*, *Obras completas*. XII. *Epistolario* (ed. de J.-F. Botrel) e *Índices*, Oviedo, Nobel, 2009, pp. 9-632); Quintana Jato, Beatriz, *Sinesio Delgado y el Madrid del 98. Aproximación al ilustre fundador de la Sociedad de Autores y su época*, Palencia, Cálamo, 1999; Botrel, Jean-François, *Les comptes de Madrid Cómic entre 1886 et 1896, Hommage d'Iris à Gisèle Cazottes*, *Iris*, 2001, pp. 83-94; González Freire, José Manuel, *Bio-bibliografía de don Sinesio Delgado*, Tesis doctoral de la Universidad Complutense, 2001; Botrel, Jean-François, *El archivo personal de Sinesio Delgado, en Seminario de archivos personales (Madrid, 26 a 28 de mayo de 2004)*, Madrid, Biblioteca Nacional, 2006, pp. 227-234; Versteeg, Margot, *Jornaleros de la pluma. La (re)definición del papel del escritor periodista en la revista “Madrid Cómic”*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert, 2011; Benito Argai, Inmaculada, Enrique López Marín (Logroño, 1866-Madrid, 1919), colaborador del semanario *Madrid Cómic*, *Berceo. Revista riojana de ciencias sociales y humanidades*, 160, 1° sem. 2011, pp. 47-72.



Primera plana de *Madrid Cómico*, Año XVII, nº 752, 17 de julio de 1897.

2. Un proyecto muy serio: hacer reír

El bufón que en la cubierta de los números almanaques de *Madrid Cómico* para 1888 y 1890 agita sus cascabeles es muy emblemático del proyecto editorial: “tomar a risa todo lo que sea digno de ella”, “burlarse de todo, sin distinción”, “reírse de todos y de todo”. ¿De todo? En puridad, no, ya que la política, por ejemplo, queda excluida por principio y también todo lo que pueda resultar “inconveniente”, “inmoral”, etc. Así las cosas, el efecto buscado y esperado no puede ser más sencillo: se trata, semana tras semana, de hacer reír, o al menos sonreír: “alegrar al prójimo”, “alegrar un poco la vida de por sí amarga”, “aliviar penas y pesares” o “hacer olvidar al lector que hay en España Gobernadores civiles, terremotos, caseros, poetas lacrimosos y demás calamidades patrias”, como escribe Luis Taboada (MC, 11-1-1885). Solo la conjunción de una epidemia de cólera y del *affaire* de las Carolinas obligará al *Madrid Cómico* a volverse serio por espacio de un número, el 22 de agosto de 1885.

El estilo de este efímero nirvana del olvido por arte de la risa puede resumirse de la siguiente manera: “eutrapelia, sí; contumelia, no³”; o sea: se mostrarán los aspectos cómicos de la vida “sin animosidad”, de manera “meramente festiva”, con “ligereza”. Un sucedáneo de esta filosofía aplicada puede encontrarse en el anuncio de los *Viajes extraordinarios* donde está previsto estudiar

detenidamente, en broma por supuesto, el continente africano. Después, si a Vds. les gusta la idea y nosotros tenemos humor, recorreremos todo el mundo, describiendo a la ligera tipos, costumbres, monumentos, etc., advirtiendo que siendo nuestro deseo el servir de algo, sin dejar el tono festivo del periódico, nos ajustaremos a la verdad en cuanto sea posible para, burla burlando, pueda el lector formarse cabal idea del globo que habita, cosa en que estamos a oscuras la mayoría de los Españoles (MC 8-9-1888).

3 Sobre las sutiles diferencias entre humorismo e ironía, véase la tesis de Carole Fillière (*L'esthétique ironique de Leopoldo Alas Clarín*, Madrid, Casa de Velázquez, 2011) y C. Fillière, L.-A. Laget (comp.), *Les relations esthétiques entre ironie et humour en Espagne. XIX^e-XX^e siècles*, Madrid, Casa de Velázquez, 2011.

Esta es la intención de la que conviene, ahora, examinar el modo de realización, o sea: el universo de referencia y los medios lingüísticos e icónicos constitutivos de un discurso de prensa que remite a un código consensual y a su potencial transgresión.

3. El universo de referencia

Para tal compromiso cómico, el universo de referencia es un microcosmos conocido, sin sorpresas. Lógicamente, se trata de una visión castellano-centrista o sea fundamentalmente madrileña y castiza⁴, con sus tipos y hablas populares, chulos y manolas, criadas, militares, serenos y coristas, covachuelistas y papanatas y unas miradas irrisorias sobre la periferia de los Vascos (“Echeverrigorrigoiocerrotacochea”), Catalanes (“¿Qui vol que li digui? —diguili qui vingui”), Andaluces (“el hombre ha nasío pa jaser cosquillas a los toros”) o serenos asturianos (“Señoritu, non veía y sin poder evitarlu...”), en la mejor tradición costumbrista. Uno de los mayores atrevimientos de *Madrid Cómico* consistirá en publicar, entre el 16 de octubre de 1886 y el 18 de agosto de 1888, una *España Cómica* por provincia, en verso e ilustrada.

En cuanto a los comentarios de la actualidad, son “de casos tan corrientes que pueden corresponder a cualquier año o a cualquier momento” (Cossío, 1960, p. 834). Se trata de la mantilla que va desapareciendo con las consiguientes lamentaciones de Enrique de Sepúlveda (MC 31-3-1888), el clima de Madrid, el sereno celebrado por José Jackson Veyán (MC 274), las verbenas, el tiempo que transcurre al ritmo de las sucesivas estaciones (“Invierno”, “Cuaresma”, “Cosas de primavera”, “Pascuas”, “De exámenes”, “De veraneo”) o la sempiterna alegoría de un año que empuja al otro; lo que se supone se ha de ver o escuchar (MC 6 y 15-9-1890); unas anécdotas y chistes sobados que se van repitiendo (“Mi marido es un cerdo a la izquierda”, “El toque de la generala”, etc.), la actualidad ritual e insignificante de los teatros y de los ruedos o tan poco comprometedoras como la aparición del teléfono (1888) o la

4 Marta Palenque observa que, en el Madrid Cómico “entre 1883 y 1897, se impuso un madrileñismo costumbrista que enarbó el casticismo y el patriotismo como valores fundamentales” (1998, p. 69).

Exposición Universal (1889). En resumidas cuentas: un universo y un ambiente de tertulia de la que la actualidad más candente quedara excluida, siendo el propósito, no asombrar ni molestar, sino dar a leer y a ver un mundo al fin y al cabo armonioso y sin asperezas.

4. El discurso verbal e icónico

Este periodismo “regocijado”, como lo califica Clarín al defenderlo (MC 27-4-1889), remite implícitamente a un sistema formal más o menos codificado.

Por ejemplo, queda claro que la lengua ha de ser “literaria”, esto es con toda la corrección, la pureza y la fluidez propias de la mejor tradición clásica y del genio español, castiza, pues. La tonalidad será una mezcla de alegría y futilidad, lo que los periódicos franceses del mismo género califican de *amusant*, *fantaisiste* o *humoristique* y en español corresponde a los términos jocosos, festivo, ingenioso, gracia, guasa, broma, gracejo, alegre, rayando gracia más o menos “verdecita”, “picardihuelas” y sátira, pero sin pasarse de la raya en ningún momento: un buen humor, sano, no contaminado por la amargura o una ironía malsana y manejando con habilidad lo equívoco.

Todo el conjunto ha de ser tratado de manera ligera –es la “prosa ligera”, en la versión que de ella da José Laserna (1892)–, por ejemplo, por oposición a la prosa seria, caracterizada por la ausencia de intención, la inanidad efímera, siendo el horizonte más lejano el de la siguiente semana: por decirlo así, un humor a la vista.

Las modalidades de expresión serán, pues, fundamentalmente caracterizadas por una especie de facundia y de facilidad repentista aptas para hinchar un perro, como las “pompas de jabón” de F. Pérez y González (1895).

Por un lado, esto consiste en rechazar todo lo que tenga las apariencias de “premioso chabacano”, y por otro, redundando en una ausencia de construcción o coherencia, el despropósito como regla, muy claramente proclamada en la sección “De todo un poco” y puesta por obra en los paliques de Clarín que, como es sabido, suelen componerse de tres o cuatro temas independientes entre sí, más que vinculados, separados por unos asteriscos y con un derroche de puntos suspensivos o de exclamación, de interrogaciones, de incisos en los que se suelta la pluma (Martínez Cachero, 1973).

Este mismo espíritu es el que, al fin y al cabo, inspira, en 1896, la concepción de *Las Vírgenes locas*, una novela en la que cada capítulo se encargaba a una pluma distinta y se publicaba semana tras semana. En resumidas cuentas, es el reino de las palabras que los escritores se esfuerzan por combinar de manera estrambótica al servicio de asuntos fútiles; con la preocupación de deformar –con prudente moderación– el hecho que se relata o se dibuja, con el verbo arrastrando el verbo en función de cómo suena o de su sentido para llegar, de ser posible, al equívoco más ingenioso, el trazo por el trazo o el chiste por el chiste, como por ejemplo, en el siguiente “anuncio”: “Cocineras hay bastantes pero doncellas quedan muy pocas”.

La forma que mejor se presta a la puesta por obra a esta filosofía de la “fruslería”, a esta borrachera de palabras, es por cierto el verso en las distintas versiones del género jocoso: los sonetos, las letrillas, los epigramas, los versos “bufonescos”, las coplas y las historias en verso, con todos los ripios que puede uno imaginar, esto es “la piedra haciendo veces de pensamiento; la nada dándose aires de Creador”, como decía Clarín (Gonzalo Sobejano 1967, p. 161).

Son los tres tiempos de la creación según José Jackson Veyan (Cossío, 1960, p. 837):

Primera lección: medir,
Segunda: aconsonantar,
y tercera concebir.

Es el coto cerrado de los versificadores más o menos repentistas que pretenden hacer reír al lector con “salidas de tono, chistes, llanezas y destemplanzas casi truhanescas” (Sobejano, 1967, p. 165).

El resultado puede ser unos versos como estos, de Federico C. de Navarrete:

El librero Juan Pulgar
A Luz, su adorada prenda,
Muchos libros de su tienda
Le solía regalar.
Y aunque él era un avestruz
Que solo vender sabía

Con fundamento decía
—¡Cuántos libros doy a Luz!

O como estos, anónimos (MC, 281):

Díjolo el gomoso Remo
Y a otro que es memo en extremo
—¿Tú no tienes quién te mime?
—¿Y a ti quién te mima dime?
—Mi mamá me mima memo.

La lectura de “La Asunción” de Juan Pérez Zúñiga (MC 269) o de “Sarcasmo” de José Estremera (MC 270) permitiría perfeccionar el conocimiento de un género también ilustrado por Luis de Ansorena, E. Navarro Gonzalvo, E. de Bustamante, etc.

En cuanto a la prosa producida, como para “De todo un poco”, sirve para unos breves comentarios de asuntos ordinarios, para observaciones satíricas y la crítica ligera de hechos, de libros y periódicos como en la sección “Chismes y cuentos” pero también a la creación narrativa bajo forma de novelas cortas o cuentos que no todos, ni mucho menos, tiene la categoría de los de Clarín (Botrel, 2012).

Todo el resto del espacio redaccional pertenece al dibujo de urgente trazo, insustancial, también puesto al servicio de la representación moderadamente deformada, bajo forma de rasgos apuntando a la fealdad, la gordura o el esqueletismo, de narices más largas o gordas, etc., que en la realidad.

A las series como las historietas, se suelen preferir los dibujos o monos yuxtapuestos que ilustran un mismo tema o aislados, con la utilización de todas las variedades posibles: siluetas, monos, monigotes y, por supuesto, escenas de costumbres, con casi siempre un pie en prosa. Este campo de expresión gráfica pertenece a los Cilla⁵, Pellicer, Pons, González, Moya, Santos, Navarrete, etc.

Total: todo debe contribuir a divertir, a hacer pasar el rato riendo o sonriendo, con una intención fundamentalmente lúdica confirmada por otra parte por las charadas, los “jeroglíficos”, los enigmas más o menos sutiles

5 Sobre Cilla, referencia gráfica de Madrid Cómic, véase Versteeg 2011, passim.

MISCE



—Vamos, dígame usted que sí.
—Pero ¿usted qué quiere?
—¡Caramba! Él mismo lo está diciendo.



—Una vela en el mar. Esa es la vida.
Mucha calma; no pocas lusingas....
Se levanta el ciclón de las pasiones
y.... queda una mujer comprometida.



—Fos mira, tu eres la que te que pensar-
lo, y si quisés que tu madre te dé el consenti-
miento á la fuerza, me lo ices y te depositar
en mi casa.



— ¡Un duro á que no alcansal!

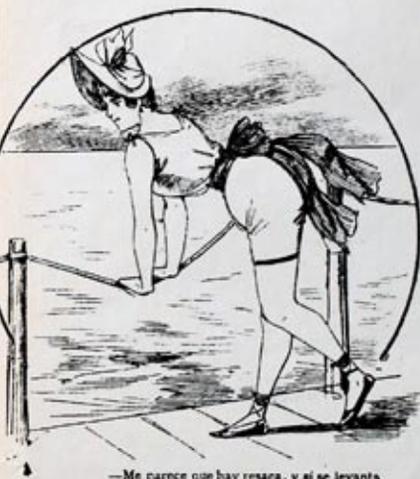
LÁNEA



—Puesto que abandonada
la deja el chulo,
voy á echarle unas flores
con disimulo.



—Ya están ahí esas. Voy á ponerme guapo.



—Me parece que hay resaca, y si se levanta
el viento de popa..... me voy á constipar por
salva la parte.



—Ya sabes que han hecho alcalde á Mella
do... Bueno, pero hay que echarle un pu
queal diciendo q... los solo periodistas

y graciosos como “¿Dónde está la corista?”. Y la organización de concursos para unos lectores aficionados a los sonetos (1892) o a las definiciones (1888), esto es, para una comunidad escribiente y leyente adherida a un código esencialmente consensual.

5. Un código consensual

En el plan formal de la organización del periódico, esto se traduce por la iteración, semana tras semana, de un horizonte de expectativa inmutable como si al tiempo que inexorablemente transcurre se opusieran, inconscientemente, unas formas que, apenas nacidas, se encuentran como fosilizadas, porque, excepto la sustitución de la cincografía por la litografía (Medrano, 1974, p. 32), una tipografía más densa a partir de 1889 y una primera plana sin caricatura de un famoso o una famosa, a partir de 1894, apenas se notan evoluciones en la concepción de la publicación⁶.

Esto se traduce por la permanencia de las mismas secciones, en los mismos lugares, con, en la página 2, “De todo un poco” que el director sucesivamente encarga a Constantino Gil, Ricardo de la Vega, Eduardo Navarro Gonzalvo, Ángel R. Chaves o Mis C. Lánea (*sic*) antes de que en ella se instale Luis Taboada (Medrano, 1974, 23), “Chismes y Cuentos” en la página 7, una plana doble con dibujos en las páginas 4 y 5, y, por supuesto, una caricatura (“Escritores notables”, “Nuestros dibujantes”, “Nuestros pintores”, etc.) en la primera plana. La variedad se expresa, pues, en un marco sin sorpresas y el descubrimiento repetido semana tras semana supone que al lector no se le moleste con algo inhabitual.

Da la sensación de un mundillo donde da gusto estar entre sí, un mundo fundamentalmente endógeno como lo prueban las interminables polémicas desarrolladas en las columnas de *Madrid Cómico* por los mismos

6 Para más detalles sobre esta poética de la prensa, véase el libro de Thérénty, Marie-Ève sobre *La littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil, 2007, y mi estudio sobre La poética periodística de Clarín: el ejemplo de los cuentos, en: J. Serrano Alonso, A. de Juan Bolufer (coord.), *Literatura hispánica y prensa periódica (1875-1931)*. Actas del Congreso internacional. Lugo, 25-28 de noviembre de 2008, Lugo: Universidad de Santiago de Compostela, 2009, pp. 115-135.

MADRID CÓMICO

879

La epidemia reinante.



—Diga usted, ¿puede usted vacunarse?
 —Y ¿qué le importa?
 —Es que le advierto á usted que anda mucha viruela por ahí.
 —¿Y qué?
 —¡Tanta! ¡Pasa que... se debía usted venir conmigo.

CHISMES Y CUENTOS.

El presupuesto sólo ha sido recibido hasta con setecientos por la buena España.

Es decir que el Gobierno podrá disponer de cuatrocientos millones de pesetas cuando se le antoje.

Con esos cuatrocientos millones parece que podrían salir de España y continuar muchas guerras con relativo desahogo, ¿verdad?

Para no volver, siempre se vende cuando lo que duran.

Por de paso, se han empezado los señores ministros á distribuir y llevar gastados otros de ochocientos hasta de cinco cuarenta millones.

¡Cuidado para el fisco, para pagar de un al qué cosas, alvamento y los para atenciones expensas de la Marina (Armada, etc., etc.), venir para la Compañía Transatlántica por haber hecho el sacrificio de llevar unidades á Cuba que grandes bombas de la prensa, para para subvenciones á las Compañías de ferrocarriles.

¡Total, desde de un año, así las cosas!

Por cierto que uno de las subvenciones ferrocarriles no se acordó ya de antemano.

Imagino que el tratado de algunas líneas se consideró que, como se va, creemos el estado del Estado en cantidad ósculas, y aparecen para pedirnos la cantidad más oportuna.

Toda la familia se muestra, menos los señores que están en uno de las honorables hechos y por hacer y los periódicos hicieron muy buenas acciones para demostrar que por lo el pueblo había desperdicio y que aquello no se á gastar así.

¡Muy buenas estas y la cordialidad aquella tremenda alguna que se está con los consejos!

El ciudadano más pacífico lo mismo que podría ser considerado en esta noche, se hizo una importante consideración protestando contra las intenciones del Ayuntamiento y los periódicos hicieron muy buenas acciones para demostrar que por lo el pueblo había desperdicio y que aquello no se á gastar así.

Para bien, ha quedado así. Porque los presupuestos ya á decretados el subsecretario Elías, y los tribunales de la Nación, después de un estudio concienzudo y sosegado, se-hospitalización á los diameros de la multitud grave desde las serenas regiones de la justicia, los declararé que aquello era valerosa vil, que se valió la pena y que hemos vivido que ahora, sin saliendo, en el mejor de los estados posibles.

Y á propósito ya habléis antes visto que el Tribunal Supremo, repus faldas sus indefectibles, se pasa á veces de bueno y candoroso.

¡Para no se han atrevido algunos periódicos á pensar que uno del subsecretario obedió á otros infantes y recomenciones poderían!

¡Pueden tenerse oposiciones tan malvadas!

En no ha debido saber de una manera tan sencilla y plácida.

Ha debido saber considerando á sus cosas periódicas, habiéndose responsables, al venir á mano, de las construcciones para el municipio, de los adelantos pagados á peso de oro y de todos los chanchales é irregularidades denunciadas á su debido tiempo por el marqués de Ceballos.

En su estado se podía dar, de paso, una satisfacción á la opinión pública, que buena falta le hace.

Y ahora se ve claramente que el Gobierno estaba en la firme al oponerse por todos los medios que estaban á su alcance á que el citado marqués de Ceballos tomase asiento en el Congreso.

Puesto que todos los consejos eran locos, y así constaba en la conciencia de todos, ¿para qué dejar al buen señor que alborotará así al señor, si estaba más que no tenía razón?

¡No se lo á conseguir con eso!

Dar discursos y hacer pasar miles de cosas á una manera palatinamente ingrata.

¡En buen momento han puesto los correspondientes al general Arístiz como que lo han hecho hecho lo siguiente!

¡El país de la trucha por las relaciones consideraciones más malizadas ya como sea ahora hecho en nuestra presencia á nuestros señores!

Porque figurase señores que lo que Elías no quiere, los constructores

colaboradores, entre sí, a menudo impulsadas por el propio director, Sinesio Delgado.

Este es el marco en que se ejerce una libertad de expresión limitada al uso de una variedad de formas en cierta medida canónicas y bajo el estrecho control de un director cuyas proclamaciones “libertarias” quedan desmentidas por las estrictas consignas dadas, por ejemplo, a Clarín (Botrel, 1987); bajo el autocontrol de la mayor parte de los colaboradores que aceptan todas las consecuencias de las normas consensuales o consensuadas, pero fundamentalmente bajo el control de una comunidad de autores, editor y lectores cuya deontología implícita podría ser “festivo siempre, y sin traspasar los límites de la más fina sátira” (MC 3-4-1881). Por un lado está la norma y por otro su transgresión potencial, siendo la publicación con su discurso global el lugar de regulación de un posible conflicto interno dentro de la comunidad. La norma es, pues, el fruto de una comunidad escribiente, dibujante y leyente, quien se encarga de su efectivo cumplimiento, en la medida en que el consenso está garantizado por un diálogo permanente.

A la primera dimensión corresponde la aceptación de las orientaciones y reglas de la publicación e incluso su defensa ante las críticas exteriores. Este es el caso del, por otra parte, muy independiente y díscolo Clarín quien se declara solidario de los escritores “ligeros” contra los escritores “pesados” y asegura que “aunque no usamos uniforme existe una unidad y armonía del periódico” (MC 7-8-1897). El lugar privilegiado para la expresión de tal consenso es la redacción donde los colaboradores de *Madrid Cómico*, según Sinesio Delgado (*Medio siglo*), sabían acatar las recomendaciones de *L'Éclat de Rire*, es a saber: “rire soi-même pour faire rire les autres”.

La segunda dimensión se puede percibir en las interpelaciones o el diálogo ficticio –el dialogismo– que caracteriza la manera de escribir de los principales colaboradores: “Vds. dispensen”, “Ya lo oyen Vds”, “No sé si Vds. saben”, “Vds creerán que no...” son unas fórmulas que suponen una comunicación permanente entre el periódico y sus lectores. Pero estos también participan efectivamente en la vida de su semanario con unas contribuciones espontáneas bajo forma de versos sobre todo, algunos de los cuales, cuidadosamente seleccionados por Sinesio Delgado, se publicarán en *Madrid Cómico* como este, firmado por un tal Miguel Toledano y muy representativo del código estético y moral vigente en el periódico:

Hoy he dicho a Salomé
 —¡Qué cara se vende Vd.!
 Y al punto me ha respondido
 Avergonzada: —¡No sé
 por donde se habrá sabido!

Para los demás, es decir para los más, Sinesio Delgado se contentará con acusar recibo “individualmente” en la sección “Correspondencia particular”, bajo forma de un juicio lapidario y lo más gracioso posible, incluso con trascendentales dísticos como este:

Nicolás, no escribas más
 Que no sabes Nicolás!

Para hacerse una idea de la importancia de tal participación de los lectores en la vida del semanario, basta con aducir el número de mensajes de este jaez publicados en “Correspondencia particular” solo durante el primer semestre de 1897 (cuando entre 1893 y 1897 en número de ejemplares vendidos varía entre 5 200 y 6 900) o que, en 1892, *Madrid Cómic* recibe 423 sonetos para competir en el concurso convocado. Porque esta forma de juego entre los lectores y la publicación, *Madrid Cómic* también sabe organizarlo entre sus propios lectores, con motivo de frecuentes concursos donde el juicio y el fallo se hacen participativos y democráticos. El convocado en 1888 con el trascendental tema: ¿Cuál es la mayor tontería?, resulta muy revelador de las tendencias más profundas de la comunidad creada.

En lo que impele a unos 996 lectores a contestar a la pregunta (las 25 pesetas –cantidad atribuida al primer y único premio–), no serán el principal aliciente para todos aquellos médicos, farmacéuticos, abogados, etc., que constituyen principalmente el público de *Madrid Cómic* (Botrel, 1984). Obviamente predomina el atractivo del juego y más aún la posibilidad de conseguir interpretar y por decirlo así encarnar, de manera destacada, el espíritu de un grupo disperso por todo el territorio español, hasta en los parajes más remotos.

Se observará que más del 80% de ellos acatan el reglamento elaborado en nombre de todos por la revista: “no ocupar más de cuatro líneas

ordinarias del periódico”, “no contener faltas de respeto a las religiones, a la decencia o a una personalidad determinada”.

El detalle de las respuestas podría estudiarse. Contentémonos con observar que sin que se dé concertación alguna el discurso mayoritario de los lectores participante es homogéneo y casi uniforme, ya que solo se cuenta un 25% de respuestas originales, o sea: con formulación única, cuando en las demás se observan coincidencias y que casi quinientas dan lugar a una agudeza tautológica que consiste en referirse a la propia pregunta, a su origen o al propio concurso convocado. De esta manera, de unos 400 participantes, contestaron 108 que la mayor tontería es “darse la pena de contestar”, 104 “creer que uno puede ganar”, 74 “ofrecer 25 pesetas”, 51 “convocar un concurso”, y también (46) que es “la propia tontería”, “ser tonto” (15) o “creerse listo” (6).

Una gran comunión de “espíritu” entre los 7000 y pico españoles congregados, en una especie de autarcía intelectual y estética, alrededor de *Madrid Cómico*. Y la sensación para el analista de hogaño de encontrarse ante un microcosmos, una especie de masonería de lo inane, alienada a una forma de pensamiento casi único y, aparentemente, satisfecha de tal alienación.

6. Los límites del consenso

En el mundo del *Madrid Cómico* parece pues que reina la armonía: la adecuación del discurso del periódico a las expectativas del público se inscribe en el marco de un conformismo que a menudo raya en tontera o nadería. Para la casi total satisfacción de los periodistas quienes como Clarín manifiestan su adhesión (Botrel, 1987, p. 8) o su “natural” apolitismo, incluso cuando de un republicano se trata como Taboada. Y también de los lectores quienes viven en un permanente diálogo con el periódico en el marco de un implícito contrato, explicitado cuando necesario. Esta es “la clientela fija, incondicional y devota que guardaba la colección como oro en paño”, según Sinesio Delgado (*Medio siglo*).

Pero tal devoción parece que tuvo sus límites y las periódicas aclaraciones del periódico pueden ser reveladoras de algunos desacuerdos e insatisfacciones fundamentales. El propio guardián del código, Sinesio Delgado, pudo dedicarse –fuera del *Madrid Cómico*– al humor amargo y hasta

negro, revelador según Cossío (1960, p. 825) de su voluntad o intención de “superar el tono festivo y vulgar en el que se (movía)”. En sus periodos de crisis, Clarín tampoco oculta sus desacuerdos con la línea editorial de un semanario que le obliga a reprimirse y a practicar un registro de discurso periódico más frecuentemente que otros de los que también es un experto (Botrel, 1987, pp. 10-11). Los propios lectores que también tienen acceso al discurso más serio de la prensa política, pueden no acatar los límites definidos por el código e intentar transgredirlos, como aquellos 116 participantes que no respetan el reglamento del concurso de 1888, o todos aquellos espontáneos que remiten al semanario unas poesías-exutorio de las que saben de antemano que son impublicables por demasiado verdes o soeces. De ahí que los sonetos publicados en *Madrid Cómic* en 1892 no fueran los mejores, porque como confiesa el director (MC 25-6-1892), los sonetos “más graciosos son los sucios porque son más fáciles, pero impublicables” y, por consiguiente, resultaron excluidos.

Un indicio de que esta conciencia de lo inane, de su interés y, por ende, de la insatisfacción generada por el discurso dominante y aparentemente consensual puede ser que el número de los lectores que habían contestado a la pregunta sobre la mayor tontería baja hasta los 60 a la hora de votar y la respuesta ganadora, mezcla de silogismo y de matemática (“¿Cuál es la mayor tontería? Ninguna. La serie de las cantidades es infinita como la de las tonterías pues es indudable que los tontos son infinitos. Por tanto si tras la más grande cantidad hay otra más grande, tras la mayor tontería cabe otra mayor”), se nos antoja como bastante disidente con respecto a la tendencia dominante. Parece ser que cierto hastío por las “pompas de jabón” ha empezado a manifestarse con una pérdida de audiencia de *Madrid Cómic* (Botrel, 1984), y que, como se dice en el último número de la era Delgado (MC 25-12-1897), “el gusto del público ha empezado a ir por otros caminos”.

7. Un asilo cómic

El estudio de la prensa “cómic” en los siguientes años permitirá apreciar las razones de esta crisis de cierto tipo de discurso dentro de un

género que no desaparece, ni mucho menos⁷, y también los fundamentos, estructurales y coyunturales, de la risa o de la sonrisa.

En efecto, el discurso de la prensa cómica festiva tal y como se manifiesta en *Madrid Cómico* no puede estudiarse como un objeto aislado, ya que solo es una modalidad del discurso y de la poética periodísticos de la prensa de la Restauración que funciona por referencia a otros discursos y otras poéticas, para un público asimilable con unas capas sociales que están dudando entre tener un mayor protagonismo social y político y refugiarse en el éter de las palabras, más o menos graciosas.

Más allá de las constantes propias de un género que propende a buscar en lo cómico una consolación para los sinsabores de la vida cotidiana y a funcionar como una válvula de escape para unas excesivas tensiones, más o menos soportables y soportadas⁸, es preciso vincular este frenesí de una parte de la sociedad masculina española por evadirse sin moverse de su butaca hacia lo pintoresco –centrípeto y castizo–, con su constante brega por contener o reprimir sus ganas de desnudar gráficamente a las mujeres, expresando en unos versos que no pueden pasar de confidenciales, las frustraciones de una reprimida libido⁹, emborrachándose con palabras.

Ese club de la risa constituido alrededor de *Madrid Cómico*, aquel asilo formalmente cómico para un mundillo cerrado dentro de una sociedad estancada –la de la Restauración–, pudo hacer de refugio y el discurso participativo y dialógico, muy repetitivo, durante algunos años, de pantalla donde se “proyectaban” palabras e imágenes consoladoras hasta que la transitoria y semanalmente renovada embriaguez redundara en un hastío final.

7 Véase al respecto, Álvaro Ceballos Viro (ed.), *La retaguardia literaria en España (1900-1936)*, Madrid, Visor Libros, 2014 y Luis de Tapia, *Poemas periodísticos*. Edición de Álvaro Ceballos Viro, Madrid, Renacimiento, 2013.

8 Es de meditar esta reflexión de Clarín en Mezcilla (Sobejano, 1967, p. 164): “el estilo fácil es una de las válvulas por donde respira con más aliento la gran neurosis de la tontera nacional”.

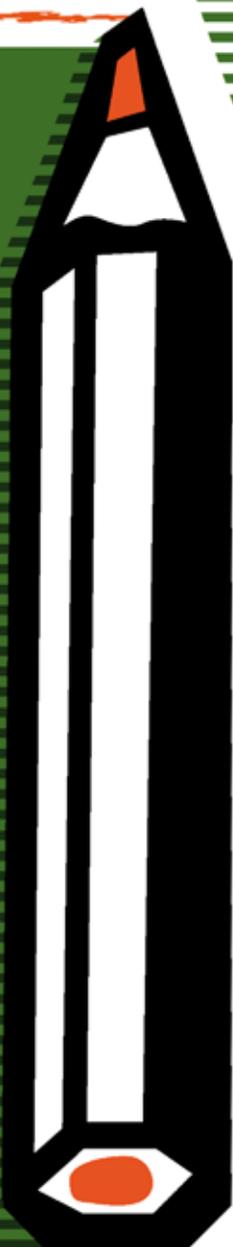
9 Véase al respecto *La sexualidad en la España contemporánea (1800-1950)*. Édition et introduction, Cádiz, Publicaciones de la Universidad de Cádiz (Monografías Historia y Arte), 2011 y J.-L. Guereña, *Un infierno español. Un ensayo de bibliografía de publicaciones eróticas españolas clandestinas (1812-1939)*, Madrid, Libris, 2011.

8. Bibliografía

- **Botrel, Jean-François** (1984). La difusión de *Madrid Cómic* (1886-1897). En *Presse et public*. Université de Rennes 2 Haute-Bretagne, pp. 21-40.
- (1987). Clarín y el *Madrid Cómic*. Historia de una colaboración (1883-1901). En *Clarín y “La Regenta” en su tiempo. Actas del Simposio internacional*. Oviedo: Universidad de Oviedo, Ayuntamiento de Oviedo, Principado de Asturias, pp. 3-24 (reproducido en J.-F. Botrel (1993). *Libros, prensa y lectura*. Madrid: Fundación Sánchez Ruipérez, pp. 471-499 y en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes).
- (2012). “Introducción” a *Cuentos morales*. En Leopoldo Alas “Clarín”, *Cuentos morales*. Edición de Jean-François Botrel. Madrid: Cátedra, pp. 11-106.
- **Cossío, José María de** (1960). *Cincuenta años de poesía española (1850-1900)*. Madrid: Espasa Calpe.
- **Delgado, Sinesio** (¿?). *Medio siglo en Madrid (Memorias de un escritor de tercera fila)*. Publicado parcialmente en la revista *Villa de Madrid (1988-1991)* (manuscrito conservado en el Archivo Sinesio Delgado)
- **Hibbs, Solange** (1995). *Iglesia, prensa y sociedad en España (1868-1904)*. Alicante: Instituto de Cultura “Juan Gil Albert”.
- **Jones, Philippe** (1956). *La presse satirique illustrée entre 1860 y 1880*. Paris: Institut Français de la Presse.
- **Mañé y Flaquer, Juan** (1972). *Estudio o ensayo sobre el periodismo humorístico en el siglo XIX*. Crónica, reportaje o ensayo sobre Torredembarra. Tarragona: Ayuntamiento de Torredembarra. Premio Nacional de Periodismo.
- **Martínez Cachero, José María** (1973). Introducción. En Leopoldo Alas “Clarín”, *Palique*. Barcelona: Labor.

- **Medrano, Christiane** (1975). *Estudio de las colaboraciones de Leopoldo Alas "Clarín" en el periódico Madrid Cómico*. Mémoire de maîtrise, Université Toulouse-Le Mirail.
- **Palenque, Marta** (1998). Prensa satírica. En Leonardo Romero Tobar (coord.), *Historia de la literatura española. Siglo XIX (II)*, Madrid: Espasa Calpe, pp. 69-70.
- **Sobejano, Gonzalo** (1967). *Forma literaria y sensibilidad social*. Madrid: Gredos.
- **Taboada, Luis** (1900). *Intimidaciones y recuerdos (Páginas de la vida de un escritor)*. Madrid. Administración de "El Imparcial".
- **Versteeg, Margot** (2011). *Jornaleros de la pluma: La (re)definición del papel del escritor-periodista en la revista Madrid Cómico*. Madrid: Iberoamericana Editorial Vervuert.

T R I B U N A



La (mala) lengua de la caricatura: la verdad en tiempos de crisis

The (wrong) language of the caricature: the truth in time of crisis

Marie-Linda Ortega Kuntscher

(Université Paris 3-Sorbonne Nouvelle)

[marie-linda.ortega@univ-paris3.fr]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 81 - 108



Para Jean Vilar que asistió a las primicias de esta reflexión y ya no está

Resumen

Ortego publica en 1869 una serie de álbumes, *Menestra*, en los que hace alarde de una multiplicidad de recursos gráficos e iconográficos, jugando con el idioma, las referencias a la pintura o a la obra grabada y dibujada de Goya, para difundir su convicción democrática y republicana. Partiendo del motivo de la “sombra”, analizamos los procedimientos utilizados en las litografías relacionándolos con los contextos político, estético y cultural.

Abstract

In 1869, Ortego published a series of Menestra albums in which he made prominent use of multiple graphic and iconographic processes, playing with the language, with references to paintings and to Goya's engravings and drawings, with the aim of disseminating his democratic and republican beliefs. Starting from the “shadow” motif, we shall analyse the processes used in the lithographies and relate them to the political, aesthetic and cultural contexts.

Palabras clave

Caricatura, arte, política, Ortego, Goya, España siglo XIX

Keywords

Caricature, art, politic, Ortego, Goya, Spain XIXth century

Sumario

1. Introducción: las vías de la “mala lengua” entre texto e imagen
2. La *mala sombra*
3. Goya: un referente insoslayable
4. La sombra y la historia de la pintura a modo de conclusión
5. Bibliografía

Summary

1. *Introduction: the channels of “wrong language” between text and image*
2. *The evil shade*
3. *Goya: an unavoidable benchmark*
4. *Shade and the history of painting by way of conclusion*
5. *References*

Le resultará quizá algo sorprendente a la/al lector(a) encontrar en un número dedicado a las literaturas marginadas, en concreto a la prensa y la sátira en tiempos de crisis, una reflexión sobre la caricatura decimonónica, cuando determinadas publicaciones periódicas consiguieron gracias a ella, a lo largo del siglo, superar con creces los éxitos de venta de la “prensa seria”¹. Sin embargo, el estudio de la caricatura de prensa sigue desatendido, pese a un resurgir del interés en esta última década en España², y casi ausente en los estudios académicos, como si se tratara de un fenómeno marginal de poca importancia, seguramente por no tenerse lo bastante en cuenta la complejidad de sus modalidades de funcionamiento así como sus múltiples niveles de lectura. Su estudio supone recurrir a metodologías variadas propias de áreas científicas: la filosofía estética, la Historia, y las historias sea la del arte, la de la comunicación o de la literatura y de los impresos³. ¡Tantas metodologías para un objeto de tan poca trascendencia, pensarán algunos, para esa nonada gráfica más cercana al garabato que a la obra de arte!

En oposición a estas afirmaciones, se ha de reiterar que la caricatura constituye una imagen compleja por tener su propia historia enredada con la historia de la pintura o del dibujo, sobre todo en sus inicios, y por estar vinculada

- 1 En su artículo “Humor y sátira en la historia de la comunicación valenciana: el caso de *La Traca*”, señala Antonio Laguna Platero las tiradas excepcionales que alcanzó el semanario valenciano en la segunda república. En años anteriores podemos mencionar las ediciones múltiples de varios números de *Fray Gerundio*, como lo subraya el propio Modesto Lafuente, que reflejan éxitos ocasionales cuando la segunda edición, ilustrada esta vez, de la totalidad de la obra, menos de dos años después de su inicio, confirma una aceptación excepcional. Algunos números de *El Cascabel* de Carlos Frontaura conocerán también varias ediciones pese a estar recogidas las caricaturas y artículos de más éxito en los almanaques anuales que publican a finales de año.
- 2 Solo citaremos como botones de muestra el estudio de Vicente Pla Vivas *La ilustración gráfica del siglo XIX. Funciones y disfunciones* de 2010, las publicaciones del grupo de la Universidad de Valencia alrededor de Enrique Bordería Ortiz, Francisc. A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert como *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* de 2010 o más recientemente la publicación colectiva *El humor en la historia de la comunicación*, dirigida por Antonio Laguna, sin pretender la exhaustividad. En Francia, desde el siglo XIX, la caricatura ha sido objeto de interés para muchos estudiosos, entre los más destacados Baudelaire, Champfleury y Grand-Carteret. En el último tercio del siglo XX, destacan trabajos como los del grupo franco alemán alrededor de Ursula Koch y Jean-Claude Gardes que abarca ahora toda Europa, el EIRIS, o los investigadores alrededor de Segolène Le Men.
- 3 Charles Baudelaire en el primer apartado de su artículo de 1855 *De la esencia de la risa y generalmente de lo cómico en las artes plásticas* indica que las caricaturas si bien valen por el acontecimiento que representan y por lo tanto merecen la atención del “historiador, del arqueólogo e incluso del filósofo”, también “contienen un elemento misterioso, durable, eterno que las encomienda a la atención del artista” (Baudelaire, 1855, p. 370). La traducción es mía ya que solo dispongo del texto francés.

con acontecimientos coetáneos no siempre de fácil identificación así como, aunque se olvide demasiado a menudo, con la lengua y sus creaciones más o menos duraderas, punto en el que propongo detenerme en este estudio.

1. Introducción: las vías de la “mala lengua” entre texto e imagen

El título escogido “La (mala) lengua de la caricatura” resulta programático y como tal requiere unas cuantas aclaraciones. Si bien evoca la consabida afirmación de Baudelaire según la cual la caricatura es un “argot platique” ([1857] 1968, p. 381), lo que puede remitir a una “mala lengua” gráfica, no correcta y “hablada” o dibujada por gente de “baja extracción”, es decir marginada o fuera de los círculos académicos del buen gusto; al añadirle los paréntesis intento llamar la atención sobre esta equivalencia, reactivarla con el fin de suscitar la reflexión. ¿Qué tiene que ver con la “lengua” la caricatura? ¿Será única la lengua que maneja? ¿Será la lengua de la caricatura inferior a la de los letrados? El adjetivo “gráfico” tuvo gran aceptación a mediados del siglo XIX (Ortega, 1994) y tal como lo utilizan los escritores decimonónicos remite a la capacidad de ciertas expresiones, coloquiales o no, de “exponer las cosas con la misma claridad que si estuvieran dibujadas”, según la tercera entrada del Diccionario de la Real Academia. La cual nos recuerda también su íntima relación con la escritura y la imprenta presente en la primera acepción, o cuando en la segunda especifica: “Dicho de una descripción, de una operación o de una demostración: que se representa por medio de figuras o signos”. Consideraré pues que la caricatura constituye un idioma gráfico expresivo con el fin de establecer un nuevo tipo de comunicación, por su forma y contenido, y por sus destinatarios gracias al vaivén entre la lengua y las imágenes del que sacaré partido la caricatura para multiplicar efectos amoldándose a las circunstancias y al contexto más favorable a su recepción.

Las “masas” a las que se destina la caricatura representan una diversidad de niveles de instrucción, es decir de niveles y modelos de comprensión. La lectura seguida no resulta al alcance de todos en la España de mediados del XIX con su tasa de analfabetismo muy por encima de las de los demás países europeos y significa un esfuerzo de comprensión y concentración muy distinto (Ortega, 2011) del que requiere la brevedad de un pie de grabado, aunque se trate de una redondilla, fácilmente memorizado. Este nuevo idioma recurre a un

fondo oral principalmente, o sea a elementos que pueden haber sido escritos pero han “pasado” a la oralidad, y tan variados como proverbios, canciones, clichés, fragmentos bíblicos, modas orales, particularidades provinciales, fórmulas de la predicación, poemas de moda.

Mas en la caricatura, el dibujo también viene a combinarse con una modalidad textual particular, la sátira, recalcando sus ironía, humor, exageración, crítica, no para sustituirse a ella sino antes para abrir más aún el campo de su recepción así como sus posibilidades semióticas⁴. Podemos clasificar las caricaturas en dos tipos: aquellas de índole alegórica que juegan con los símbolos y el lenguaje y, por otra parte, las que utilizan exclusivamente situaciones “reales” como punto de partida. Así, por ejemplo, las figuras idiomáticas, al cobrar una representación iconográfica, son devueltas al mundo de la sensación, de la emoción, más allá de la oposición entre lo inteligible y lo sensible⁵. Cuanto más trilladas sean, más automáticas se vuelven, escritas o pronunciadas “sin pensar”, mientras que su “escenificación” gráfica, las vuelve a “semantizar” provocando en el “receptor” un suspenso durante el que para mientes en el contenido de los vocablos utilizados gracias a la observación de la imagen propuesta. Cada receptor penetra la figura iconográfica mediante su experiencia subjetiva relacionándola con la capacidad de abstracción intelectual que es la suya según su “cultura”. La expresión gráfica se desarrolla en el espacio y el tiempo: espacio de la página del periódico de índole tan variada como la de la revista ilustrada con su sección satírica, la hoja satírica política o la publicación política encubierta bajo el manto de la crítica y sátira teatral y el tiempo de la lectura-observación, siendo este último aspecto un elemento clave de la elaboración de la caricatura en el siglo XIX, ya que el dibujante ha de “educar” al observador, “crear” las posibilidades del “ver” y “entender” aunque, las más de las veces en el periodo del que trato, sin imponer sentido único, ya lo veremos.

Cuanto más compleja sea la pareja texto/imagen, tantas más vías de interpretación o puntos de vista podrá seguir el receptor⁶ y queremos desplegar aquí algunas, no excluyentes, para intentar entender el éxito que fue el suyo

⁴ No quiero entrar aquí en disquisiciones entre semiótica y semiología, justamente para no atenerme a una sola vía metodológica. Admita el lector que el adjetivo aquí empleado lo es en el sentido más lato.

⁵ Ya en el siglo XVI, Peter Brueghel el Viejo ilustró proverbios y parábolas bíblicas mediante escenas de género. Podemos añadir las transposiciones o traducciones iconográficas que formaban parte de la tradición emblemática, así como las aleluyas y pliegos de cordel cuyo origen es también “narrativo”.

⁶ *Poétique*, 173, 2013-1, Paris, Seuil, p. 109.

en el siglo XIX gracias al desarrollo de las técnicas de reproducción. Ante la complejidad de la realidad, el caricaturista establece una comunidad con l.a.o.s lectores-espectadores, las cosas y seres dibujados y por fin con sus modelos (nacionales o extranjeros) con el fin de compartir con un nosotros esta complejidad sin imponer sentido único absoluto, es decir afirmar la comunidad en contra de la captación del sentido por unos pocos. Y cuando este caricaturista es Francisco Ortego, cuya fama se prolonga hasta bien entrado el siglo XX, conocido demócrata, la práctica de la caricatura entonces supera el dibujo de actualidad para convertirse en lenguaje político de nueva índole al no renunciar a la calidad estética.

La sátira con su poder crítico nos brinda una primera manera de entender la “mala lengua” de la caricatura. Etimológicamente, la caricatura se ha relacionado con el verbo “cargar” que, en español, también se emplea en sentido pronominal “cargarse” a algo u alguien para indicar “derrotar, dominar a alguien por la fuerza de la razón” o de manera más abrupta y coloquial “romper, estropear” e incluso “matar a alguien”, lo que nos viene a recordar que tanto la sátira como la caricatura se pueden emplear como armas de combate que de alcanzar su meta, constituyen una crítica dolorosa, mordaz cuando no mortal. La “mala lengua” no se practica en balde, incurriendo el que la elabora en el pecado de murmuración, pecado que en los siglos XVIII y XIX, con el auge de la prensa y sus posibilidades de difusión, alcanza círculos más importantes y se convierte en escándalo⁷. Los numerosos casos de recogidas demuestran, si menester fuera, que las publicaciones satíricas ilustradas participaban en fomentar el escándalo.

La propia palabra “caricatura” no se introduce hasta 1832 en *El diccionario de la lengua castellana* de la Real Academia, si bien es utilizado anteriormente. Julio Caro Baroja en su *Arte visoria y otras lucubraciones pictóricas* cita las dos acepciones que se le da a la palabra entonces: “retrato ridículo en que se abultan y pintan como deformes y desproporcionadas las facciones de alguna persona”. La segunda es “pintura o dibujo con el que bajo emblemas o alusiones enigmáticas se pretende ridiculizar alguna persona o cosa” (1990, p. 238). Definiciones interesantes para nosotros en la medida en que, por una parte, la “desproporción” de los rasgos del retrato remite a una de las principales enseñanzas de las academias de pintura: “la proporción”, y constituirá uno de los criterios fundamentales de las críticas de

⁷ Para esta noción de escándalo, como posibilidad de entender también la marginación de la caricatura y de su autor, se leerán con provecho en particular el trabajo de Andreas Gelz (2012).

arte decimonónicas (Bécquer [1862] 1990, Ortega 1991) y la segunda definición, por otra parte, pone en relación la caricatura con “emblemas” y “enigmas”, propios de la cultura visual más tradicional, atribuyéndole a la primera algo de la dificultad en ser descifrada así como su relación con la alegoría. La posible marginación de la caricatura cambia aquí por completo de significado al convertirse en un misterio para *happy fews*, siendo solamente unos cuantos lectores cultos los que acceden al contenido, y no, como lo vimos al empezar, una caricatura reservada a los que, sin conocimientos académicos, disfrutaban de ese *argot plastique*.

Teniendo en cuenta estos elementos, nuestra reflexión parte de unos ejemplos sacados de *Menestra*, en los que se desarrollan y combinan simultáneamente, adaptándose de esta forma a un lectorado muy amplio.

2. La mala sombra



FIGURA 1

F. Ortega, “Tener mala sombra”, *Menestra*, álbum IV, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 5, colección particular.



FIGURA 2

F. Ortega, “La mala sombra”, *Menestra*, álbum V, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 6, colección particular.

Tener mala sombra y *La mala sombra*, publicadas por Ortega en sus cuarto y quinto álbumes de *Menestra* en 1869⁸, se pueden considerar adaptaciones/naturalizaciones al contexto español de las famosas litografías⁹ en color de Grandville¹⁰ publicadas el 11 y 18 de noviembre de 1830 en *La Caricature*, publicación satírica de Philipon que tuvo gran acogida en España y particularmente en Madrid¹¹ donde se vendía en las mejores librerías¹².

- 8 El periódico *Gil Blas* en el que colabora Ortega activamente por aquellas fechas, anuncia en su número del 11 de marzo de 1869 la publicación del cuarto álbum: "Ortega acaba de publicar el cuarto álbum de su *Menestra*, colección de caricaturas de rechupete. Este cuarto álbum trata de los modismos de lenguaje, y contiene tipos que ni el Sr Vinader puede aventajarlos. Y solo cuesta cuatro reales cada álbum. Es cosa de comprarlo." Un mes más tarde, la misma publicación satírica anuncia: "El álbum 6° de la *Menestra* de Ortega viene muy animado. Las caricaturas de actualidad se dan la mano unas a otras y se disputan la gracia. Una peseta cuesta." *Menestra* aparece también anunciada en *La Época* y *El Imparcial* a principios de agosto del mismo año. Teniendo en cuenta además que la suscripción para un mes era de 6 reales, y el precio de un álbum de 4, podemos suponer que salía con una periodicidad de dos álbumes al mes, empezando pues a inicios de 1869. En un contexto tan lleno de turbulencias, sufrió interrupciones como lo da a entender otro anuncio de *Gil Blas* a finales de septiembre de 1869. No obstante, resulta probable que se hayan publicado algunas caricaturas con anterioridad en otra parte, ya que es generalmente el caso de otras muchas caricaturas de almanaques y álbumes, incluyendo aquellas que fueron prohibidas por la censura.
- 9 Podemos recordar aquí el artículo de Neira de Mosquera "Desengaños de una piedra litográfica" en *Las ferias de Madrid* ([1845] 1984, p. 88) dedicado a la litografía: "...estaba reservada la litografía para la arqueología y los viajes, ahora sirve para todo como un tonto: las caricaturas de los periódicos, las tarjetas de visita, las papeletas de entierro y las polizas de una oficina, han reemplazado á las batallas de Velazquez, á las vírgenes de Murillo y á los cuadros de costumbres de Alenza" (conservamos la ortografía original). Sintomáticamente la caricatura encabeza la lista de las prácticas contemporáneas de Neira oponiéndose, por supuesto, a las obras de arte evocadas a continuación.
- 10 Fueron unas de las más notables caricaturas políticas de los inicios de la Monarquía de Julio (1830-1848) en las que se exponían los males que la aquejaban y quizá de las más conocidas y repetidas de Grandville a lo largo de los siglos XIX y XX. Una antología reciente *Petite histoire de la caricature de presse en 40 images* (Moncond'huy, 2015) la recoge como perteneciente a la "cultura común" francesa e incluso, a mi modo de ver, europea.
- 11 Para la influencia de la caricatura y los caricaturistas franceses, y más particularmente de Cham, sobre Ortega, véase mis trabajos (Ortega, 1998) y (Ortega, en prensa).
- 12 El siglo XIX en Europa se caracteriza por una intensiva utilización de la imagen tanto en las publicaciones periódicas como en el libro, acarreado profundos cambios en el papel y función desempeñados por ésta. Estos aspectos siguen poco estudiados para España. En el caso español aquí analizado, podemos hacer nuestra la afirmación de los editores de la *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs* ([1985], 1990, p. 326) en su introducción: "[Entre le périodique et le livre], les césures s'effacent puisque nombre d'ouvrages paraissent sous forme de livraisons qui font séries, puisque les suppléments littéraires de certains journaux peuvent être détachés et reliés, puisque les romans d'abord publiés comme feuillets le sont ensuite comme livres, avec ou sans corrections, contrôlés ou non par leur auteur." Añadiré que la circulación de las imágenes entre libros, publicaciones sueltas, folletos, almanaques y periódicos en



FIGURA 3 y FIGURA 4

J.J. Grandville, "Ombres portées", *La Caricature*, 11 novembre 1830 et 18 novembre 1830, in *L'œuvre graphique complète de J.J. Grandville*, t.1, Paris, A. Hubschmid, 1975.

De unos quince centímetros de alto y entre veintisiete y treinta centímetros de ancho, la procesión de personajes propuesta en cada una por el dibujante francés se sitúa ante un muro, en alguna calle definida a grandes rasgos mediante unos cuantos cantos a nivel de los pies que marcan el arroyo y unos trazos que figuran la calzada.

relación a Francisco Ortego, se hace con tanta más facilidad cuanto que el artista trabaja para editoriales e impresores múltiples.

Aunque se suele casi siempre remitir a la litografía del 18 de noviembre con sus cuatro personajes, me parece importante que vaya ésta emparejada con la del 11 al seguir exactamente la misma disposición para sus seis representantes de la sociedad francesa. Una explicación posible de este casi olvido de la primera consiste quizá en su menor *legibilidad*, ya que los cuatro personajes de la segunda remiten a tipos inmediatamente identificables: el jesuita, el “pair de France” y parlamentario, el censor con sus tijeras y, el último de la fila, el boticario con una larga lista de remedios entre los cuales se distingue la “lavativa” a la que remite su propia sombra. Como podemos observar, Ortego adopta también el principio de la pareja de caricaturas repartida entre dos números, cada una formando sin embargo otra pareja en la página del álbum, de unos 15 centímetros por 25, con una segunda caricatura que no recurre a la sombra¹³.

En la primera (Fig. 1), un señor con levita, elegante, sonriente, peinado de forma algo particular —no sin recordar las caricaturas de Salustiano Olózaga— parece estar en una situación incómoda por la manera de sujetar el sombrero de copa. Entre los muchos sentidos de la expresión “tener mala sombra”, escogeríamos sin dudarlo “ser un patoso”, en su doble significado, pero ahí está la sombra representada, esa sombra proyectada¹⁴ que le convierte en un ser con cuernos, ¿en hombre engañado? Otra manera de leer la sombra consiste en ver un diablo cornudo que nos lleva a entender más bien “tener mala suerte”, y en este caso, al pie de la letra, ir acompañado por una “mala sombra” que ejerce su influencia maléfica como un doble, un *Doppelgänger*, tema tan abundante en la literatura decimonónica alemana con Jean-Paul, Heine o Chamisso y como no inglesa con el Frankenstein de Mary Shelley. Esta literatura nos enseña que un hombre puede perder, incluso vender, su sombra, deviniendo ésta una entidad independiente, mudable, descontrolada y por lo tanto amenazante.

Asiste (y participa) el espectador al desdoblamiento de la personalidad al tiempo que a la duplicación del sentido. Esta duplicación del sentido resulta ser la definición básica de la ironía con el juego entre sentido explícito y sentido implícito.

¹³ Para facilitar las explicaciones proponemos la reproducción únicamente de aquella de las dos caricaturas que comentamos.

¹⁴ La sombra proyectada en estos ejemplos distorsiona aún más las modificaciones habituales de las sombras en determinadas condiciones de iluminación (Casati, 2002, 232 y sig.). La pericia, tanto de Grandville como de Ortego, consiste en llegar hasta el límite aceptable para la percepción sin traspasarlo, lo que volvería la identificación imposible e ilegible del conjunto.

Cabe recalcar otra forma posible de entender la expresión “tener mala sombra” en este caso: la sombra de este personaje es “mala”, pues no corresponde a las pautas académicas de representación de la sombra proyectada.

Mas éstas no constituyen las únicas duplicaciones, ya que en el álbum siguiente aparece, con pie de grabado casi idéntico, en la misma parte izquierda (¿sinistra?) de la estampa, la segunda caricatura que les propongo analizar: “La mala sombra” (Fig. 2). El personaje representado no parece esta vez “patoso” ni simpático, mira hacia la izquierda, cuando el anterior se presentaba levemente girado hacia la derecha y, ayudado por el artículo determinado del pie de grabado, el observador piensa inmediatamente en el primer o el segundo sentido de la expresión recogido en el *Diccionario de la Real Academia*¹⁵ sobre “tener mala sombra: “ejercer mala influencia sobre quienes le rodean” y “ser desagradable y antipático”. Como si este personaje fuera la mala suerte del primero, el que ejerce su mala influencia. Pero entonces, ¿por qué haber representado la sombra de este segundo personaje, delgado, con el mismo traje que el primero, señal de su pertenencia a la misma categoría social, con calvicie y bigote y en actitud autoritaria, los brazos en jarras? Su sombra, sin embargo, no tiene cuernos de diablo, sino la silueta general de un mono por las grandes orejas.



FIGURA 5

“Gobierno provisional monárquico democrático &ª&ª”. F. Ortego, *Menestra*, álbum V, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 1, colección particular.

15 Consulto la versión en línea de la 23ª edición.

Comparándola con la primera caricatura del quinto álbum, podríamos reconocer a Serrano, jefe del “gobierno provisional monárquico-democrático de conciliación &ª &ª”, o sea al artífice de esa mascarada pseudo-democrática denunciada por Ortego desde el primer álbum, volveremos a ello. La observación detenida de la estampa revela sin embargo un procedimiento distinto en la realización de la sombra que parece doble: una sombra importante por tierra que no corresponde únicamente a la sombra verosímil de las piernas del personaje como para mejor insistir en ella y otra, la silueta del mono proyectada en el “fondo”. En este caso también los sentidos de la palabra “mono” aportan su contribución a la intelección de la representación, puesto que se dice de la “persona que hace gestos o figuras parecidas a las del mono”, a sabiendas que el mono imita. Existe otra acepción del término que remite al “dibujo rápido y poco elaborado” que le permite ser empleado para significar “caricatura”. De esta manera, señala a las claras Ortego que hace una caricatura de un personaje importante de la vida política, desconsiderándolo al reducirlo a un mono, animal de gestos y figuras, caprichoso, “de poco seso”¹⁶, por mucho que adopte una postura autoritaria.

Ortego abre la serie de álbumes¹⁷ de *Menestra* con una litografía en la que un murciélago al sobrevolarlo extiende su sombra sobre un papel en el que se lee la inscripción “CONSTITUCIÓN. Artículo 33”. El pie de grabado reza: “Tiene mala sombra”. El punto de vista sobre el murciélago es frontal y su vuelo rasante, lo que le brinda un carácter directamente amenazante. El artículo 33, que en el momento de la publicación aún se está debatiendo, trata de la forma de gobierno de España, y a principios de junio cuando sea promulgada la Constitución de 1869, estipulará: “la forma de gobierno de la Nación Española es la Monarquía”. La presencia de esta primera “mala sombra”, de significado nada ambiguo para el caso gracias a la presencia del murciélago como animal de mal agüero, refleja la falta de ilusiones del dibujante demócrata acerca del resultado final, su lucidez ante la situación

¹⁶ “Joven de poco seso y afectado en sus modales” constituye la tercera acepción del término en el *Diccionario de la real Academia*.

¹⁷ En el ejemplar que consulto, la portada mal impresa deja subsistir una duda: sea se trata de un I, sea de un X. Por la temática desarrollada a lo largo de los álbumes, la traición de la República y la búsqueda de un rey, cabe pensar que se trata del primero.

así como para con los políticos entre las manos de los cuales se halla la decisión.

Se trata pues de la primera ocurrencia de una larga lista de sombras en la obra, de las que sólo he analizado unas pocas¹⁸ demostrando la índole afirmadamente política del conjunto y al tiempo el papel fundamental de la sombra en su elaboración gráfica.

Con este díptico caricaturesco de Ortego, “Tener mala sombra” y “La mala sombra”, nos hallamos ante una de las plasmaciones más complejas puesto que, como intentaré demostrar, conlleva además de referencias a obras de Goya, una reflexión aguda sobre la propia historia de la caricatura.

3. Goya: un referente insoslayable

La presencia del murciélago y su sombra con los que se inicia la serie de *Menestra* constituye un guiño clarísimo dirigido al lector/espectador algo culto del álbum que no puede si no recordar los *Caprichos* de Goya en la estela de los cuales se sitúa Ortego. Aunque no lo relacionara con la obra de Goya, el espectador analfabeto no desconocía el significado siniestro del animal, tan corriente en la mayoría de las regiones¹⁹, recalcado por el emblema LXII de Alciato sobre el murciélago que

simboliza a los de mala fama, que se esconden y temen el juicio ajeno. Y también por lo mismo a los filósofos que, mientras investigan a las cosas celestes, están ofuscados y sólo ven falsedades. Finalmente, a los astutos que, cuando hacen sus oscuros manejos, no tienen crédito en una parte y en otra (Alciato, [1531] 1993, p. 98).

¹⁸ Este artículo constituye un adelanto de un estudio más amplio de *Menestra*.

¹⁹ En la heráldica española, el murciélago está asociado a la realeza, figurando en varios blasones como el del reino de Valencia. Esta pista heráldica nos brinda la posibilidad de añadirle a la litografía de Ortego un sentido más: el murciélago anunciaría de antemano la monarquía por venir.



FIGURA 6

A. Alciati, *Emblemata*,
Antwerpen, 1577, p. 244.

<http://www.uni-mannheim.de/mateo/itali/alcianti1/jpg/s244.html>

La parte dibujada del emblema muestra un murciélago de alas ampliamente abiertas, el cuerpo erguido para resaltar su parecido con el ratón, de noche entre las nubes iluminadas por la luna, postura distinta de la que eligió Ortega, como lo pormenorice anteriormente. El murciélago en la obra de Goya aparece relacionado con las brujas y demás seres funestos, así en el capricho 45 *Mucho hay que chupar* fechado entre 1797-1799²⁰, nos recuerda que otro apelativo del murciélago es el vampiro, que “chupa la sangre”, metáfora de las personas que abusan de los demás.

Entre los animales presentes en los dibujos y grabados de Goya, conforme a una tradición carnavalesca indudable, aparece también el mono en un dibujo de 1798-1799 perteneciente a la serie *Espejo mágico* en la que Goya retrata a cuatro personajes confrontados a su reflejo en el espejo: una mujer, un dandy, un alguacil, un estudiante. Del que nos interesa, del dandy (Fig. 7), el espejo propone el reflejo de un mono, realizando una distorsión muy comparable a la de las “malas sombras”, que vimos anteriormente, al tiempo que evoca el proverbio: “Aunque la mona se vista de seda, mona se queda”.

²⁰ Utilizo aquí el portal del museo del Prado dedicado a los *Caprichos*, que comporta todas las referencias y a él remito al lector.



FIGURA 7

F. Goya, *Dandy/mono*, núm. Catálogo Do3921, 1797-1798, serie *Espejo mágico*, 206 x 147 mm. Tinta de bugalla a pluma sobre trazos de lápiz negro, papel verjurado agarbanzado

https://www.museodelprado.es/goya-en-el-prado/buscador/?tx_gbgonline_pi1%5Bquery%5D=dandy&tx_gbgonline_pi1%5Bitype%5D=0

Pese a que la sombra como lo demuestra Stoichita (2000, p. 34 y sig.), no se puede confundir con el reflejo en el espejo, siendo éste último constitutivo del “stade du même” (estadio del mismo); cuando la sombra remite al “otro”, el propio historiador analiza una fotografía en la que una sombra, que no corresponde exactamente a su “referente”, juega con ambas referencias, legitimando de esta manera el paralelismo que construimos.

El dibujo de Goya nos presenta un procedimiento doble entre el reflejo y la sombra burlona, ya que es un “doble” diferente de una aguada de tinta roja en la que el reflejo en el espejo de este mismo dandy le representa como torturado por instrumentos que materializan su cuello alto y tieso y la cintura apretada



FIGURA 8

F. Goya, *La tortura del dandy*, núm. Catálogo Do3959, 1797-1798, serie *Espejo mágico*, 191 x 132 mm, aguada de tinta roja sobre trazos de sanguina, papel verjurado agarbanzado

<https://www.museodelprado.es/goya-en-el-prado/obras/ficha/goya/la-tortura-del-dandy/>

El dandy en su búsqueda de satisfacción narcisista no halla su reflejo ideal, antes más bien la crítica mordaz. A la vez Goya descuida las pautas neoclásicas de la belleza ideal en esta serie como en sus *Caprichos*²¹ compuestos por aquellos años. El dandy es un mono, al pie de la letra también, puesto que es “un joven de poco seso y afectado en sus modales”, según reza el *Diccionario de la Real Academia*, con lo que podemos suponer que el sentido metafórico de “mono” motiva doblemente el reflejo elegido por Goya. Ortega utilizará un dispositivo muy parecido para ilustrar el decir: “Aunque la mona se vista de seda, mona se queda”, presente en el álbum IV de *Menestra*, en la página anterior a la de “Tener mala sombra”.

²¹ El libro de Susanne Schlünder *Karnavaleske Körperwelten Francisco Goya* (2002, 116 sig.) sintetiza los diferentes estudios dedicados a estudiar el vínculo a la teoría del neoclasicismo de los *Caprichos*.



FIGURA 9

FIG. 9: F. Ortego, “Aunque la mona se vista de seda...”, *Menestra*, álbum IV, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 4, colección particular.

Claro está que los “espejos mágicos” existen ya en tiempos de Goya y constituyen una de las muchas diversiones ópticas tan apreciadas todavía en la segunda mitad del siglo XIX, entre las cuales encontramos las fantasmagorías, los tutilmundis²² y las sombras chinescas, pero Goya lleva la distorsión operada por el espejo más allá de lo verosímil para que sirva a su propósito. Trátese de las caricaturas de Goya o de Ortego, utilizan diversiones ópticas que han conformado ya la visión de sus contemporáneos con el fin de crear las condiciones idóneas a su aceptación por el público más amplio posible. Dos caricaturas de Giménez en *Gil Blas* del 30 de mayo de 1867 dan fe de que este tipo de diversiones ha calado en todas las capas sociales de la sociedad urbana, por lo menos.

²² Este artefacto, móvil, en el que se solía proponer a los transeúntes mirar por un agujero para contemplar “maravillas” pintadas ha sido representado tanto por Goya, en un dibujo obscuro conservado en la Hispanic Society of America de Nueva York en el que el mirón propone su trasero descubierto a otro mirón burloón, como por Ortego en un grabado costumbrista del tutilmundi en la plaza Mayor, publicado en 1861 en *El Museo Universal*.



FIGURA 10

Giménez, *Ilusiones ópticas*, en *Gil Blas*, 30 de mayo de 1867, p. 3, Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España

<http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003834225&search=&lang=fr>

Tituladas *Ilusiones ópticas*, la primera representa en un salón burgués a una mujer sentada, aparentemente leyendo cerca de un espejo abatible de vestir (llamado también psiqué), que si bien refleja a su marido, de pie a su izquierda, esconde a la vez a otro hombre cuyas botas sin embargo permanecen a la vista, situación que provoca el pie de grabado siguiente: “¡Es singular! Yo juraría que traía las zapatillas puestas, y ahora me veo en el espejo con botas de montar y espuelas...”. La fuerza de la ilusión óptica consigue hacer dudar de la realidad, dados los progresos técnicos realizados como lo recalca la segunda caricatura en la que la sirvienta, que ha escondido a su amante militar en el armario que abre justamente su señora y dueña, tiene una ocurrencia muy reveladora de las posibilidades fotográficas ya en la época: “—¡Ay Jesús,

un hombre! —Calle Ud, señora, me supone Ud capaz... Si es una fotografía iluminada. —¡Canastos, y qué bien está!!!”. Lo que en un primer momento parece caricatura de costumbres, con el amante sorprendido, podría cobrar un significado político, si consideramos que por aquellas fechas son muchas las conspiraciones protagonizadas por militares en oposición a Isabel II, los cuales han de esconderse e incluso exiliarse.

Estos ejemplos en los que la realidad tangible es presentada como espejismo vuelve palmaria la puesta en tela de juicio del mundo de las apariencias al encubrir éstas, con más o menos artificialidad, la verdad o realidad de los seres. La meta de la caricatura como crítica de la realidad propone formas de descifrarla sin caer en la trampa de las apariencias.

Así, en ambas caricaturas “Tener mala sombra” y “La mala sombra”, es la sombra la que comporta la “carga”, o “crítica”: la sombra deformada, inverosímil, constituye la caricatura y a la vez dice la verdad del ser representado de manera “realista”. El dibujante invierte los papeles: la apariencia visible, iluminada, conforme al arte del dibujo, es un engaño mientras que la verdad, esa misma que se intenta ocultar, reside en la sombra, en la oscuridad revelada por la deformación caricaturesca. De cierta manera, la caricatura de la segunda mitad del siglo XIX muestra los fallos del programa de las Luces y su adecuación entre luz y verdad, así como discrepa esta representación del concepto platónico de sombra, expuesto en la *República*, según el que las sombras son simulacros, no realidades, a las que denomina Platón *ideas*.

Y es que mientras tanto han surgido ciencias nuevas como la fisiognomía, uno de cuyos recursos consiste en trazar la silueta del perfil de una persona con el fin de deducir su carácter y conocerla mejor, lo que se aleja del proyecto humanístico. Efectivamente, la sombra en pintores como Durero o da Vinci permitía brindarle realidad al personaje representado, puesto que al interponerse su cuerpo ante una fuente de luz proyecta una sombra como en cualquier situación real (Gombrich, 1996, p. 48 y Stoichita, 2000, p. 68), creando la pintura la ilusión de la realidad como en un trampantojo. La fisiognomía afirma la necesidad de interpretar y descifrar correctamente los rasgos de la persona, su perfil, su silueta de forma que la sombra proyectada proporciona al lector avisado una manera de acceder a lo invisible, a las cualidades de los seres.

El propósito del caricaturista denuncia la ilusión creada por las apariencias de la que él no participa ya. Desde este punto de vista exterior, el observador de la vida

cotidiana que es el caricaturista tiene una mirada desengañada y la representación producida por la caricatura es una crítica dirigida contra determinadas personas o situaciones. Si bien Goya utiliza en sus *Caprichos*, tanto como en los *Desastres* o en los *Disparates*, de manera tradicional la oposición entre la luz y la oscuridad para recalcar la lucha entre las fuerzas de la razón y del oscurantismo, Ortego, medio siglo más tarde, desilusionado, ya no puede valerse de ella. Contra un siglo en el que imperan las apariencias, sean políticas, sociales o académicas impuestas por unos pocos, la tinta negra en el trazo del lápiz litográfico o del buril abre una brecha en la luz violenta y el brillo de las apariencias, que suelen ofuscar al espectador para enseñar su “mala cara”, aquella que se quiere ocultar y permanece a pesar de todo presente, como un doble indómito.

La conciencia de que la vida es una mascarada trasluce en toda la serie de *Menestra* conforme a la tradición carnavalesca pero en total adecuación con la tradición satírica española. Aportaré un único ejemplo del siglo XIX, emblemático de la prensa satírica, un artículo de Modesto Lafuente en su *Fray Gerundio* del 29 de diciembre de 1837.

El artículo *Las mas-caras* desarrolla el retruécano entre “máscaras” y “más caras”, otorgándole un significado que podemos relacionar con el juego entre las sombras y la búsqueda de la verdad:

Mas-caras hay cuando hay máscaras que cuando no las hay. Verdad innegable al parecer, y que para muchos será tan evidente como un axioma: ¡qué digo para muchos! Acaso para todos menos para Fr. Gerundio. Lo general es ver mas caras en las máscaras, porque cada enmascarado lleva por lo menos dos, una natural y otra postiza. Pero Fr. Gerundio tiene otro modo de discurrir y de ver las cosas. Fr. Gerundio observa que cuantas mas caras hay, más descarada está la gente, de consiguiente cuantas más caras hay, hay menos. Verdad también innegable. Y aquí tienen VV. dos verdades opuestas, que parecían verdades ambas, y después fueron mentiras, y luego volvieron a ser verdades. Milagros de la lógica particular de Fr. Gerundio.

M. Lafuente, forjando a su vez otro juego de palabras sin subrayarlo

titulada *Mascarada de la vida* abre el tercer álbum, publicado por el periodo de Carnaval, en la que bajo las letras del título “disfrazadas” mediante tocados de todas las épocas y estilos, cuatro frascos contienen fetos de niños de condiciones sociales distintas señaladas por un letrero pero, por supuesto, todos ellos idénticos.

Después de pasar revista a disfraces de todo tipo y actitudes simétricas en clases sociales opuestas, en la página undécima, Ortego prosigue su demostración ofreciendo la representación correspondiente al final de la vida con siete esqueletos y sus respectivos rótulos bajo el título general *La humanidad despojada de sus disfraces*,

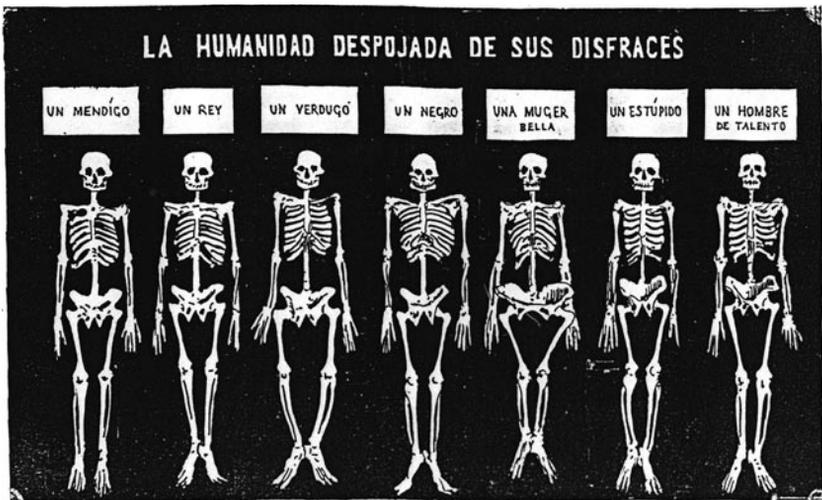


FIGURA 12

F. Ortego, *Mascarada de la vida*, “La humanidad despojada de sus disfraces”, *Menestra*, álbum III, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 11, colección particular.

antes de cerrar el álbum, de la misma manera que se acaban las celebraciones de Carnaval con un entierro de la sardina particular, ya que lo que se entierra es la situación de Cuba.

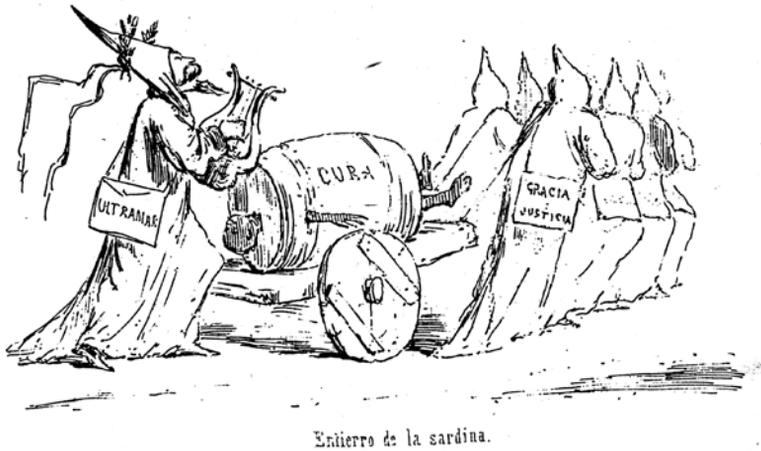


FIGURA 13

F. Ortego, *Mascarada de la vida*, “Entierro de la sardina”, *Menestra*, álbum III, Lit. de N. González, Jacometrezo 44, p. 16, colección particular.

Ortego consigue aprovechar el tema tradicional de la mascarada de Carnaval adaptándolo a la actualidad política más candente, Cuba, la posibilidad de la república y la lucha por el poder, resaltando con una iconografía impactante la cuestión de la igualdad y por ende de la democracia. En la primera caricatura (Fig. 11), el contraste entre el título, que utiliza un recurso trillado en el dibujo de prensa heredado de la tipografía y sus mayúsculas o abecedarios historiadados, y la visión de los cuatro tarros con los fetos flotando en alcohol propios de los experimentos científicos escenifican el antagonismo entre una España de “pandereta”, tradicionalista y conservadora —son de notar los muchos tocados que remiten al ejército, la Iglesia o la monarquía— y el discurso de la ciencia que fundamenta la igualdad entre todos los hombres. Oposición también en la representación de los esqueletos expuestos en negativo según las leyes de la fotografía y del grabado (Fig. 12), al utilizar Ortego un fondo negro en el que resaltan la inscripción general “La humanidad despojada de sus disfraces” y los letreros que caracterizan sendos esqueletos, entre los cuales una mujer y un negro, al lado el uno de la otra, remiten a reivindicaciones de actualidad como la abolición de la esclavitud y la igualdad de los derechos de la mujer. El impacto visual producido por la inversión del

procedimiento acostumbrado recalca la “revolución” o cambio radical que ha de producirse en las mentes para llegar a la igualdad y la democracia, estado propio de la humanidad considerada en su realidad.

Consiste en su totalidad el álbum tercero en una defensa visualmente argumentada de la democracia y la igualdad en el que los ejemplos escogidos permiten valorar la multiplicidad de los recursos utilizados por el dibujante para conseguir transmitir su idea al público más amplio. Mas, obviamente, Ortega es un artista que defiende otro tipo de igualdad, la del dibujo y del grabado con la pintura, y de cierta manera estos álbumes, al dialogar con la tradición iconográfica más popular y un artista como Goya, pretenden conformar también una suerte de manifiesto artístico.

4. La sombra y la historia de la pintura a modo de conclusión

La caricatura es practicada en el siglo XIX por dibujantes formados en las academias de pintura, que en algunos casos incluso desarrollaron con éxitos desiguales una carrera de pintor, de forma que no se la puede separar de las cuestiones estéticas de la academia. El dibujante, y menos todavía el caricaturista o ilustrador, por aquellos años, no suele gozar de la consideración académica que será la suya a inicios del siglo siguiente, tratado como pintor fallido²³ pese al éxito de sus producciones.

El propio Ortega, a la par que la mayoría de los grandes dibujantes de su época, ha estudiado la pintura en la academia de San Fernando siguiendo las clases de pintores famosos como Madrazo, al mismo tiempo que otros compañeros como Martín Rico, Zamacois o Palmaroli, que consiguieron mayor fama como pintores (Ortega, 1998)²⁴. Esta formación le brinda un conocimiento

²³ Sintomáticamente, las fichas de los catálogos de las principales bibliotecas cuando estipulan la presencia de ilustraciones siguen omitiendo todavía con demasiada frecuencia la identidad de su autor. No insistiré en el desconocimiento casi total en el que permanece la mayoría de los ilustradores y dibujantes del siglo XIX y da lugar a repeticiones, a menudo erróneas, incluso hoy en día, de biografías sin fundamentos científicos, publicadas a lo largo de la primera mitad del siglo XX.

²⁴ Martín Rico, pintor, hermano del gran grabador Bernardo Rico que plasmó gran parte de los dibujos de Ortega, cita a Ortega en sus *Memorias* entre sus compañeros en las clases de la Real Academia. Vicente

de los grandes maestros españoles como Murillo, muy importante para nuestro propósito por haber pintado *El origen de la pintura*, en 1660-1665.

La obra de Murillo a la que nos referimos representa la fábula del nacimiento de la pintura según el relato de Quintiliano en sus *Instituciones Oratorias*, que vuelve más compleja la versión relatada por Plinio²⁵: en el lienzo de Murillo, en la parte de la derecha las sombras de dos personajes se recortan en una pared, uno de ellos dibujando el perfil proyectado directamente en la pared, mientras en la parte de la izquierda un grupo parece comentar la escena que corresponde al origen de la pintura. Sin seguir la demostración elaborada por el crítico de arte, pues aquí no viene al caso, cabe notar que en relación a la pintura, el dibujo de la sombra representa el inicio del lienzo, el cual para cobrar su hermosura necesita ser compuesto y pintado. Murillo plasma en su obra la necesidad de superar y alejarse de los orígenes arcaicos, dibujar las sombras, para conseguir el arte verdadero y la belleza verdadera consiguientes: el arte de la pintura con sus colores. Y es que, según V.I. Stoichita, “la historia de la representación en Occidente está marcada por su relación con los orígenes (su relación a la sombra)” (Stoichita, 2000, p. 8).

Dibujar a partir de las sombras y además dibujar sombras que ofrecen una distorsión de la persona representada, lo que hace Ortego, significa pues, rechazar la posibilidad de alcanzar la “hermosura” o belleza ideal, términos estos últimos de constante debate en las críticas de arte, al perfilarse el movimiento del realismo por aquellos años. Al escoger la caricatura y el soporte de la litografía, Ortego se sitúa conscientemente al margen de cualquier idealización posible, al margen del debate acerca de la belleza ideal, es decir fuera de la esfera del concepto de arte de mediados del siglo XIX. Así como Goya para dar testimonio de los estragos de la guerra o de la comedia social recurre principalmente al grabado y al dibujo, Ortego deja de pintar académicamente para abordar su compromiso social mediante la litografía. La diferencia entre ambos consiste en que la litografía le proporciona a Ortego la posibilidad de

Palmaroli, pintor de historia famoso y futuro director del museo del Prado, y José Pellicer fueron quienes organizaron y siguieron el entierro de Ortego en Bois-Colombe.

25 Sigo aquí las indicaciones de V.I. Stoichita en el capítulo “L’Ombre de la chair” de su *Brève histoire de l’ombre*. El ejemplar que consulto es la traducción al francés de la obra originalmente redactada en español y publicada por la editorial Siruela en 1999.

difundir rápidamente sus comentarios de actualidad con el fin de participar en el debate público, cuando en el caso de Goya permanecerán sin publicar obras como *Desastres de la guerra*.

La pintura de Historia enseñada, fomentada y premiada por la Academia en aquellos años representa la vía abandonada por Ortego en 1869 con el fin de elaborar una obra crítica contra-hegemónica. Como bien lo ha entendido el artista, la política se vale del arte oficial para auto-celebrarse, ya que se imponen tanto las pautas estéticas como los temas mediante certámenes, premios y compras. La vía de la prensa, y más aún la de la publicación ilustrada, que todavía gozan de la libertad de expresión promulgada unos meses antes, brindan la posibilidad de alcanzar un público muy variado sin estar obligado el artista a someterse estética y éticamente a las normas imperantes.

Con *Menestra*, serie de álbumes enteramente controlada por el propio Ortego al tratarse de litografías, e independientemente de cualquier órgano de prensa, asistimos a una doble reivindicación: la de un compromiso político para con la república y la democracia en perfecta coherencia con la conciencia de dirigirse a una mayoría, y la de pretender al estatuto de obra artística para su publicación, aunque producida al margen de las instituciones académicas oficiales.

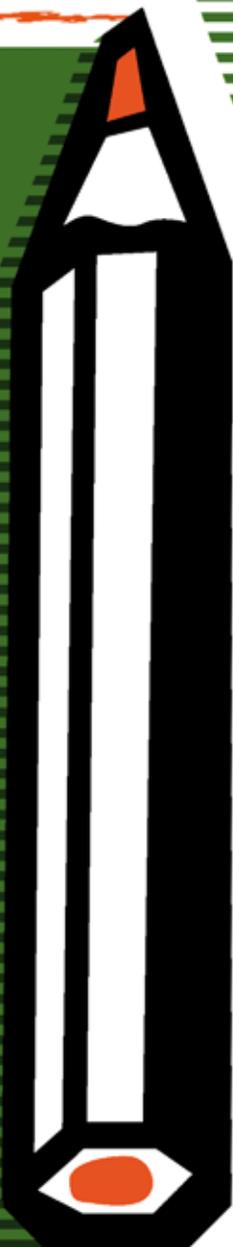
5. Bibliografía

- Baudelaire, Charles ([1855], 1968). *De l'essence du rire et généralement du comique dans les arts plastiques*, en *Œuvres complètes* (pp. 370-378). Paris: Éditions du Seuil.
- ([1857], 1968). *Quelques caricaturistes français*, en *Œuvres complètes* (pp. 378-386). Paris: Éditions du Seuil.
- Bécquer, Gustavo Adolfo ([1862], 1990). *Críticas de arte*. Madrid: Ediciones El Museo Universal.
- Caro Baroja, Julio (1990). *Arte visoria y otras lucubraciones pictóricas*. Barcelona, Madrid: Tusquets Editores y El Urogallo.

- **Casati, Roberto** ([2000], 2002). *La découverte de l'ombre. De Platon à Galilée, l'histoire d'une énigme qui a fasciné les grands esprits de l'humanité*. Paris: Albin Michel.
- **Chartier, Roger, Martin, Henri-Jean** (1990). *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs*, t.3. Paris: Fayard.
- **Gelz, Andreas** (2012). *El Pensador como "murmurador público": el escándalo de los semanarios morales y la esfera pública en la España del XVIII*, en K-D Ertler, A. Lévrier y M. Fischer (eds.) *Regards sur les "spectateurs". Periodical Essay-Feuilles volantes-Moralische Wochenschriften-Fogli moralistici-Prensa moral* (pp. 213-225). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- **Gombrich, Ernst H.** ([1995], 1996). *Ombres portées. Leur représentation dans l'art occidental*. Paris: Gallimard.
- **Laguna Platero, Antonio** (2010). *Humor y sátira en la historia de la comunicación valenciana: el caso de La Traca*, en E. Bordería Ortiz, F.A. Martínez Gallego, J.LI. Gómez Mompant (dirs.), *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (pp. 71-87). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- **Le Men, Ségolène** (1983). "Ma muse. Ta muse s'amuse..." Philipon et l'Association mensuelle, en *Presse et Caricature, Cahiers de l'Institut d'Histoire de la presse et de l'opinion*, n°7 (pp.62-102). Tours: Université François Rabelais.
- (2010). *Le Roi-Poire et le charivari-monstre*, en S.Harent y M. Guéron (dirs.) *Rire avec les monstres. Caricature, étrangeté et fantasmagorie* (pp. 99-108). Nancy: Librairie des Musées, Association Emmanuel Héré.
- **Moncond'huy, Dominique** (2015), *Petite histoire de la caricature de presse en 40 images*. Paris: Éditions Gallimard, collection Folio Plus Classiques.
- **Neira de Mosquera, Antonio** ([1845], 1984), *Las ferias de Madrid*. Madrid: Ediciones Almarabu, Edición facsímil de la publicada en Madrid en 1845.

- Ortega, Marie-Linda (1994). Les lieux communs bécquériens: baromètres de la langue. *Paremia*, n°2, p.135-138.
- (1991). Un article oublié de G.A. Bécquer: un aspect complémentaire de la contribution bécquérienne à l'Histoire de l'Art entre 1850 et 1870. *Les Langues néo-latines*, n°277, pp.5-22.
- (1998). Ortego, dessine-moi les Espagnols. *Images et hispanité, Les Cahiers du GRIMH*, 1, pp. 327-346. Lyon: Université Lumière-Lyon 2.
- (1998). Donde se dan noticias desde París de Urrabieta, Sem y Ortego, en J. Maurice y M-C. Zimmermann (comps.), *París en el mundo ibérico e iberoamericano* (pp. 207-220). Nanterre: Publidix Université Paris X-Nanterre.
- (en prensa). Caricature et dépendance dans la presse satirique illustrée madrilène des années 1860, en E. Stead & H. Védrine (eds.), *L'Europe des revues II (1860-1930): réseaux et circulations des modèles*. Paris: PUPS (Presses de l'Université Paris-Sorbonne).
- Ortego, Francisco (1869), *Menestra. Álbums por Ortego*. Madrid, Litografía de N. González.
- Stoichita, Victor I. (2000), *Brève histoire de l'ombre*. Genève: Librairie Droz.

S E L E C T A



Eduardo Sojo, el Quijote de la caricatura¹

Eduardo Sojo, the Quixote of caricature

Antonio Laguna Platero (Universidad de Castilla la Mancha)
[antonio.laguna@uclm.es]

Francesc A. Martínez Gallego (Universidad de Valencia)
[francesc.martinez@uv.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 111 - 134



Resumen

Eduardo Sojo Sanz, más conocido como “Demócrito” por firmar así sus creaciones, fue uno de los principales protagonistas de la prensa satírica española de fines del siglo XIX y padre de la caricatura política argentina. Comprometido con el republicanismo del 73 y perseguido por el régimen del 76, participó como dibujante y/o editor en más de 40 publicaciones, destacando sobre todas ellas *Don Quijote*, el semanario que publicaría en tres países distintos. Por cómo concebía el ejercicio del periodismo, por cómo efectuaba la crítica social y política a través de sus dibujos y por cómo identificó a su semanario más popular, Sojo merece el calificativo de “El Quijote de la caricatura”.

Abstract

Eduardo Sojo Sanz, better known by his pen name “Democritus”, was one of the main protagonists of the Spanish satirical press in the late 19th century and the father of Argentinean political cartoons. Committed to the republicanism of ‘73 and persecuted by the regime of ‘76, he participated as a cartoonist and/or editor in over 40 publications, the most important being Don Quijote, a weekly published in three different countries. Due to his conception of the practice of journalism, and how he accomplished social and political criticism through his cartoons and identified his most popular weekly, Sojo deserves the title of “the Don Quixote of caricature”.

1 El presente trabajo forma parte del Proyecto de I+D+i, del MEC, Código: CSO2011-27678, titulado “El humor frente al poder: la monarquía, el ejército y la iglesia a través de la comunicación satírica en la España contemporánea (1930-1936 y 1975-1982)”.

Recibido: 24/02/2015

Aceptado: 11/05/2015

Palabras clave

Prensa, caricatura, republicanismo, censura.

Keywords

Newspaper, cartoon, republicanism, censorship.

Sumario

1. Sojo, protagonista de la caricatura política
2. El compromiso como razón de ser, el dibujo como modo de vida
3. Don Quijote cabalga de nuevo
4. Conclusiones de un éxito: el estilo de Sojo
5. Bibliografía

Summary

1. *Sojo, the star of political caricature*
2. *Compromise as a raison d'être, drawing as a way of life*
3. *Don Quijote rides again*
4. *Conclusions of a success: Sojo's style*
5. *References*

1. Sojo, protagonista de la caricatura política

El 4 de noviembre de 1919 Manuel Bueno abrió la primera columna del *Heraldo de Madrid* con un artículo sobre “El humorismo y la caricatura” en el que, tras reflexionar sobre el estado de la caricatura social y política poniendo como ejemplos a los dibujantes Silenio y Bagaría, recordaba la importancia que para la sátira política habían tenido en el siglo anterior las aportaciones de Ortego y Sojo. Sobre todo este último, de quien reconocía que había sido heredero del espíritu de El Quijote a través de sus publicaciones.

A pesar de utilizar el seudónimo de “Demócrito”, Sojo será un Quijote en la vida y en la prensa, un luchador por la justicia con el lápiz y con la mano. Un lápiz que como lo tildaba *El Progreso* en 1886, “tenía y tiene opiniones políticas y radicalmente revolucionarias”. De igual manera que ridiculizaba al poderoso, desafiaba a los jueces y fiscales o encajaba la denuncia, era capaz de defender al oprimido. Y en más de una ocasión lo hizo de forma activa, como en 1894 en que, siendo ya un acreditado hombre de la prensa madrileña, fue detenido por mediar cuando un guardia de seguridad golpeaba a un individuo².

Republicano, dibujante y hombre emprendedor, Sojo será el máximo exponente de la caricatura política en la España del último tercio del siglo XIX. Situado cronológicamente entre la etapa inicial de la prensa satírica que representa Ortego y *Gil Blas* (1864) y la “metáfora-collage de connotaciones morales” desarrollada en el primer tercio del siglo XX por Bagaría, su producción se desarrollará entre 1873 y primeros años del nuevo siglo en más de cuarenta publicaciones periódicas³. De hecho, su obra va más allá de la caricatura periodística. Fue un divulgador, un intérprete de clásicos de la pintura y un ilustrador de láminas con notable éxito.

Y de nuevo, no tanto por la calidad de su técnica, cuanto por su capacidad de conectar con los ideales de las personas, su nombre fue protagonista de

² *La Correspondencia de España*, 11/11/1894

³ “Largo espacio llenaríamos si trasladáramos los títulos de los periódicos satíricos, políticos, literarios, de toros, etc., etc., en que el lápiz de Sojo ha colaborado, pasan de cuarenta. *El Buñuelo*, *El Motín*, *La Broma*, *Rigoletto*, *El Gil Blas* (segunda época), *El Tío Jindama*, *El Tendido*, *Madrid Cómico*, *Día de Moda*, y en tantos otros como han visto la luz pública en estos últimos años, se ha podido loar la firma de Demócrito al pie de un gran número de intencionadísimas caricaturas y dibujos”, *El Globo*, 1883/07/28

diversos acontecimientos. Fue requerido por Galdós para ilustrar su episodio *Cádiz*; por Fernández y González para su obra *París subterráneo*; y por la colonia española de Buenos Aires para ilustrar el Álbum de homenaje a Peral. Sus láminas conmemorativas de la proclamación de la I República, no solo consolidaron la simbología de la República, sino que permitieron a muchos republicanos españoles construir su propio “altar republicano” doméstico⁴ (Figura 1).

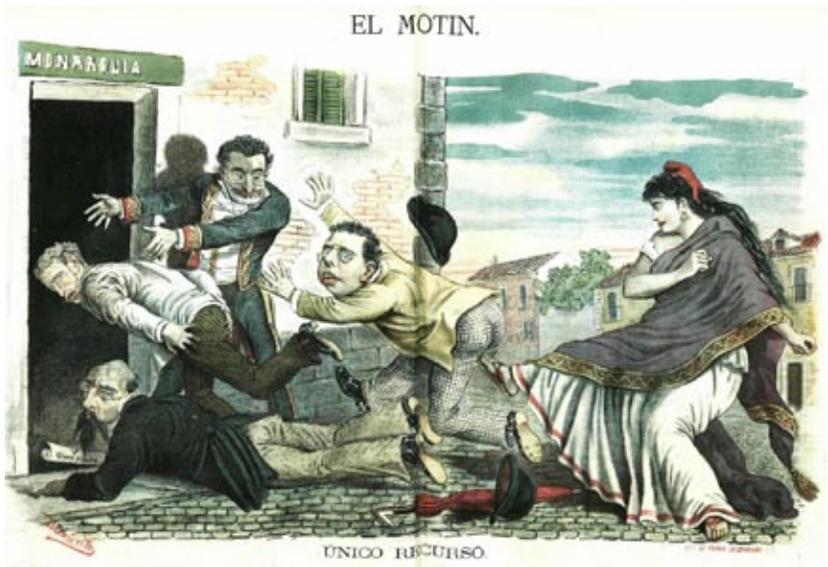


FIGURA 1

Imagen de la República, por Eduardo Sojo. *El Motín*, 20/11/1881.

Nacido en Madrid en 1849 y muerto en la misma ciudad cuando aún no había cumplido los 60, consiguió el éxito por la publicación del semanario satírico *El Quijote* en tres países distintos: Argentina a partir de 1884; Uruguay, a partir de 1887 y hasta el año siguiente; y en España, desde el 9 de enero de 1892 hasta 1902. A lo largo de casi dos décadas, simultaneando producción y

4 El diputado republicano por Valencia, Rodrigo Soriano, en una intervención en el Congreso, denunciaba la detención de un hombre y su mujer por tener pegadas en las paredes de su casa las láminas de Sojo. Vid., “Adiós Torquemada”, en *Don Quijote*, 07/02/1902.

ediciones en realidades políticas tan distantes, Sojo y su *Don Quijote* definieron una nueva forma de entender la caricatura política, convirtiéndose en un potente medio de comunicación y propaganda con tiradas muy por encima de la media de la prensa diaria del momento, provocando entre otros efectos una nueva forma de ver el poder tan diametralmente distinta a los estereotipos oficiales que transmitían los cauces tradicionales de la propaganda política.

2. El compromiso como razón de ser, el dibujo como modo de vida

El Sexenio Revolucionario (1868-1874) no sólo fue un intento de democratizar el Estado surgido de la Revolución burguesa antifeudal (1834-43), sino que constituyó un enorme campo experimental para la propaganda política. La intensa pugna política que se libró, los márgenes de libertad en que se desarrolló, la elevada participación social que se generó, junto con la talla intelectual y política de sus principales protagonistas, serían razones principales para entender la proliferación de medios, soportes, formatos y hasta himnos que se produjo en aquellos intensos años donde se vivió la caída de una monarquía, la implantación de otra con dimisión incluida de su protagonista, el asesinato de un presidente, la proclamación de una república, el intento de proclamación de otra, dos constituciones, dos guerras domésticas y otras dos coloniales... Todo lo experimentado en estos seis años determinó el curso posterior de la Historia de España. También de los republicanos como Sojo, que harían de la reivindicación de una nueva República, idealizada e imaginada como una Icaria redentora, su principal razón de ser.

Joven, republicano y federal, Sojo se vio envuelto en las principales acciones promovidas para la implantación de la República, al tiempo que experimenta su bautismo periodístico con la puesta en marcha, a partir del 3 de abril de 1870, de su primer semanario satírico, *El Caos*. Desde un posicionamiento republicano federal, sus cuatro páginas alternaban texto y dibujo para hacer crítica política, lo que explicaría que su vida fuese de apenas unos meses (Hartzenbusch, 1894, p. 290).

Pocos meses después de este primer fracaso, mientras España se apresta en la búsqueda de un rey que provocará varias guerras, Sojo lo vuelve

a intentar. En concreto, el 21 de noviembre de 1870, la prensa madrileña se hace eco de la orden del gobernador de retirar de las esquinas de la ciudad un cartel con una caricatura anunciando la salida de un nuevo periódico satírico, bajo el nombre de *El Noventa y Tres*. El promotor y director del nuevo periódico es el joven Eduardo Sojo, que compagina la actividad política en el Partido Republicano con la de publicista, y que concibe la acción periodística como ejercicio decidido y valiente de denuncia.

Esta forma de entender la comunicación periodística será la cruz que lo acompañe toda su vida, pero también la cara más destacada de una forma de entender el periodismo sin miedos ni dudas. Y como ejemplo el hecho de que el primer número de *El Noventa y Tres*, nada más salir el día 22, sea denunciado por el fiscal y su director conducido preso a la cárcel del Saladero (De la Fuente, 1871, p. 384) por no haber abonado la preceptiva fianza para la puesta en marcha del periódico⁵. *El Noventa y Tres*, título inspirado en la fase más radical de la Revolución Francesa, amén de coincidir posteriormente con el título que Víctor Hugo pondrá a una de sus novelas históricas, consagrará públicamente al joven dibujante y políticamente al republicano federal, dos etiquetas que acompañarán toda la trayectoria vital de Sojo.

Allí descubrimos el estilo sencillo y directo de caricaturizar al personaje, con línea gruesa, defecto notorio y leyenda de refuerzo. También los riesgos de la crítica cuando se hace a base de ridiculizar al poderoso, pues en los breves meses en los que estuvo al frente de este semanario fue denunciado sucesivamente por Idelfonso Pérez de Guzmán, marqués de Santa Marta, y por Mariano Fresneda, ambos por considerarse injuriados en la representación gráfica que les dispensó Sojo⁶. Pero también aparece el otro efecto indirecto de la represión, la promoción. Sojo será más popular por lo que no dice, esto es, por la represión que le impide publicar que por la realización y venta del periódico. Se trata de un efecto comunicativo incontrolado que ha superado siempre los mecanismos represores de quien ha intentado controlar los flujos informativos, despertando siempre entre los públicos el interés por lo prohibido. La historia del periodismo está repleta

⁵ *La Iberia*, 21/12/1870

⁶ *La Correspondencia de España*, 11/06/1873

de ejemplos que confirman cómo la represión de emisores, la censura de mensajes o el secuestro de medios, más allá del efecto pernicioso y lesivo para quien lo padece en primera instancia, situándolo en la marginalidad, ha tenido siempre una dimensión emotiva, morbosa y hasta curiosa que ha multiplicado expectativas y despertado interrogantes.

En sus caricaturas previas a 1873, la firma habitual es la de su primer apellido, tal y como se puede comprobar en el *Almanaque de El Combate para 1872*, donde comparte dibujos y artículos con el gran Ortego o con Paul y Angulo. También en *El Mundo Cómic*, semanario humorístico que empezó a publicarse el 3 de noviembre de 1872 bajo la batuta gráfica de José Luis Pellicer Ferré (1842-1901), o en el ya citado *Noventa y Tres*. Será en el año de vida de la I República española cuando descubrimos la adopción de su nuevo apelativo que le identificará el resto de su vida, el seudónimo de “Demócrito”, muy posiblemente por alguna afinidad con el filósofo griego⁷.

Proclamada la República Española fue uno de los firmantes del manifiesto del 2 de mayo de 1873 en el que se emplazaba a los republicanos madrileños a proclamar, en la Explanada de las Caballerizas, la República Federal. En julio de 1873, tras la querrela interpuesta por el marqués de Santa Marta, Sojo sufría una brutal paliza de un grupo “de forajidos con aspecto decente”⁸. Antes de finalizar el mes de septiembre y tras haber ayudado a los federales de Barcelona y Valencia, recalca en Cartagena donde será un activo protagonista del levantamiento cantonal⁹. Allí realizará una revista satírica, *El Pirata*, de la que tan solo salió un número. Fracasado el cantón, consigue salvarse de la represión gracias “a los buenos oficios del cónsul inglés, que le facilitó pasaje a bordo del aviso de la escuadra de guerra británica fondeado en el puerto”, trasladándose con nombre falso a la ciudad de Málaga, donde

7 “El filósofo presocrático risueño, extravagante y longevo”, Román, Claudia (2011): “*Don Quijote* (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo”, en XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. San Fernando del Valle de Catamarca. En <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/r/romanc.php> (consultado el 14/02/2014).

8 *La Iberia*, 11/07/1873

9 “...llegó a Cartagena a finales de Septiembre de 1873, ya que el número 51 de *El Cantón Murciano*, anuncia que hace tres días que tenemos el gusto de contar entre nosotros al querido amigo y periodista Eduardo Sojo, que se prepara a continuar aquí sus valientes campañas satíricas contra los enemigos del pueblo” (Alcaraz Quiñero, 1993).

vivió los primeros tiempos de la Restauración y aprendió las artes de la litografía en cromo¹⁰.

Autodidacta confeso, no dejó de reconocer lo mucho que había aprendido de maestros como Francisco Javier Ortego (1833-1881), con quien compartió mesa de redacción en publicaciones como *Gil Blas*. Sin embargo, el gran salto técnico lo dará a raíz de su exilio en Málaga, donde tuvo que ganarse la vida como dibujante en casa del “Sr. Mitjana, y en ella aprendió de unos alemanes el dibujo cromo-litográfico, hasta que con su nombre pudo regresar de nuevo á Madrid”¹¹. Esta será su gran ventaja técnica a la hora de competir y su gran aportación al mundo del dibujo en prensa: introducir la caricatura al cromo que, como apunta el reportaje que le dedicó el diario *El Globo* de 28 de julio de 1883, permitió proporcionar trabajo a gran número de operarios “porque desde entonces, rara es la publicación de este género que no haya adoptado el cromo para sus ilustraciones”¹².

Tras la Restauración monárquica, Sojo despliega sus habilidades como dibujante en diversas publicaciones. En primer lugar, en *Madrid Cómico*, semanario festivo creado en 1880 por Miguel Casañ y vendido después a Sinesio Delgado, que lo convertirá en una “institución de la vida madrileña” (Versteeg, 2011, p. 45). Aquí Sojo ya es “Demócrito” y no dejará de serlo en todo lo que dibuje en lo sucesivo. Lo será en *El Motín* de José Nackens, aparecido en abril de 1881, donde abandona el disimulo costumbrista aplicado en sus dibujos de *Madrid Cómico* para volver a convertirse en el ácido detractor de los defectos del poder. Surge aquí el Sojo anticlerical, intérprete de un sentimiento que se generaliza en la misma medida que la Iglesia abandera la reacción a toda manifestación liberal. El mundo clerical, al igual que el ministerial monárquico, será una de las temáticas sobresalientes de toda la producción gráfica de

¹⁰ *Escenas contemporáneas*. 1883, núm.3, página 57.

¹¹ *El Globo*, 1883/07/28

¹² Un destacado ejemplo de gran diario que se apunta a la técnica del cromo es *El Imparcial*, que informaba de haber encargado a la casa “Marinoni la construcción de una máquina rotativa cromotípica, con la que publicaremos el número de cada lunes. Esta máquina imprime en seis colores y da un resultado de estampación admirable (...) A esta perfección del grabado en colores, uniremos el atractivo de la actualidad. El suceso que ha interesado al público, la escena dramática de sensación aparecerán en las hojas ilustradas a las cuarenta y ocho horas de ocurridos, viniendo a constituir esta ilustración semanal una crónica artística de la vida pública” (16/12/1892).

Sojo. Curiosamente, no será así con la monarquía, inexistente en su repertorio muy posiblemente por tocarle un rey muy joven, Alfonso XII, y, tras su etapa americana, una regencia de transición.

Sus láminas se hacen a doble página y en ocasiones a color, apareciendo como el mejor atractivo para la adquisición del semanario. En este escaparate destacado, los dibujos anticlericales de Sojo van más allá del “cura trabucaire y carlistón” de las primeras etapas de *Gil Blas*, o del cura que hace lo contrario de lo que predica que refleja *La Campana de Gracia*. Su predilección son los vicios ocultos de los eclesiásticos. Las complicidades con el poder y muy especialmente sus desvíos morales cobrarán forma en curas gordos de miradas obscenas, en obispos persiguiendo niños o en una Iglesia crucificando a Jesús. De hecho, una parte de las sanciones que padecerá vendrá motivada por la irreverencia de este tipo de caricaturas, consideradas transgresoras de la moralidad por los ejecutores de la ley. Sin embargo, tal y como venimos planteando, la contrapartida será el incremento del interés. La impronta de Sojo en *El Motín* será de tal calado que años después, a pesar de estar viviendo ya en Argentina, todavía colaboraría en ediciones especiales como los almanaques¹³.

Las colaboraciones, en estos comienzos de los ochenta, las simultánea en diversos semanarios. Además de *El Motín*, también participa en *El Buñuelo*, otro semanario satírico creado el 4 de abril de 1880 con un posicionamiento fuertemente republicano y anticlerical. Y como había sucedido con las anteriores publicaciones, el atractivo mayor de la publicación será el dibujo a doble página que lleva su firma¹⁴.

Su reputación se acrecienta y es demandado por nuevas publicaciones, al tiempo que prueba suerte con el teatro, tratando de poner en texto –en este

13 En concreto, el preparado para el año 1888 contará con 32 grabados de... “Demócrito (Eduardo Sojo), primer caricaturista que tuvo *El motín*, quien ha querido darnos una nueva prueba de amistad enviándonoslos desde Buenos Aires, donde reside hace años”. *El Motín*, 18/08/1887.

14 De hecho, desde el mismo número 3º en que empieza a colaborar, el periódico lo destaca indicándonos ya la popularidad del dibujante. En concreto anuncia: “Un distinguido artista que oculta su nombre bajo el pseudónimo de DEMÓCRITO, se ha encargado de ilustrar *El Buñuelo* con caricaturas y cromos de la importancia de los que en este número damos á luz; de manera que nuestra publicación es la más política, la más ilustrada, la más barata y la más conservadora de cuantas de este género han visto y ven la luz en nuestra patria y en las posesiones más ó menos interinas”. *El Buñuelo*, 15/04/1880.

caso, en verso- lo que tan brillantemente hacía en dibujo. Su primera obra, *Política y diplomacia*, la estrenó en el teatro Apolo en enero de 1880 y fue considerada por la crítica como prometedora. La siguiente fue un drama en tres actos, escrita en verso bajo el título de *¡Dios! ¡Justicia! y ¡Germania!*, estrenada en el teatro Novedades de Madrid dos meses después de la anterior. La obra, que intentaba conectar el pasado con el presente para ejercer la crítica social, tuvo una acogida desigual y unas críticas lo suficientemente duras como para hacerle desistir de su empeño por un tiempo¹⁵.

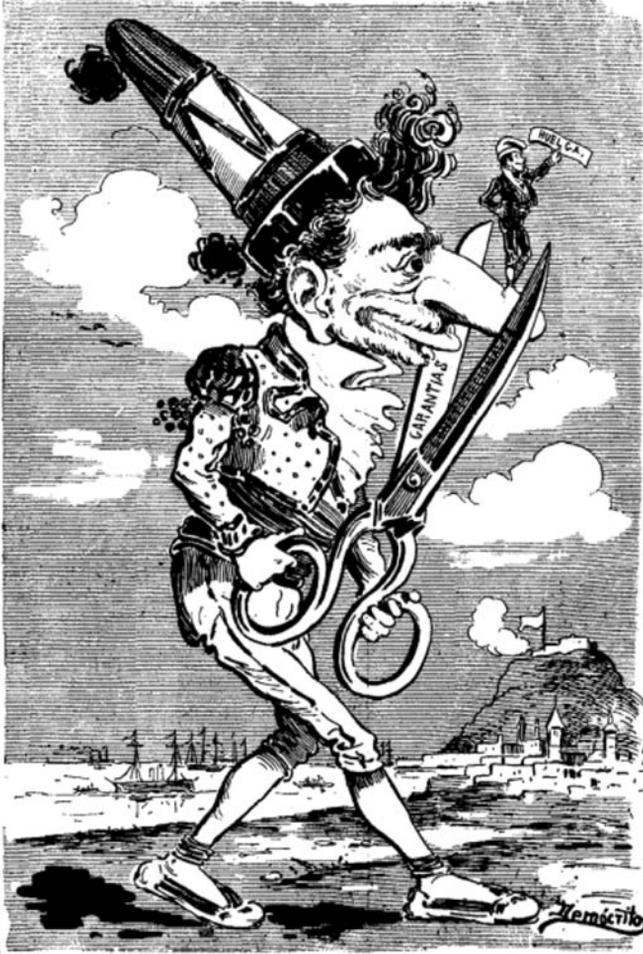
El semanario republicano y anticlerical, reaparecido en enero de 1882 tras un largo paréntesis de silencio y con la cabecera histórica de *Gil Blas*, será otra de las paradas profesionales de Sojo. Allí se encargará, durante los primeros seis meses de realizar la ilustración principal que editará el semanario. Sus dibujos serán en blanco y negro, ocupando una página y, en ocasiones dos, centrándose especialmente en retratar al presidente del gobierno, que más que por su nombre, Sagasta, será conocido por el acento que el dibujo pone en su pelo, “el del tupé” (Figura 2).

Es su estilo y también su marca, que se mantiene allí donde dibuje. El ejemplo nos lo ofrece *La Broma*, semanario madrileño creado por Eloy Perillán Buxó desde el 29 de septiembre de 1881 hasta el 10 de agosto de 1885 con la república por bandera y las láminas de Sojo y Eduardo Sáens “Mecachis” como reclamo fundamental. Entre otras destacadas, una de las más célebres será la titulada *De Herodes a Pilatos*, donde aparecía Jesucristo (el pueblo español) condenado por Herodes (Cánovas), mientras Pilatos (Sagasta) se lavaba las manos (Figura 3). A Sagasta, a la sazón jefe del gobierno, lo seguía representando como “el hombre del tupé”.

La contrapartida de este atrevimiento es la represión. El 15 de marzo de 1882, el gobernador secuestra la edición de *La Broma* por una caricatura que considera ofensiva al dogma católico. Dos semanas después, otra caricatura de Sojo, en este caso en *Gil Blas*, es prohibida por “injuriosa” con el Gobierno. Lo mismo sucederá con la publicada en la primera semana de abril. *Gil Blas* retira la caricatura y en su lugar aparece un recuadro con el artículo 13 de la

15 “Nuestro amigo D. Eduardo Sojo, autor del drama *¡Dios!, ¡Justicia! y ¡Germania!*, estrenado anoche en el teatro de Novedades, nos manifiesta que, teniendo en cuenta la opinión de la prensa, retira la obra, y aprovechará los consejos que se le han dado”. *Iberia*, 17/03/1880.

EL GRANO EN LA NARIZ, POR DEMÓCRITO



Dicen los mélico: ¿que n necesito é cortarme las narices: ¿significará eso que se me caerán ellas solas?

No sé, pero me huele muy mal todo esto. (*Monólogo fusionista.*)

FIGURA 2

Sagasta, por Eduardo Sojo, Demócrito. *Gil Blas*, 16/04/1882.

[E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación 12 (2015) [pp.111-134]



FIGURA 3

Caricatura de Eduardo Sojo en *La Broma*, Prospecto para 1882.

Constitución. Las denuncias sobre *Gil Blas* se fueron sucediendo hasta que el 1 de junio, condenado a una suspensión de 4 meses, puso fin a su vida editorial. Sojo pasa a trabajar en exclusiva en *La Broma*, el semanario que a pesar de las denuncias –o por mor de ellas¹⁶, se ha convertido en el más demandado del momento. Hasta el punto que, en octubre de 1882, *La Correspondencia de España* firmará un contrato en virtud del cual sus abonados pasarían a recibir a partir del 1 de enero de 1883 ambas publicaciones por la misma cantidad que pagaban por el diario¹⁷.

¹⁶ “Esta tarde se ha constituido el juzgado del distrito de Palacio en la redacción y administración de nuestro satírico colega la *Broma*, cuyo último número del jueves, ha sido llevado a los tribunales por los versos titulados Catilinaria. Al verificarse el examen de la oficina, se vio que la edición de aquel número estaba totalmente agotada”. *La Correspondencia de España*, 02/04/1882.

¹⁷ “Inútil nos parece recomendar esta combinación que proporcionará, á nuestros perseverantes favorecedores, juntamente con el caudal de noticias que llena nuestras columnas, lectura amena de crítica política y social; una espléndida colección de intencionadas caricaturas, hechas por «Demócrito» y otros dibujantes de mérito

Gracias a los resultados económicos obtenidos con sus colaboraciones, Sojo decide asumir el riesgo de poner en marcha de nuevo un periódico propio. El 5 de febrero de 1883 creaba *Las Noticias Ilustradas*, un semanario gráfico que aspiraba a conquistar el favor del público gracias a su precio de venta, 10 céntimos, y a su planteamiento de contar los sucesos en forma de dibujo¹⁸. La iniciativa fue todo un éxito, consiguiendo de salida alcanzar los 30.000 ejemplares de venta. Sin embargo, el bajo el precio de la publicación, unido a que el tono crítico de los dibujos pronto provocaron las denuncias del fiscal y las posteriores multas¹⁹, justificarían su corta vida. De hecho, Sojo quedará tan afectado económicamente de esta iniciativa que en el mes de julio, y gracias a la ayuda del marqués de Campo, que le pagó el billete, pondrá rumbo a Argentina.

Desde la proclamación de la ley Gullón en julio de 1883, las posibilidades legales de poner en marcha una nueva publicación pasan tan sólo por ponerlo en conocimiento del Gobierno Civil. Las cabeceras por tanto se suceden, llegando en algunos casos a consolidarse durante largos períodos. Sin embargo, la apertura de la nueva norma no aminoró las actuaciones de los fiscales, que no dudaban en denunciar todo aquello que consideraban injurioso con el poder. Y en este apartado, la prensa satírica y, en especial sus caricaturas, pasaron a ser protagonistas de los juzgados. El 14 de julio de 1883, *La Correspondencia de España* hacía público el fallo por el que se condenaba a la pena de 6 años de prisión, más de tres de destierro a 200 kilómetros de Madrid y 6.750 ptas. de multa accesoria al director de *La Broma*, Eloy Perillán y Buxó, tras las denuncias que interpusieron los duques de la Torre y el conde de San Antonio. De aquí la “huida” de Sojo a Argentina, buscando

reconocido, y los frecuentes regalos de novelitas de actualidad, cromos monumentales, almanaque ilustrado y cuantos regalos hace LA BROMA á sus numerosos lectores”. *La Correspondencia de España*, 31/10/1882.

- 18** “*Las Noticias Ilustradas* es un adelanto. Es una revista semanal ilustrada al cromo, que se vende á 10 céntimos, y su actualidad es tanta, que ya publica en el último número cromos que representan: Extraordinario suceso ocurrido á D. José Salamanca, siendo juez de Monóvar.—Caida del capitán Mayet —Mayet en la casa de socorro.—Suceso de la calle de Embajadores.—Alegoría del Carnaval.—Ejecución en Zaragoza del reo Manuel Tormos.—Atentado contra el canónigo de Palencia.—Don José RubauDonadeu, representante de doña Mercedes Martínez de Campos.—Don Luis Carreras, autor de un célebre folleto.— El suceso de Sainte Opportune.—Imprudencia temeraria”. *El Liberal*, 05/02/1883.
- 19** “Anteanoche se vendía por las calles de Madrid un suplemento á *Las Noticias Ilustradas*, con el retrato y algunas noticias biográficas del conde de San Antonio. Este suplemento, á lo que parece, ha sido sometido á la acción de la jurisdicción ordinaria”. *La Unión*, 24/02/1883.

un país que no limitase su creatividad al tiempo que le permitiese ganarse la vida. La reflexión aparecida en *La Broma* tras la sentencia certifica la dificultad del oficio de Sojo:

Si no se permite ya caricaturar, o caricaturizar, al hombre del tupé, ¿a dónde van a ir a tomar inspiración nuestros caricaturistas?; ¿en dónde van a encontrar un personaje más caricaturizable?; ¿qué va a ser del arte de la caricaturización? Porque vamos claros: desde el momento en que quede prohibido el caricaturizamiento de aquella grotesca cariatide que la Naturaleza creó ex profeso para ser caricaturizada, se acabaron de una vez en España las caricaturas, y tendremos que dar los periódicos sin monos, y sin monos nadie los comprará, y si nadie los compra vamos a pasar una vida divertida los que vivimos de esa industria” (Gomez Aparicio, 1974, p. 628).

3. Don Quijote cabalga de nuevo

El 16 de agosto de 1884 funda en Buenos Aires *Don Quijote*, su publicación más notoria y con más calado que llegará a sentar las bases de lo que iba a ser la caricatura política en Argentina, con sus mixturas zoológicas, “sus bestiales simbolismos” y sus descarnadas críticas al poder²⁰. De frecuencia semanal -salía todos los sábados-, su contenido se caracterizaba por compaginar opinión escrita con valoración gráfica de la situación política. De las cuatro páginas que lo conformaban, las páginas centrales estaban destinadas a la caricatura política, que solía estar acompañada por un breve texto que funcionaba como un epígrafe. No contaba con un diseño gráfico que sobresaliera, por el contrario, tanto en relación al tamaño (35 x 47 cm), como al uso exclusivo de la tinta negra, su presentación era similar al resto de los medios gráficos.

Su personalidad era la cabecera, donde aparecían los datos identificativos básicos, pero también los editoriales. Aparecía el nombre y las

²⁰ *La Esfera*, 31/05/1937.

figuras de Don Quijote y Sancho como aparentes protagonistas de la publicación, al tiempo que reivindicaba su absoluta independencia de los poderes. En este sentido debe comprenderse el lema que acompañaba el título: “este periódico se compra pero no se vende”. Y para reforzar su posicionamiento soberano y su deseo de supeditar su existencia a la voluntad popular y no al arbitrio de ningún dirigente o gobernante, solía incluir este verso: “Vengan cien mil suscripciones y fuera las subvenciones”. Un posicionamiento que todavía cobraba más credibilidad por la figura del Quijote que sirve de teórico referente al trabajo editorial. No tenía más hipoteca que la provocada por el número de compradores que pudiese conseguir y que no fueron pocos, pues en 1888 rodaban los 15.000, casi tantos como la que tenían los grandes diarios de la capital bonaerense. Ni subvenciones, ni ayudas indirectas, ni siquiera publicidad -que apareció solo en los primeros tiempos de vida del semanario²¹- pudieron cuestionar la imagen de independencia en los juicios del periódico, que al final resumía con el lema: “independencia y tente tieso” (Figura 4).



FIGURA 4

Cabecera del semanario *Don Quijote*, obra de Eduardo Sojo.

En esta intensa tarea Eduardo Sojo no estuvo solo. Contó con colaboradores como Manuel García, de quien llegó a afirmar que: “escribe el *Don Quijote* casi desde su fundación, lo cual prueba su inagotable chispa y

²¹ En concreto, incluyó anuncios por palabras en su cuarta plana hasta el número de 19 de octubre de 1884. A partir de ahí, los únicos reclamos que insertará serán, casi siempre, de autopromoción de sus propias publicaciones.

que vale por treinta Garcías juntos y me quedo corto”²². A partir de 1887, se incorporó José María Cao quien debido a las coincidencias con Sojo firmaba sus caricaturas con el nombre de “Demócrito II”. También participaron Eduardo Mayol (“Heráclito”), quien en 1898 pasó a trabajar en *Caras y Caretas*. Pero no hay duda, Sojo es considerado el padre artístico de todos ellos y, por extensión, de la caricatura política argentina, marcando una etapa nueva.

Su aportación estriba en la radicalidad de su mensaje, en el atrevimiento de sus dibujos, muy por encima del primer gran periódico satírico argentino, *El Mosquito* (1863-1893), dirigido y realizado por Henri Stein desde unas supuestas premisas de objetividad (Matallana, 1999, p. 45), y a gran distancia del humor correcto y amable de *Caras y Caretas* (1898-1939). De hecho, los numerosos estudios que han provocado estas tres cabeceras coinciden en atribuir al padre de *Don Quijote* el valor de haber aportado la caricatura más comprometida, más política, más subversiva y, por lo mismo, más influyente de la historia de la prensa argentina (Rogers, 2003; Roman, 2011; Columba, 2007).

El éxito de *Don Quijote* fue inmediato por la sorpresa que generó entre los bonaerenses el calado de la crítica que comportaban sus imágenes y por la constancia de su director. De hecho, cuando en abril de 1886 fue detenido por considerar irreverente e inmoral su caricatura sobre la procesión de las palmas, *Don Quijote* mantuvo su tono crítico todas las semanas que Sojo permaneció en prisión. Es más, Sojo hará las caricaturas desde la prisión, eso sí, añadiendo la leyenda de que es “Palmerín” (el Intendente) el que autorizaba su edición. El anticlericalismo constituye una de las señas de identidad de *Don Quijote*, representado como un Jesucristo que es crucificado por los mismos que visten sotana.

La popularidad del semanario y de su director fue creciendo en la misma medida que las autoridades actuaban contra ellos. Así, el periódico multiplica su venta cuando en septiembre de 1887 Sojo vuelve a ser detenido por orden de un Congreso de Diputados cuya mayoría se siente ridiculizada en las caricaturas. Los diputados conservadores, tras la publicación de la caricatura en la que aparecen en forma de carneros mientras el presidente Juárez Celman, el Vicepresidente Pellegrini y el Ministro del Interior Eduardo Wilde estrujan a la república para sacarle hasta el último peso, adoptaban una decisión sin precedentes que invadía el terreno del poder judicial (Figura 5).

²² *Don Quijote* 28/05/1893.

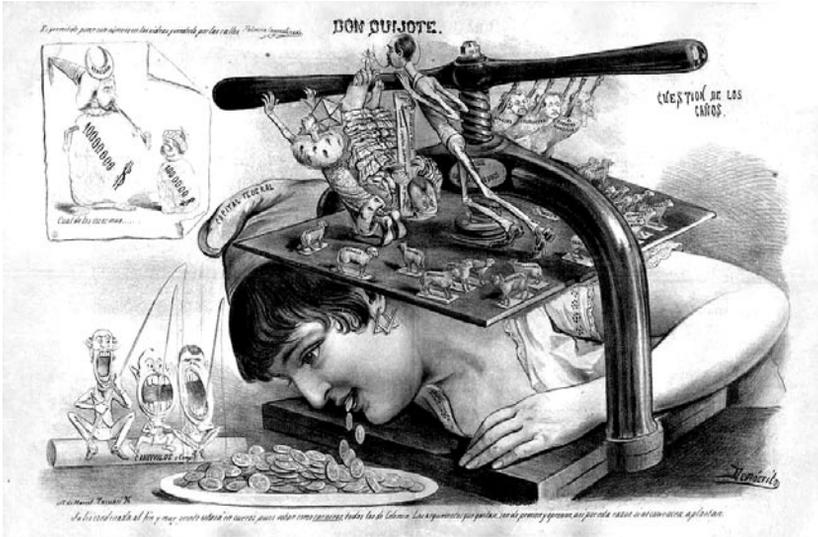


FIGURA 5

Caricatura de Sojo que le costará la cárcel. *Don Quijote*, 04/09/1887.

Una decisión que se convierte en escándalo general y Sojo en mártir popular. Toda la prensa argentina y buena parte de la extranjera, incluida la española, se hicieron eco de este atropello. Sobre todo, porque demostraba de forma nítida la intolerancia de todo un Parlamento contra un solo periodista, al que detenían, juzgaban y condenaban sin tener en cuenta la existencia del poder judicial²³. El escándalo no hizo sino crecer. Sojo exigió su puesta

23 “Reacción de la Cámara de Diputados. Es inconcebible lo que acaba de hacer el Congreso de diputados argentinos. Publicase en Buenos Aires un periódico satírico titulado *Don Quijote*, con caricaturas debidas a un dibujante español apellidado Sojo. En el número del 4 de septiembre último apareció una caricatura que representaba la mayoría de la Cámara. La república está metida en la prensa haciendo contorsiones de dolor, y la prensa esta movida a topetadas por el presidente de la república, el vicepresidente, los ministros y los diputados, todos en forma de carneros, y los principales con mucho parecido en la cara. Al día siguiente, uno de los diputados ‘carneriformes’ tomó la palabra en la Cámara hecho una furia, y se desató en denuestos contra el dibujante, arremetió a topetadas contra los españoles hablando ‘de los godos que ahorcamos para adquirir nuestra independencia’ y propuso a la Cámara que acordase seis meses de prisión para el dibujante. La Cámara, como si la República Argentina no existiera el poder judicial tomó este acuerdo, que se ejecutó inmediatamente. Parece que el señor Sojo había huido de España por no haber aquí bastante libertad y creer que la encontraría en un país tan libre y tan republicano como el argentino”. *La Crónica*, 10/10/1887.

inmediata en libertad interponiendo un recurso de *habeas corpus* directamente ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Su abogado era el Dr. Mariano Varela, el mismo letrado que había patrocinado a Eliseo Acevedo en un caso similar al de Sojo, que había sido resuelto en forma favorable. Sin embargo, Sojo no obtuvo la misma suerte y permaneció en prisión algún tiempo más. Más allá del desenlace judicial y de que el “Caso Sojo” pasase a convertirse en un hito de la historia jurídica argentina, lo cierto es que el dibujante español y su semanario salieron de este lance con una popularidad multiplicada. Hasta la prensa española, especialmente la republicana, le dedicaron elogiosos artículos por su valentía.

En los inicios de 1888, Sojo ponía en marcha *Don Quijote Oriental*, la edición uruguaya del semanario con la misma filosofía que el argentino. No extraña, por tanto, que ocurriese lo mismo. Cuando aún no se cumplían el tercer mes de edición, la represión hace de nuevo acto de presencia. Por la caricatura publicada en el número 10, “el caricaturado, el gobierno y la policía se pusieron de común acuerdo para prender preventivamente al autor del dibujo”²⁴. La escena no estuvo exenta de dramatismo, pues el “caricaturado” acudió a la redacción, pistola en mano, con la intención de matar al autor²⁵. Sojo pudo escapar, “subido en un globo” de la persecución y refugiarse de nuevo en Buenos Aires.

Pero el acoso se intensifica. Su casa y la redacción son vigiladas por la policía. El ejemplar del 1 de abril, donde se describe la pasión y muerte de la república, recibe una multa de 500 pesos y la orden de recoger la edición que era de 15.000 ejemplares. El 2 de septiembre de 1888 sale por primera y única vez sin caricaturas. La razón es que el jefe de policía, Capdevilla (caricaturizado siempre como ‘cabo de vela’), ha ordenado el secuestro de la piedra litográfica.

Pero el culmen de su popularidad llegó con la llamada “Revolución

²⁴ *Don Quijote*, 28/03/1888.

²⁵ “En una de sus últimas caricaturas había representado con traje de rayas á tres políticos. Uno de ellos corrió, fuera de sí, á buscarle a la imprenta, promoviendo la siguiente escena: «El Sr. Paullier, según refiere el Sr. Sojo, tomó la cosa por suya únicamente; se armó de un revólver, y se echó *sur le pacé* en busca del enemigo común. Estuvo en la imprenta del *Quijote*, sacó el revólver, apuntó, hizo cabecear al regente, preguntó por Sojo, mascó furor, escupió fuego, y al salir y encararse con el gallego portero, le dijo furibundo:

del Parque” de 1890, caricatura que provocó la caída del presidente de la República, Juárez Celman, al que de forma reiterada desde su llegada al poder *Don Quijote* había retratado como un pollino (Figura 6). La relación que se establece entre la imagen pública que proyecta el semanario y la reacción social llevará a algunos, como el cabecilla de la rebelión, Leandro N. Alem, a afirmar que “la revolución del Parque la hicieron el pueblo y *Don Quijote*” (Gallo, 2006, p. 103).

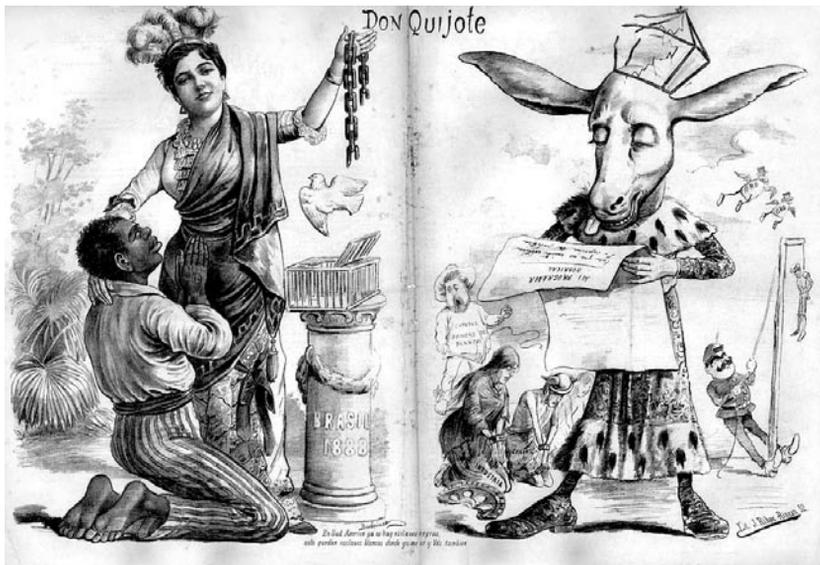


FIGURA 6

Caricatura de Eduardo Sojo con motivo de la abolición de la esclavitud en Brasil y la lectura de la noticia por el presidente de Argentina, Juárez Celman. *Don Quijote*, 20/05/1888.

- »—*Hacé* de Sojo, que le quiero matar en efígie... *hacé* te digo.
 »—¡Pero señor!—decía el gallego juntando las manos desesperadamente; — ¡pero señor, repetía, si yo no soy mi patrón, si yo no soy el Sr, Sojo!
 »—No me importa... *Hacé* de Sojo... ¡te mato!...
 «—¡Señorito, por Dios... no dispare usted, que yo no soy el Sr. Sojo... créalo usted... se lo juro por Covadonga, por la reina y por su honor!...
 »—¡Miserable!—le dijo el Sr. Paullier enfundando su revólver. Y agregó con desprecio: ¡Te perdono la vida!”. *Las Dominicales del Libre Pensamiento*, 06/05/1888.

El paralelismo con el Daumier, que caricaturiza al rey Luis Felipe desde *La Caricature*, es claro y lleva a la reflexión sobre la centralidad que ocupa esta forma de representación en el cruce entre la historia política y la historia cultural del siglo XIX (Brilli, 1985). Durante la semana de los enfrentamientos, el periódico de Sojo no salió a la calle, pero una vez finalizado los combates, renovó su circulación alcanzando una cifra récord de 60.000 ejemplares, mientras que *La Prensa* o *La Nación*, los dos diarios de referencia, no alcanzaban entre los dos los 50.000 ejemplares (Palacio, 1993, p. 80). La caída de Celman provocó el reconocimiento del semanario de Sojo, en cuya redacción se sucedieron las muestras de júbilo²⁶.

Sojo consiguió en Argentina lo que no pudo en España, el éxito y la fortuna. Lo hizo por sus dibujos, por sus críticas, pero también por sus actitudes frente al poder. La represión no le amilanó. Incluso se creó un caso judicial que sentó jurisprudencia con su nombre, estudiado en todas las cátedras de constitucional del país hoy en día²⁷. Tampoco aceptó el chantaje o el soborno. En una de sus necrológicas, entre otros méritos, se destacaba el hecho de que Juárez Celman le había ofertado un cheque por valor de 5.000 pesos a cambio de su silencio. Sojo respondió publicando el cheque en *Don Quijote* y donando el dinero a los pobres²⁸.

Tras este acontecimiento, Sojo siguió con sus iniciativas editoriales, publicando en 1890 otro semanario satírico, en este caso “ajeno a la política”, bajo el nombre de *Rigoletto*. Y en 1899 una revista ilustrada, titulada *La Mujer*²⁹. A partir de 1903, ya en plena decadencia por la dura competencia y falta de atractivos, Sojo decidió lanzar una versión renovada de su publicación, *Don Quijote Moderno*, que se editaría hasta 1905 con el lema: “Por un ojo tres, por un diente una quijada”.

²⁶ “La redacción de *El Quijote* se ha visto invadida por una inmensa multitud que ha aclamado á Sojo y su familia con entusiasmo delirante (...) Ayer un grupo de estudiantes y pueblo, unos 1.000 manifestantes, fueron á la calle Rodríguez Pena, á la casa tanto tiempo vigilada por la policía, y con sus aclamaciones lograron que saliera el popular dibujante al balcón, obligándole á pronunciar algunas palabras de agradecimiento”. *Los Dominicales del Libre Pensamiento*, 13/09/1890.

²⁷ Corte Suprema de Justicia de la Nación (CS) de 22/09/1887. Para consultar el caso, disponible en: <http://analisiscsjn.blogspot.com.es/2012/04/unidad-03-caso-sojo-y-guia-para-su.html>

²⁸ *El Liberal*, 22/02/1908.

²⁹ Por la edición de esta revista fue catalogado de “feminista decidido”. *El País*, 22/02/1908.

4. Conclusiones de un éxito: el estilo de Sojo

El gran éxito de Sojo, más allá de cualquier lectura técnica o estética, está en su capacidad de comunicar con amplios sectores de la población. Su caricatura no es solo el reflejo grotesco del personaje, sino la interpretación crítica de su condición política y moral. De aquí que esté a mitad de camino entre el dibujo de perfiles exagerados de los primeros tiempos que busca la comicidad en lo ridículo y lo feo, y la recreación psicológica de los artistas posteriores que harían real la máxima del padre de la caricatura moderna, el francés H. Daumier, cuando afirmaba que: “La leyenda es completamente inútil. Si un dibujo no dice nada, es malo, ninguna leyenda lo mejora. Si es bueno, se le comprenderá inmediatamente” (Cassou, 1948).

Su obra es un compromiso con un ideal, es acción y respuesta, al tiempo que ofrece vías espectaculares para la propaganda política. Su capacidad de comunicación traspasa los límites del analfabetismo haciéndose universal, pues el mensaje está en el propio dibujo antes que en el pie de texto que los acompaña. La fuerza expresiva del dibujo ahorra toda explicación. Incluso la reiteración con la que retrata a los poderosos, hace innecesario subtítular el verdadero nombre del caricaturizado. Sus protagonistas predilectos son los miembros del gobierno que dirigen los destinos de las personas. Sus escenas gráficas devienen un espejo deforme de la acción de gobierno, un precedente del esperpento de Valle Inclán (Rubio Jiménez, 2006, p. 41), pero con la importante salvedad de que para una gran mayoría resultan ser el único espejo en el que ver a sus gobernantes.

A lo largo de casi dos décadas, simultaneando producción y ediciones en realidades políticas tan distantes, Sojo y *Don Quijote* definieron una nueva forma de entender la caricatura política, desarrollaron un potente medio de comunicación y propaganda con tiradas muy por encima de la media de la prensa diaria del momento y, sobre todo, construyeron en los imaginarios de sus lectores una nueva forma de ver el poder tan diametralmente distinta a los estereotipos oficiales –marcos cognitivos que diría Lakoff hoy en día- que transmitían los cauces tradicionales de propaganda política, ya oficiales, ya contrarios.

En toda la historia del periodismo hispanoamericano (Checa Godoy, 1993; Del Palacio, 2008; Timoteo & Martínez, 1992) tan solo encontramos otra experiencia similar, aunque con notables diferencias cronológicas y de

contenido. Nos referimos a *El Moro Muza*, publicado en La Habana en 1859 por el vallisoletano Juan Martínez Villergas (1817-1894), y catalogado como el gran referente de la prensa satírica cubana³⁰. Villergas en Cuba, como Sojo en Argentina, uno con la prosa ácida y los versos chispeantes, el otro con sus caricaturas de gobernantes y políticos, no solo alcanzaron el éxito editorial y el reconocimiento público, sino que también lograron desarrollar un rentable negocio periodístico que, trasladado posteriormente a España, resultó todo lo contrario.

El Moro Muza cubano no tuvo traducción española directa, aunque está en la base de lo que luego sería *Gil Blas*³¹. Sin embargo, el *Don Quijote* argentino de Sojo sí tuvo su réplica en España, además de Uruguay, constituyendo de esta forma una experiencia única, no sólo por editarse a la vez en “ambos mundos”, sino porque la misma fórmula periodística –en la que la caricatura se alza sobre el mito quijotesco como símbolo reformista (Varela, 2003)– pareció funcionar con efectos similares en realidades políticas tan desiguales.

5. Bibliografía

- Alcaraz Quiñonero, J. (1993). El Cantón Murciano en la prensa gráfica contemporánea. *Anales de Historia Contemporánea*, 9, 92-93.
- Avila Barei, M. X. (2006). *Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires*. Gran Canaria: Universidad de La Laguna: Servicio de Publicaciones.
- Bozal, V. (1979). *La Ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón.

30 Se trata de un semanario de 8 páginas, con predominio del texto de Villergas sobre los dibujos que firma Francisco Cisneros y las caricaturas de Patricio Landaluz. Subtitulado “periódico satírico burlesco de costumbres y literatura, dulce como los dátiles y nutritivo como el alcuzcuz”, se mantuvo vivo en esta primera etapa hasta septiembre de 1868 para, a partir de 1869, iniciar una segunda que se alargó hasta junio de 1876 (Moles Pintor, 2012)

31 Del Palacio, Manuel: Cómo se fundó *Gil Blas*, en *Gente Vieja*, 10/01/1901.

- **Brilli, A.** (1985). *Dalla satira alla caricatura. Storia, tecniche e ideologie della rappresentazione*. Bari: Ed. Dedalo.
- **Cassou, J.** (1948). *Daumier, el hombre de las multitudes*. París: Art de Frances.
- **Checa Godoy, A.** (1993). *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla: Alfar.
- **Columba, R.** (2007). *Qué es la caricatura*. Buenos Aires: Dunken.
- **Coudart, L.** (2012). El boom de la caricatura periodística. *Revista Zócalo*, 1. México DF: Proyectos Alternativos de Comunicación S.A.
- **De la Fuente, V.** (1871). *Historia de las sociedades secretas antiguas y modernas*. Lugo: Soto y Freire editores.
- **Del Palacio, C. y.** (2008). *Voces en papel. La prensa en Iberoamérica de 1792 a 1970*. Chiapas: UNACH.
- **Elorza, A.** (1988). *Luis Bagaría y la política*. Barcelona: Anthropos.
- **Gallo, E. R.** (2006). *Prensa política: historia del radicalismo a través de sus publicaciones periódicas, 1890-1990*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Históricas Cruz el Sur.
- **Gómez Aparicio, P.** (1974). *Historia del periodismo español. De guerras coloniales a la Dictadura*. Madrid: Editora Nacional.
- **Hartzenbusch, E.** (1894). *Apuntes para un catálogo de periódicos madrileños desde el año 1661 al 1870*. Madrid: Establecimiento tipográfico Sucesores de Rivadeneyra.
- **Matallana, A.** (1999). *Humor y política: Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires: Eudeba.
- **Moles Pintor, C.** (2012). *El Moro Muza. Una espada periodística en la Cuba colonial (1859-1877)*. Trabajo Fin de Máster. Castellón: Universidad Jaime I de Castellón de la Plana.

- Palacio, J. (1993). *Crónica del humor político en Argentina*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Rogers, G. (2003). Rasgos materiales y mundo de la producción en el semanario Caras y Caretas. *Sociohistórica* [en línea], 13-14. Disponible en: <http://www.sociohistorica.fahce.unlp.edu.ar/> [Consultado el 08/02/2014]
- Roman, C. (2011). *Don Quijote (1884-1902): la prensa satírica, entre el público y el pueblo* [en línea]. En XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. San Fernando del Valle de Catamarca. Disponible en: <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/r/romanc.php> [Consultado el 14/02/2014]
- Rubio Jiménez, J. (2006). *Valle-Inclán, caricaturista moderno: nueva lectura de "Luces de bohemia"*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Sojo, E. (1880). *Política y diplomacia*. Madrid: J. Rodríguez.
- (1880). *¡Dios! ¡Justicia! y ¡Germanía!* Madrid: M. Minuesa.
- (1885). *Don Quijote en Buenos Aires*. Buenos Aires.
- Timoteo Álvarez, J., y Martínez Riaza, A. (1992). *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid: Mapfre.
- Valls, M. A. (1999). *La caricatura valenciana en la II República, 1931-39*. Valencia: Ajuntament de València.
- Varela, M. A. (2003). *Don Quijote, mitologema nacional*. Madrid: Centro de Estudios Cervantinos.
- Versteeg, M. (2011). *Jornaleros de la pluma. La (re)definición del papel del escritor-periodista en la revista 'Madrid Cómico'*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.

Feminidades racializadas e imaginarios coloniales en el humor gráfico de Cuba en el s. XIX

Racialized femininity and colonial imaginary in 19th century Cuban graphic humour

Salvador Méndez Gómez¹

(Universidad de Murcia)
[salvador.m.g@um.es]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 135 - 170

Resumen

En el presente artículo se analiza una serie de modelos femeninos racializados difundidos en el humor gráfico cubano del s. XIX como forma de aproximación a la estructura representacional subyacente. Para ello, primero se lleva a cabo un análisis cualitativo de imágenes en base a la categorización de estereotipos raciales y de género formulada por el discurso masculino hegemónico, y a continuación se aborda cómo dichas representaciones se proyectan en un imaginario colonial en el que las fuertes asimetrías perpetradas por el sistema esclavista influyen significativamente en los procesos de subjetivación femenina.

Abstract

The following study analyzes a series of racialized female models widespread in 19th-century Cuban cartoons as a way of approaching their underlying representational structure. To this end, the first step was to perform a qualitative image analysis based on the categorization of racial and gender stereotypes shaped by the hegemonic masculine discourse; and the second, to identify how these representations are projected onto a colonial imaginary in which the strong asymmetries brought about by the slave system significantly influence female subjectification processes.

¹ Doctorando en Historia Social Comparada en la Universidad de Murcia. Miembro del Grupo de Investigación E030-01: "América Latina Ayer y Hoy" de la Universidad de Murcia. Facultad de Letras. Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América.

Recibido: 22/06/2015

Aceptado: 30/07/2015

Palabras clave

Género, raza, identidades, imaginarios, Cuba, s. XIX

Keywords

Gender, race, identities, imaginaries, Cuba, 19th century

Sumario

1. Introducción
2. Contexto histórico y comunicativo
3. Construcción de estereotipos raciales y de género en el humor gráfico
4. Subjetivación de feminidades racializadas en el imaginario colonial
5. Conclusiones
6. Bibliografía

Summary

1. Introduction
2. Historical and communicative context
3. Construction of racial and gender stereotypes in graphic humour
4. Subjectification of racialized femininities in the colonial imaginary
5. Conclusions
6. References

1. Introducción

“Por más que yo haga, no puedo evitar que me llamen flor de la canela, mulata santa, turrón de azúcar, divina prieta, y que se yo que otras cosas que me dicen por donde quiera que paso...Tú muy provocaora, muchacha, luego tu vá á vé...”

(*Gelabert*, 1881, p. 118)

Estas breves sentencias ideadas por Francisco de Paula Gelabert ejemplifican el carácter trivial y socarrón que impregna el humor gráfico cubano decimonónico, a la par que deja entrever las potencialidades del humor como configurador de identidades colectivas. El presente trabajo tiene como objetivo el análisis de la construcción de identidades raciales y de género en el humor gráfico cubano del s. XIX, entendiéndose por humor gráfico a una determinada construcción que aúna elementos icónicos y textuales con la finalidad de “provocar la risa” (Bremmer y Roodenburg, 1999, pp. 1-10; Steimberg, 2001). Por tanto, se ha de entender como una representación simbólica que actúa como catalizador de reacciones colectivas (Hall, 1984; Sebrelí, 1992).

Un aspecto problemático que se plantea es el de revisar la racialidad y el género. Pese al elevado número de investigaciones al respecto, aún persisten presuposiciones esencialistas que justifican las diferencias raciales o de género basándose en justificaciones biológicas (Stolke, 2000; Álvarez Edo, 2005, p. 425). Según Peter Wade (2014), estas visiones derivan de malentendidos sobre el carácter dual de ambos conceptos, ya que al involucrar tanto naturaleza como cultura no se terminan de disociar ambas esferas (p. 41). En este sentido sería más conveniente plantear que la raza o el género son categorías sociales históricamente construidas que constituyen polos alrededor de los cuales se asignan identidades (Fernández, 2015, pp. 115-139).

Verena Stolke (1974) fue una de las pioneras en combinar el estudio de género y raza para analizar la sociedad cubana del s. XIX. Posteriormente numerosos estudios han evidenciado que las identidades femeninas se construyeron en la intersección de múltiples variantes de alteridad como el estatus jurídico o grado de mestizaje. De este modo se estableció una relación dialéctica entre el deber ser femenino y el “color legal” de la piel, en un proceso

configurador de identidades que se ha venido en llamar construcción de feminidades racializadas (Jan Mohamed, 1992, pp. 94-116; Stolke, 2000, pp. 25-60; Stoler, 1995; Viveros, 2008, pp. 168-198). Un acercamiento que permite analizar las nociones sociales como elementos identitarios dinámicos en vez de como reflejo de estructuras inmutables, un aspecto clave para vislumbrar cómo se pensaban sectores de la sociedad cubana a través de los medios de comunicación determinados.

En cuanto a la muestra analizada, se basa en el humor gráfico contenido en publicaciones periódicas, artículos de costumbres y varias series de marquillas cigarreras, fuentes recuperadas de la Hemeroteca Digital Hispánica, la Boston Public Library, la Biblioteca Nacional Española, la Biblioteca Nacional Cubana o la “Cuban Heritage Collection” de la Universidad de Miami.

Para cumplir los objetivos propuestos, se implementa una estrategia metodológica interdisciplinaria, que desde el marco conceptual de la historia social y cultural, toma herramientas de análisis propias de disciplinas como la lingüística, los estudios visuales o las teorías de la comunicación social. De este modo, siguiendo la metodología para el estudio de la sátira mediática propuesta por Josep Lluís Gómez Mompert (2010) se va a analizar qué temas se relacionan con la imagen de la mujer, de qué forma son tratados por el discurso colonial hegemónico y cómo contribuyen a fijar identidades femeninas racializadas. Una opción que se nutre de las perspectivas teóricas y metodológicas que en las últimas décadas han permitido a la historiografía explorar sujetos, fuentes y temas escasamente considerados de la historia de Cuba.

Así, se vienen intensificando las relaciones con los investigadores de la comunicación (Checa Godoy, 2005, p. 185) con la cada vez mayor aceptación de propuestas para el estudio de la sátira mediática como la que ofrece el grupo integrado por Francesc Andreu Martínez Gallego, Josep Lluís Gómez Mompert y Enrique Bordería Ortiz. Otro punto de vista que está enriqueciendo notablemente la historiografía es la perspectiva lingüística de los análisis críticos de discurso. Este enfoque permite una deconstrucción ideológica de los mensajes humorísticos a través del metalenguaje y las configuraciones semióticas. Un aspecto crucial para acceder de forma históricamente contextualizada a los efectos de sentido que provee el discurso humorístico. Igualmente significativos son los aportes de los estudios visuales que han cambiado sustancialmente la forma en la que la historia se enfrenta al análisis de fuentes icónicas (Andreo,

1999; Burke, 2001, p. 16; Chartier, 1992; Pérez Viejo, 2012, pp. 11-25). Tomando en cuenta todos estos avances en los últimos años se han llevado a cabo notables esfuerzos en la utilización del humor gráfico como entidad propia sobre la que historiar.

Un breve repaso a la bibliografía existente permite constatar estudios parciales sobre autores y temáticas relacionadas con el humor cubano decimonónico. Entre los estudios realizados por la comunidad científica española destacan los estudios de Manuel Barrero sobre Víctor Patricio de Landaluze (Barrero, 2004), el trabajo de Claudia Moles sobre Juan Martínez Villergas o los estudios de la prostitución en Cuba realizados por Juan Andreo y Alberto José Gullón sobre la base del estudio de las marquillas cigarreras (1997, pp. 135-157).

Asimismo, son también relevantes los estudios sobre mestizaje y sexualidad llevados a cabo por especialistas de EE.UU. como Vera Kutzinsky (1993), Madeline Cámara (1999, 2000) o Alison Fraunhar (2008), igualmente sobre la base de las marquillas cigarreras. Y aunque entre la historiografía cubana son muy escasos los investigadores que utilizan el humor gráfico en sus análisis, se pueden constatar algunos notables estudios como el de Adelaida de Juan (1974) sobre las manifestaciones artísticas cubanas del s. XIX, las investigaciones de Olga Rodríguez Bolufé (2006) sobre Víctor Patricio de Landaluze, el estudio de Axel Li (2001) sobre las caricaturas publicadas en Cuba el siglo XIX o la historia del humor gráfico en Cuba de Arístides Hernández y Jorge Alberto Piñero (2007).

2. Contexto histórico y comunicativo

Dado que toda identidad es inestable, contextual y negociada (Leclercq, 2004, pp. 93-114), se ha de precisar primeramente de qué forma son significados los elementos identitarios como el género o la racialidad en el contexto histórico y comunicativo en el que se generan e interiorizan. Para ello es indispensable realizar un ejercicio de historia comparada entre la historia de Cuba y la del resto de España capaz de vincular las estructuras, agentes y dinámicas sociales con las publicaciones y géneros humorísticos más relevantes.

Durante la primera mitad del ochocientos, Cuba se había convertido en la más próspera colonia española gracias a los ingentes beneficios generados por la industria del azúcar (Moreno Friginals, 1974). Una riqueza dependiente de la esclavitud, que daría como resultado una sociedad fuertemente jerarquizada controlada por una élite sacarócrata que frenó la Independencia de Cuba por miedo a revueltas de esclavos a inspiración de Haití.

Esta situación estructural se mantiene al transitar a la segunda mitad de la centuria, momento que coincide con la elección de José Gutiérrez de la Concha como Capitán General de la isla, quien inicia una serie de mandatos discontinuos durante el reinado de Isabel II (1844-1868). Durante su gobierno se crea un ambiente de “libertad entre algodones” (Checa Godoy, 2009, pp. 157-224), que permitirá la creación de publicaciones periódicas gracias a “la posibilidad de obtener ciertas libertades y mejoras a través del diálogo” (Sánchez Baena, 2009, p. 189). Así, aunque la ley de prensa del gobierno de Juan Bravo Murillo endureciese considerablemente la censura, en La Habana se desarrolló un buen número de publicaciones humorísticas dirigidas, redactada e ilustradas por españoles afincados en la isla.

En estas circunstancias se configura un objeto cultural y discursivo particular: el género “joco-serio” (Bozal, 1989, pp. 92-103) basado en la “risa menor de tradición horaciana” (Bordería Ortiz, Martínez Gallego y Gómez Mompert, 2010, p. 9). Este género se inicia en Cuba con *La Charanga* (1857-1858²), publicación dirigida por el vallisoletano Juan Martínez Villergas, que ofrecía un humor benigno, consolador e ingenioso con el que se criticaba edulcoradamente la sociedad cubana sin cuestionar el statu quo³. Para otorgar “mayor fuerza persuasiva y expresiva”, se le dio un inusitado protagonismo a la imagen (Gómez Alonso, 2003, p. 158), con la publicación de las caricaturas del bilbaíno Víctor Patricio de Landaluze, el más representativo pintor, ilustrador y caricaturista del momento (Rodríguez, 1998, pp. 85-93; Trujillo, 1971, p. 370; Barrero, 2004, p. 31).

2 Con motivo de la censura, Villergas embarcó para México en 1858 junto a Landaluze de tal suerte que cabe contemplar la existencia de una segunda etapa mexicana, en la que ambos decidieron publicar *D. Junípero. Periódico Nigromántico, Agrídulce y Joco-serio*.

3 El lema de esta publicación era toda una declaración de intenciones: “Periódico literario joco-serio y casi sentimental, muy pródigo de bromas, pero no pesadas, y de cuentos, pero no de chismes; muy abundante de sátiras, caricaturas y otras cosas capaces de arrancar lágrimas a una vidriera”.

El dúo Villergas y Landaluzé será el artífice de toda una serie de publicaciones joco-serias entre las que destacan *El moro Muza*⁴ (1859-1877) o *Don Junípero*⁵ (1862-1866), publicaciones que llenan sus páginas de un humor costumbrista, pintoresco y con un fuerte color local (Sánchez, 1990, pp. 759-768) con el que pretendían modelar superficialmente los signos identitarios de la sociedad cubana haciendo “olvidar el horror” del sistema esclavista (Goldgel, 2015, p. 146). De modo que se dejan al descubierto las contradicciones de una élite letrada, que aún definiéndose como liberal mantiene la esclavitud. Como apuntaba Juan Andreó, “han leído a Proudhom, andan en berlina, aman la libertad y tienen esclavos” (citado por Sánchez Baena, 2009, p. 9).

Este auge del género joco-serio en la Habana es coetáneo a una serie de publicaciones del mismo tipo en ciudades como Madrid, Sevilla, Valencia o Barcelona con notables ejemplos como *El Cascabel* (Madrid, 1863), *El Tío Clarín* (Sevilla, 1864), *La Víbora* (Barcelona, 1864) o *Gil Blas* (Madrid, 1864). Una forma peculiar de concebir el humor gráfico que se desarrolla en una coyuntura tan convulsa como la del Sexenio Democrático (1868–1874), sobre todo en Cuba al coincidir con la Guerra Grande (1868-1878), primer intento de independencia cubana.

En este contexto de fuerte quiebra y rearticulación de identidades, se produce un desarrollo del género “joco-serio” sin precedentes (Checa Godoy, 2006) fruto de un periodismo “ideologizado y combativo” (Llera, 2003, p. 206) que se materializa en publicaciones como *La Flaca* (1868), *La Campana de Gracia* (1870) o *Juan Palomo* (1869-1874). Además esta última publicación mostraba una orientación ideológica favorable a los intereses españoles en la colonia que venía “a pelear en pro de la santa causa nacional, al lado de sus hermanos los peninsulares”⁶.

Esta efervescencia del humor gráfico y la cuestión nacional cubana, coincide a su vez con una campaña internacional abolicionista, ampliamente difundida tras la guerra de secesión de EE.UU. (1861-1866). Una situación que hizo contemplar al general Juan Prim la posibilidad de abolición gradual de

4 “Periódico satírico ilustrado con grabados de mírame y no me toques”.

5 “Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas”.

6 *Juan Palomo*, el 1 de noviembre de 1869.

la esclavitud. Tarea que le fue encargada al ministro de Ultramar Segismundo Moret, quien presentó en 1870 la denominada “ley de vientres libres”. Una polémica ley que generaría reacciones contrapuestas entre la opinión pública, como se aprecia en diversas publicaciones humorísticas.



FIGURA 1

Caricatura publicada en *La Flaca*, Barcelona, 25 de septiembre de 1869, pp. 2-3. Biblioteca nacional de España.



FIGURA 2

Caricatura publicada en *La Flaca*, Barcelona, 10 de enero de 1873, p.1. Biblioteca Nacional de España.

Este momento es clave en la reactivación de mitos raciales y tras la difusión de la obra de Charles Darwin, se desató una polémica a nivel global que ocupó destacadas publicaciones como *The Hornet*, *Vanity Fair*, *Le Petit lune*, etc. (Aguirre Romero, 2013, pp. 46-52), que llenaron sus páginas de caricaturas al respecto. A ello hay que añadir la incidencia del naciente lenguaje publicitario a

la hora de conformar una matriz simbólica con la que naturalizar las diferencias raciales en clave de humor. Uno de los ejemplos más notorios se encuentra en el logo del *Anís del Mono* (Martínez Utrera, 2012, pp. 326-345).

En cuanto a la situación económica cubana, durante la contienda independentista la remolacha azucarera acabó aventajando a la caña, lo que según Hugh Thomas fue la “prueba más dura por la que pasó Cuba en su historia económica” (2001, p. 211). Si a ello se suma el escaso apoyo de EE.UU., el cese de las guerras carlistas y el enfrentamiento cantonal o la subida al trono de Alfonso XII, se pueden comprender las circunstancias que llevaron a la paz de Zanjón de 1876.

La restauración alfonsina supuso para Cuba el aumento de las restricciones para la prensa, gravemente condicionada por la censura de la restrictiva Ley de Imprenta de 7 de enero de 1879. Sin embargo, con la llegada de los liberales al poder y la aprobación de la relativamente aperturista Ley de Policía de Imprenta de 1881 se va a retomar parte del impulso inicial con el que se desarrolló el género joco-serio durante el Sexenio.

La capacidad creadora e imaginativa del dúo Villergas y Landaluze continúa desarrollándose con el periódico *Don Circunstancias*⁷ (1879-1884), así como otras publicaciones como *La Bulla* (1881), *La Caricatura* (1887), *La fraternidad* (1890) o *La Filosofía Cómica* (1890).

En el contexto cubano finisecular se produce además un profundo cambio en la sociedad civil cubana (Roldan de Montaud, 2001) gracias al mayor protagonismo en la esfera pública de grupos subalternos como las mujeres o el colectivo afrodescendiente. Estos grupos hallaron en la prensa el lugar idóneo para la lucha por la igualdad racial y de género así como para la reivindicación de su lugar en la construcción nacional (Barcía Zequeira, 1998, 2000).

Esta coyuntura llevaría a la burguesía cubana a buscar en el humor gráfico elementos identitarios propios, mediante el fomento del costumbrismo, “tendencia que se caracteriza por el retrato e interpretación de las costumbres y tipos del país con un tono humorístico y satírico” (Chang-Rodríguez y Filer, 1988, p. 535). Así, los periódicos y revistas llenan sus páginas de tipos costumbristas y escenas pintorescas que muestran la vida cotidiana de una sociedad que camina en busca de una identidad propia sin terminar de disociarse de

7 Semanario de todas las cosas y otras muchas más.

determinados rasgos heredados de la esclavitud. Una forma de mostrar la realidad que impregnó otros medios de difusión del humor gráfico como los álbumes de costumbres.

El ejemplo más sobresaliente vendría a ser la obra *Tipos y costumbres de la isla de Cuba* (1888), cuya comicidad obedece al propósito con el que fue concebida: “la pintura de tipos sociales, la censura de los vicios, el retrato social, la historia contemporánea” (Bachiller y Morales, 1888). Por último cabe contemplar el alto número de imágenes humorísticas contenidas en productos de uso y consumo diario como las marquillas cigarreras, que gracias al desarrollo de la litografía permitieron una rápida difusión de escenas de la vida cotidiana en las que los diferentes sectores de la sociedad cubana se representan con una comicidad única, genuinamente cubana.

3. Construcción de estereotipos raciales y de género en el humor gráfico

El humor gráfico es un espacio idóneo para detectar los desplazamientos identitarios que se produjeron en la sociedad cubana, ya que permite analizar la interacción entre los sistemas de valores hegemónicos y las dinámicas sociales asentadas en la cotidianidad. Cabe tener presente que el humor necesita y busca la complicidad de los interlocutores para producir la risa, una respuesta emocional que obliga a compartir un espacio mental relativamente estructurado en torno al género o la racialidad. Es por ello que frecuentemente se recurre a una serie de estrategias visuales y discursivas, entre las que destacan por su rapidez y efectividad, el uso de estereotipos. Ahora bien ¿qué relación tienen los estereotipos con el humor gráfico cubano y los procesos de negociación de identidades?

Henri Tajfel (1982) define los estereotipos como ciertas generalizaciones empleadas con la finalidad de simplificar la información externa percibida por el ser humano. Este autor presta especial atención a tres procesos básicos de carácter cognitivo sobre los que se asienta la estructura del estereotipo: la categorización, la comparación social y la atribución de características que la justifican. En este sentido, los estereotipos en lugar de ser concebidos como “representaciones rígidas y falsas de la realidad” (Lippman, 1922) podrían

ser concebidos como una forma diferente de conocimiento que se vincula con “mecanismos ordinarios de percepción y categorización” (Banaji y Bhaskar, 1999, p. 144). De modo que en un contexto de reformulación identitaria en el que la sociedad cubana tiende a categorizarse, la concepción de la alteridad parece ser la clave hermenéutica para analizar una de las “pathosformeln”⁸ de mayor proyección en el imaginario global: el mito de la mujer caribeña (Olívar y Del Valle, 2011).

Ahora bien, pensar que la construcción de la feminidad cubana decimonónica confluye de forma natural con la racialidad requiere ciertas precauciones. Cabe apuntar que durante gran parte de la historia colonial de Cuba las diferencias sociales no se categorizaban como alteridad en base a términos que hoy entendemos como “raciales”, sino que se refieren a criterios como el linaje, la calidad o la pureza de sangre⁹, que poco tienen que ver con la genética contemporánea. Así, la gente mestiza (Stolcke, 2007, pp. 14-51) era entendida como una alteridad de “linaje quebrado”, no como una “raza híbrida” (Gonzalbo, 2013, pp. 1-154). La idea de mestizaje adquiere una especial significación en Cuba (Duno Gottberg, 2003), sobre todo en torno al término mulata o mulato. Estos conceptos designan al “hijo de blanco y negra o viceversa y [...] la descendencia que tenga algo de negro [...] Pardo se dice para dulcificar la palabra que se estima denigrante” (Pichardo, 1862, p. 186).

Esta concepción peyorativa de la mulatez no solo “inscribe en el cuerpo la diferencia de manera indeleble” (Briones, 1998, p. 35) sino que evidencia la ideología que normativizó las profundas asimetrías inherentes a la esclavitud en base a criterios “pigmentocráticos” (Lipschutz, 1963). De modo que paulatinamente se fue creando el “discurso del blanqueamiento” con el que se proyectaba un modelo de feminidad que asociaba la blancura con el máximo indicador de prestigio social. El caso más paradigmático de esta “utopía del

8 “Una Pathosformel es un conglomerado de formas representativas y significantes, históricamente determinado en el momento de su primera síntesis, que refuerza la comprensión del sentido de lo representado mediante la inducción de un campo afectivo donde se desenvuelven las emociones precisas y bipolares que una cultura subraya como experiencia básica de la vida social (Burucúa, 2006, p. 12).

9 Entre los siglos XV y XVII la limpieza de sangre se convierte en un valor esencial, dominante y reputado cuya perdurabilidad alcanza hasta la cronología propuesta. Sería en 1865 cuando el Estado toma medidas para declarar nulos el requisito de la sangre limpia en el acceso a determinados cargos. Véase Hernández Franco, 2011; López-Beltrán, 2008, pp. 289-342; y Gonzalbo, 2013, pp. 1-154.

blanqueamiento como horizonte desiderativo” (Portocarrero, 2013, p. 165) se encuentra en el personaje literario de Cecilia Valdés, quien “a la sombra del blanco, por ilícita que fuese su unión, creía y esperaba [...] ascender siempre” (Villaverde, 1882, [2013], p. 79).

Será precisamente en el contexto histórico y comunicativo propuesto, cuando en paralelo a la reformulación del discurso del blanqueamiento, se produzca la transición entre pensar la alteridad en clave de limpieza de sangre a pensar la alteridad en clave racial. Aunque inicialmente conviven elementos de ambas formulaciones teóricas, los defensores del darwinismo social acabarían naturalizando la interrelación entre elementos corporales y culturales para explicar las diferencias sociales desde un punto de vista evolucionista (Marqués de Armas, 2014, p. 158). De este modo, se justificó la estratificación jerárquica de las razas en cuatro conjuntos fundamentales: la raza blanca, autora de los mayores avances de la humanidad, los escalafones intermedios, es decir “amarillos”, “indios” y “mestizos”, y en el estrato inferior se encontraría la raza negra, en un estadio evolutivo próximo a los primates.

Esta forma de categorizar la sociedad encuentra un especial acomodo en la sociedad cubana de la segunda mitad del s. XIX, de modo que estas teorías otorgarían naturaleza científica a muchas de las creencias previamente instaladas en el imaginario colectivo (García González y Álvarez Pelaez, 1999). Si a ello se unen las concepciones sobre la feminidad generadas por el discurso patriarcal hegemónico, se pueden apreciar las claves que llevaron a la construcción de representaciones femeninas racializadas en el humor gráfico.

Comenzando por el análisis propiamente dicho, cabe apuntar que en líneas generales, tanto en periódicos joco-serios en la línea de *El Moro Muza*, *Don Junípero* o *Juan Palomo*, como en las marquillas cigarreras, las representaciones femeninas aparecen en sátiras costumbristas de carácter moralizador. En cuanto a la modalidad de enunciación, se opta mayoritariamente por viñetas multimodales que incitan a la interacción entre elementos simbólicos e icónicos mediante una gran variedad de estrategias humorísticas que requieren la confluencia del sujeto enunciador y del sujeto enunciatario en torno a la temática racial y el género (Forceville, 2006).

Comenzando por las representaciones de la “mujer blanca”, cabe observar primeramente que es la figura más representada en prensa joco-seria por detrás del varón. Tomando una muestra de todas las caricaturas publicadas

en *Don Junípero* en el año 1867¹⁰, se observa que los personajes masculinos aparecen representados en el 76,78 % de las viñetas mientras que los femeninos son representados en un 54,45 %. Dentro de las representaciones femeninas, un 51,33% corresponden a mujeres blancas, un 2,23% representan a mujeres negras y un escasísimo 0,84 % a mulatas.

Los principales temas sobre los que giran las viñetas protagonizadas por mujeres blancas son el matrimonio y la familia, temática ampliamente tratada en la prensa española decimonónica (Crespo Sánchez, 2014), de la que se derivan una serie de subtemas como el enamoramiento, el flirteo, la convivencia conyugal, la maternidad y la educación de los hijos. En la figura 3 y 4 se aprecia en una típica escena galante un ejemplo de sátira costumbrista en la que Víctor Patricio de Landaluze trata de provocar la risa mediante una fina ironía en torno a la honradez, uno de los valores más asentados en la tradición católica. De modo que tras el humor se aprecia una crítica un tanto misógina al carácter libertino que se atribuye a la mujer blanca, personaje sobre quien recae todo el peso de la moral.

FIGURA 3

Víctor Patricio de Landaluze.
Caricatura publicada en *Don Junípero*. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas. La Habana, 3 de marzo de 1867, p. 5. New York Public Library.



10 Para la elaboración de los porcentajes se han contabilizado tanto los personajes femeninos como los masculinos del total de viñetas publicadas en las dos páginas ilustradas que aparecían en el periódico semanalmente. Estas imágenes podrían ser a modo de un desplegable de una sola viñeta, páginas bipartitas, tripartitas u otras composiciones que dan un total de 224 viñetas publicadas los días 6, 13, 20 y 27 de enero, 3, 10, 17 y 24 de febrero, 3, 10, 17, 24 y 31 de marzo, 7, 14, 21 y 28 de abril, 5, 12, 19 y 26 de mayo, 2, 8, 16, 23, 30 de junio, 7, 31, 21 y 31 de julio, 4, 11, 18 y 25 de agosto, 1, 8, 15, 22 y 29 de septiembre, 6, 13, 30 y 27 de octubre, 3, 10, 17 y 24 de noviembre y 1, 8, 15, 22 y 29 de diciembre de 1867.



FIGURA 4

Víctor Patricio de Landaluze.
Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, el 10 de marzo de 1867, p. 5. New York Public Library.

Otra forma de conseguir la risa es la atribución a la mujer de cualidades que no figuran en el repertorio de virtudes propias del “sexo débil”, como el caso de la fortaleza física (Cantizano Márquez, 2004, pp. 281-298). Como se aprecia en la figura 4, esta antinomia es ridiculizada por medio del recurso a la lógica de la inversión para provocar la risa en un espectador masculino que tiene plenamente interiorizado una determinada construcción de la feminidad basada en la dulzura y la delicadeza en el trato.

Otro de los tópicos más reiterados es la sátira del estereotipo de “perfecta casada” o “ángel del hogar” (Cantero Rosales, 2005). Este ideal de vida convierte el estatus social de esposa y madre en la única forma de la mujer blanca de obtener seguridad económica, protección y realización personal, por lo que su educación se orientaba para tal fin (Provencio, 1997, pp. 131-144; 2011, pp. 42-73). Dado que la misión de la mujer era ser una “madre cariñosa y educadora de los hijos” (Barcía Zequeira, 2000, p. 35), será el juego de inversión de estas cualidades el principal motivo con el que Landaluze trata de incitar a la risa (Figura 5).

En la mayoría de los casos, la feminidad se configura en función de la relación establecida con el varón, por lo que el carácter relacional de las imágenes permite detectar las claves que configuran los roles de género. Así en la figura 6 se aprecia cómo la esposa se construye en función del marido, de donde nace el estereotipo del “hombre martirizado por una mujer caprichosa y derrochadora”. No es difícil deducir que el público al que estaba dirigido era una élite burguesa a la cual se trata de hacer reír reflejando sus problemas diarios.

FIGURA 5

Víctor Patricio de Landaluzé. Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, 13 de octubre de 1867, p. 5. New York Public Library.



FIGURA 6

Víctor Patricio de Landaluzé. Escena humorística publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, 23 de junio de 1867, p. 4. New York Public Library.



Otra de las temáticas más ampliamente abordadas es la crítica a las modas femeninas. En estas escenas se construye un modelo de feminidad blanca mediante la atribución de un carácter voluble, caprichoso y superficial. De modo que mediante el recurso a la hipérbole y a lo grotesco se ridiculiza la obsesión por la belleza de las mujeres blancas, que se naturaliza como los vicios propios del “bello sexo”. Cabe tener presente que la concepción de la blancura se aprecia no solo en el color de la piel, sino en una “escenificación pública de atributos asociados con la blancura” que debían ser exhibidos como marcadores de estatus (Castro-Gómez, 2005, p. 84). Tal es el caso de vestidos a la moda europea, sofisticados peinados o una corte de caleseros y pajes ricamente ataviados.

Toda una serie de estereotipos importados de publicaciones europeas se adaptó a la realidad cubana y acabó mimetizándose con el lenguaje, modismos y formas de expresión locales. Como se aprecia en la figura 8, expresiones del tipo “Guaita pa allá taitica” serían ridiculizadas tanto para hacer reír como para establecer una alteridad entre la intelectualidad letrada vinculada a la cultura europea y los sectores populares asociados con la vulgaridad con que se quiere tildar al sentimiento nacional cubano (Valdés Bernal, 1998).



Los trages y peinados irán creciendo á proporcion que sube el precio de los adornos y las telas.

FIGURA 7

Víctor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, 6 de enero de 1867, p. 5. New York Public Library.



—Gusita pa allá, taitica! cuántas papelotas habré que compral pa sacarse una do esas señoritas?

FIGURA 8

Víctor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*, La Habana, 10 de febrero de 1867, p. 4. New York Public Library.

Otro de los subtemas que se asocian a la feminidad blanca es el de la infidelidad. En este caso el humor se apoya en el tipismo y los juegos verbales, como el que aparece en la figura 9 y 10. Una “junipetada” que establece un símil entre el telégrafo y la comunicación entre amantes para configurar las relaciones entre la mujer blanca y el hipotético amante. Sobre esta ultima figura gravita otro de los estereotipos más reiterados en prensa joco-seria: el del joven y cándido amante que no puede evitar ser seducido por mujeres libertinas.

FIGURA 9

Víctor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, el 29 de septiembre de 1867, p. 5. New York Public Library.



FIGURA 10

Víctor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, el 29 de septiembre de 1867, p. 5. New York Public Library.



De este modo se hace recaer todo el peso de la infidelidad sobre la mujer, ejemplo de una doble moral que las juzga y culpabiliza por su conducta sexual, sin tener en cuenta que era un mundo configurado desde la colonialidad del saber por los parámetros masculinos. No obstante el estereotipo paradigmático de feminidad asociada a la infidelidad es el que representa la mulata, cuya figura tiene tal presencia entre la industria del tabaco que se constatan hasta cinco series de marquillas cigarreras que la muestran como protagonista.

En ellas se puede apreciar cómo la belleza, el erotismo y la juventud son los atributos que la mulata instrumentaliza para captar la atención del sujeto masculino blanco y así contemplar la posibilidad de ascenso social. Esta idea que entronca con el discurso del blanqueamiento, reduce a la mulata a la figura de “amante”, “querida” o “mantenida” (Andreo y Gullón Abao, 1997, pp. 135-157; Andreo, 1999, 2013). Un estereotipo al que multitud de ilustradores suele recurrir para provocar situaciones cómicas que inciten a la risa por medio de escenas de alcoba o enredos de índole sexual.



FIGURA 11

Anónimo (posterior a 1862). Escena con la leyenda: “¿No me gusta amarillo? Pues te lo daré pintón”, impresa por la Real fábrica de cigarros de E. Guilló, cromolitografía, Biblioteca Nacional de España



FIGURA 12

Anónimo (2ª mitad del s. XIX). Escena con la leyenda: “El palomo y la gabilana”, de la serie Historia de la Mulata, impresa por la Real fábrica de cigarros de E. Guilló, cromolitografía, Biblioteca Nacional de Cuba

En la figura 11 se aprecia cómo el humor va envuelto en un halo de erotismo mediante el recurso a la fácil asociación de significantes entre el miembro viril y el plátano. Otro de los recursos más utilizados es la utilización del refranero cubano. Así en la figura 12 se utiliza aquel que preconiza que “donde vuela gavilán, no aletea paloma” para establecer un juego de inversión entre predator/ presa que codifica al hacendado como “el palomo” siendo seducido por la tentadora mulata, “la gaviñana”. Una representación humorística cargada de tensión sexual no resuelta, un claro exponente del “choteo”¹¹ cubano (Fraunhar, 2008, p. 466).

Esta serie de imágenes coexisten a su vez con caricaturas que rozan lo grotesco, como la figura 13. En esta imagen se representa a la mulata mediante la exageración de rasgos fenotípicos que denoten su ascendencia africana como una desproporcionada “bemba”¹². En este sentido, la figura 14 busca el humor ofreciendo la imagen de una mulata repudiada por su edad que se ve abocada a la prostitución agresiva. Se aprecia así el carácter didáctico y aleccionador del humor gráfico cubano.

FIGURA 13

Moré García y C^a San Nicolás (2^a mitad del s. XIX). Escena con la leyenda: “Ábrete gato prieto, que toítica la calle es tuya”, de la serie *Tipos y costumbres de la isla de Cuba*, impresa por la Real fábrica La Legitimidad de Luis Susini e hijo, cromolitografía, Biblioteca Nacional de Cuba.



- 11 Según Jorge Mañach, “el choteo -cosa familiar, menuda y festiva- es una forma de relación que consideramos típicamente cubana [que consiste en] “no tomar nada en serio”. [...] “tirarlo todo a relajo” [...] que todo lo echa a broma [...] El choteo es, pues, una actitud erigida en hábito, y esta habitualidad es su característica más importante”. Véase Mañach, 1940; Valdés García, 2004, pp. 49-60; Y Saumel, 2012.
- 12 Según Teodoro Díaz Fabelo, autor del *Diccionario de la lengua conga residual en Cuba*, bemba vendría a ser una palabra utilizada “para referirse a los labios carnosos, gruesos de los negros” (1997, p. 28).



FIGURA 14

Anónimo (2ª mitad del s. XIX). Escena con la leyenda: "Ataque directo al bolsillo", de la serie Historia de la Mulata, impresa por la Real fábrica de cigarros de E. Guilló, cromolitografía, Biblioteca Nacional de Cuba.

El mensaje que lanzan al varón es que no se deje llevar en exceso por la sensualidad de la mulata y no acabe convertido en mulatero¹³, mientras que a la mulata se la persuade del trágico destino que conlleva una vida libertina. Toda una construcción mental que hace recaer en la mulata todo el peso del estigma racial.

Cabe tener presente que muchas mulatas se valían únicamente de su sexualidad para negociar su supervivencia (Gonzalbo, 2000, pp. 199-2201), lo que acabó por fomentar la competencia entre las mujeres afrodescendientes categorizadas como mulatas y las etiquetadas como negras. En este sentido las caricaturas de Landaluze contribuyeron a difundir una imagen de vulgaridad y agresividad de la mujer de color que acabaría calando en el imaginario colectivo europeo (Figura 15 y 16).



FIGURA 15

Víctor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, 1 de diciembre de 1867, p. 5. New York Public Library.

¹³ Término que "se aplica al hombre blanco inclinado a las Mulatas" (Pichardo, 1862, p. 186).



FIGURA 16

Victor Patricio de Landaluze. “Una pelea de mujeres de color”, en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 8 de septiembre de 1874. Biblioteca Nacional de España.

En cuanto al discurso estereotípico sobre la mujer negra, cabe constatar la existencia de una multiplicidad de representaciones. Ello se debe según Ivette Soñora a que “las experiencias fueron diferentes en lo social”. En cuanto al físico las mujeres negras, son estereotipadas con una larga lista de defectos como la obesidad, la deformidad o su caracterización como chismosa, charlatana e irascible. Así en la figura 17 se aprecia que tras la típica escena costumbrista que incita a la risa mediante el chiste fácil, se puede vislumbrar la denuncia de Landaluze hacia la ineptitud de las mujeres negras del servicio doméstico. Se lanza una imagen de la mujer negra como un ser de modales groseros que admira con rústico lenguaje a las damas aristócratas. Una representación en la que se encuentran “modelos seminales de choteo de corte racista y discriminador” (Hidalgo, 2013, p. 57).

FIGURA 17

Victor Patricio de Landaluze. Caricatura publicada en *Don Junípero Don Junípero. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas*. La Habana, 3 de Febrero de 1867, p. 4. New York Public Library.



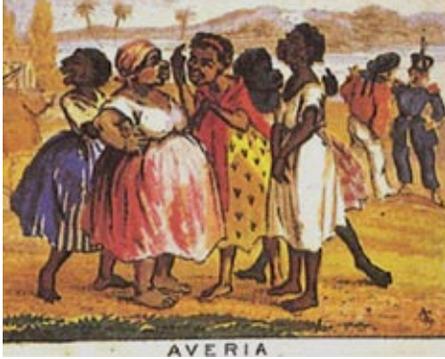


FIGURA 18

Anónimo (2ª mitad del s. XIX). Escena con la leyenda “Avería”, de la serie *El campo de Cuba*, impresa por la Real Fábrica La Honradez, cromolitografía, colección raros y curiosos, Biblioteca Nacional de Cuba.

Otro estereotipo que gravita en el imaginario colonial es el de la “la negra bruja”, que como se aprecia en la figura 12 es caracterizada como un ser alcohólico que sin ninguna mesura da rienda suelta a las pasiones (Capone, 2000, pp. 55-77). Toda una ridiculización folclórica de los sistemas de creencias africanos que conjuga tradiciones primitivas, sensualidad, impacto emocional, alcohol y otros tantos elementos que hacen de la marquilla, un producto atractivo para el potencial consumidor (Rubira García, 2011, pp. 145-169). Ello se debe, como apunta Greecy Pérez, a que “la publicidad se nutre de los estereotipos construyendo aquello que el consumidor quiere comprar, ver, sentir y creer” (2010, p. 174).



FIGURA 19

Anónimo (1866). Escena con la leyenda: “Pasarán trabajos comiendo guanajos”, de la serie *El calendario* impresa por la Real Fábrica La Honradez, cromolitografía, colección raros y curiosos, Biblioteca Nacional de Cuba.

Este estereotipo lleva implícita la creencia de que las personas catalogadas como negras están más cerca de los primates, son más salvajes y por tanto menos educables, de modo que actúan dominadas por los instintos. En relación a esta idea, la figura 20 y 21, proyecta otro de los estereotipos más reiterados en prensa joco-seria, artículos de costumbres y marquillas cigarreras: el de la “negra curra” (Ortiz, 1986, pp. 39-42). Una construcción ideada por caricaturistas y escritores costumbristas para ridiculizar mediante mofas revestidas de folklore al grupo social de los libres de color (Camacho, 2007).

FIGURA 20

Víctor Patricio de Landaluz. Caricatura publicada en *Don Junípero Don Junípero*. Periódico satírico-jocoso con abundancia de caricaturas. La Habana, 17 de noviembre de 1867, p. 4. New York Public Library.



FIGURA 21

Víctor Patricio de Landaluz. “Los negros curros” en Bachiller y Morales, A. (comp.), *Colección de artículos, tipos y costumbres de la isla de Cuba por los mejores autores de este género*. La Habana: Miguel de la Villa.



Este “racismo inocentón” (Rojas Mix, 1988) configura un modelo de feminidad negra basado en lo puramente externo (Carocca Peñalillo, 2015, p. 29-36). La danza, por tanto, era el lugar más promiscuo y una vía de justificación y de liberación de la culpabilidad de los varones blancos por la violación u opresión sexual que frecuentemente sufrían las mujeres negras, pero no el único, como se aprecia en la figura 21. En este sentido la imagen deja entrever el orden escondido que subyace a la modernidad industrial: la conquista de la fuerza sexual y de trabajo de las mujeres colonizadas.



FIGURA 22

Anónimo (2ª mitad del s. XIX).
Escena con la leyenda: “Vamos,
vamos, despácheme pronto”,
impresa por la Real fábrica de
cigarros de E. Guilló, cromolitografía,
Biblioteca Nacional de España.

4. Subjetivación de feminidades racializadas en el imaginario colonial

El análisis de los procesos de creación de imaginarios es uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta la reciente historiografía americanista, aspecto que cobra especial importancia al abordar periodos coloniales. El término imaginario se entiende como “una forma de ver el mundo, generalmente no explícita –lo que la alejaría, por ejemplo de la ideología– que mediatiza la manera en que una sociedad se imagina a sí misma y al mundo que la rodea y que se plasma en una sucesión de imágenes mentales” (Pérez Viejo, 2003).

Como quedó de manifiesto en el apartado anterior, el humor gráfico desempeñó un importante papel como inductor en los procesos de categorización social lanzando mensajes elaborados que se simplifican por

medio de estereotipos. El ejemplo paradigmático de este proceso lo constituye la serie de marquillas *Muestras de azúcar de mi ingenio* de la fábrica Guilló, que toma la idea de pureza del azúcar para equipararla humorísticamente con la concepción pseudocientífica de pureza racial.

De este modo se sitúa en la cúspide del ordenamiento social pigmentocrático a la mujer “blanca” caracterizada como “azúcar blanca de primera”, por debajo la mujer “mulata”, que recibe el apelativo de “quebrado de segunda”, y en el lugar más bajo del escalafón social estaría la mujer “negra”, representada como una “avería”.

Es muy fácil, por tanto, caer en muchas de las deformaciones de la realidad vertidas en clave de humor a través de imágenes, ya que no siempre el conocimiento humano puede ser flexible, complejo y crítico, aspecto para el cual se ha de desterrar el mero inventario estereotípico para pasar a analizar, como sugiere Homi Bhabha, “los procesos de subjetivación hechos posibles (y plausibles)” (2002, p. 92).



FIGURA 23

Ejemplo de la serie de marquillas *Muestras de azúcar de mi ingenio* de la Real fábrica de cigarros de E. Guilló. Colección privada.

En este sentido, la gran difusión del humor gráfico en los medios de comunicación y en determinados productos de consumo como las marquillas (Figura 24), se puede contemplar como parte de estrategias ideológicas empleadas para consolidar las relaciones de poder y dominación establecidas por el sistema colonial. Para Mara Viveros, “los discursos coloniales de la sexualidad producían las relaciones de poder, de clase y de raza, y no solo las reflejaban” (1995, p. 176).



FIGURA 24

Anónimo (2ª mitad del s. XIX). Escena con la leyenda “El café”, de la serie *El campo de Cuba* impresa por la Real Fábrica La Honradez, cromolitografía, colección de raros y curiosos, Biblioteca Nacional de Cuba.

Cabe tener presente que “la sexualidad proporciona metáforas generadas para la colonización” (Hooks, 1992, p. 57). Desde esta perspectiva, la identidad de las mujeres, bien fuesen normativizadas como blancas, mulatas o negras, estuvo limitada por una suerte de “deber ser” impuesto desde los parámetros androcéntricos del sistema patriarcal de dominación colonial y no desde la subjetivación de la autoimagen femenina que estas podían elaborar.

En este sentido, el ser mujer en los tiempos de la colonia se construyó en el humor gráfico de forma performativa como una puesta en escena y una repetición ritualizada de ciertos comportamientos, actitudes y modos de estar en el mundo que desde posiciones hegemónicas hicieron posible la subsistencia de la idea de raza y la subalternización de la feminidad. No es casual que este género se desarrollase ampliamente en la etapa en que la burguesía fortalece su poderío, trata de fijar sus normas y señala las pautas sociales que regirán sus actividades. De esa manera la misma élite dominante que había construido el género joco-serio intenta enmarcar y ajustar a sus propios moldes los usos sociales y tipos cubanos que serán objetivados en parámetros morales y pautas de comportamiento.

Ahora bien, este enfoque sobre el género y la racialidad como elemento clave en los procesos de reproducción social no solo se justifica por los efectos de la dominación, sino también para construir identidades colectivas. Gilroy observa que “una masculinidad ampliada [...] y su contraparte relacional femenina vienen a ser símbolos especiales de la diferencia que hace la raza” con el resultado de que “la identidad racial [se experimente] a través de definiciones particulares del género y la sexualidad” (1993, p. 85).

De modo que a través de su contenido humorístico y apariencia seductora, el humor gráfico articula discursividades complejas y extendidas por

las cuales la identidad femenina racializada fue rediseñada como objeto de burla a la par que como cosificación y fetichización de la alteridad (Charnon-Deutsch, 2002). Laura Mulvey sostiene que ese modo de erotización de la imagen femenina desemboca en la construcción de un imaginario social basado en el sexismo con “un impacto fuertemente visual y erótico, de modo que puede decirse que connotan mirabilidad” (Mulvey, 2007, p. 86). Como apuntó la crítica afro-americana Bell Hooks en *Black Looks: Race and Representation* (1992), las diversas y estereotipadas representaciones impuestas sobre las mujeres y en especial las afrodescendientes están configuradas desde un atávico machismo con unas connotaciones peyorativas del discurso racista que no han pretendido otra cosa que imponer a las mujeres de forma voluntarista su óptica blanca y patriarcal (Young, 1996, p. 48).

Siguiendo la crítica realizada por Lola Young, el privilegio de mirar –“the right to look”– y clasificar comenzaron a adquirir una dimensión empírica con el gran desarrollo de la ciencia en el siglo XVIII, debido, entre otras cosas, a la compulsión que el hombre blanco experimentó a la hora de construir diferentes taxonomías (Young, 1996, p. 48). Si el derecho a observar y, por tanto, a clasificar, estaba en posesión del hombre blanco, no cabe duda de que todas las categorizaciones construidas para el resto de los seres humanos se realizarían siguiendo un principio de oposición, por el cual todo aquello no incluido en las categorías “hombre” y “blanco”, es decir todo aquello que sea considerado como alteridad, quedaría fuera de la norma patriarcal occidental y, por tanto, descrito en términos de inferioridad a través de diversos estereotipos que lograron ridiculizar, humillar y maltratar a los grupos subalternos, en especial al grupo afrodescendiente.

Esta manera dominante de pensar la subjetividad y la identidad permiten detectar un listado de estereotipos transversales en el espacio caribeño de las colonias europeas donde la economía plantacional y la esclavitud hicieron acto de presencia. Tanto el discurso imperial británico y español como el portugués, holandés o francés crearon unas figuras arquetípicas alrededor de la mujer que proyectaron metáforas sobre su carácter, comportamiento y valores. Teniendo en cuenta que los estereotipos suelen evocar más emoción que otras formas de conocimiento semántico (Norris et al., 2004), se puede apreciar cómo en la constante llamada a emociones como la risa se encuentra la clave para detectar los procesos de subjetivización de imágenes en el imaginario colectivo.

5. Conclusiones

En base al análisis de la performatividad, serialización y construcción de feminidades racializadas en el humor gráfico se han desenredado parte de los hilos culturales de la sociedad cubana de la segunda mitad del s. XIX. Un momento en el que lo visual y lo discursivo se configuran como elementos seductores capaces de inducir a la interiorización inconsciente de la ideología dominante. Todo un proceso de “lucha ideológica que busca transformar las ideas y el sentido común de las masas” (Hall, 2010, p. 284). En este sentido la descodificación de imágenes estereotípica con las que se han simbolizado las diferencias permite vislumbrar muchos de los mecanismos de reproducción de la discriminación construidos por el sistema colonial.

Este recurrir al humor como catalizador de reacciones colectivas con las que promover la autoafirmación y la solidaridad grupal de la élite masculina colonial, conformó un sujeto femenino cargado de folclore, costumbrismo, exotismo y “ese exceso de libido que siempre hay en lo caribeño” (Benítez Rojo, 1998, p. 347). Cabe tener presente que las representaciones humorísticas analizadas muestran el momento culmen del género joco-serio, una modalidad que emerge en los tiempos autorales del costumbrismo para mostrar los hábitos sociales y modos peculiares de la sociedad cubana. En muchos casos las imágenes que autores como Víctor Patricio de Landaluze entregan a los lectores eran socarronas, superficiales, simplonas y transmiten la sensación de “que la esclavitud fuese un estado de bienestar” (De Juan, 1974, pp. 19-20). Sin embargo en otros casos ocultan una gran labor intelectual revestida de folclore que conecta con muchas de las problemáticas cubanas de su tiempo.

En virtud de ello es fundamental entender cómo funciona el lenguaje humorístico en contextos específicos para poder llevar a cabo dicha síntesis, pues narrar la historia colonial implica tomar decisiones tanto a nivel de qué pasó, como de qué significa aquello que ocurrió y qué implica comunicarlo. Por ello cabe reconsiderar la singularidad de esta particular narrativa gráfica a la hora de transmitir al lector una determinada visión del mundo (Andreo, 1999). Es decir, una manera inteligente de decir con dibujos y/o con palabras aquello que los actores sociales disimulan u ocultan.

Teniendo en cuenta esto, esta investigación supone una contribución desde el punto de vista teórico, epistemológico y metodológico al mejor

conocimiento de la sociedad cubana decimonónica, que al igual que la del resto de España era “una sociedad inculta, chismosa, hipócrita, reprimida, canalla, libertina y misógina. O sea, más o menos como ahora, pero con sombrero” (Capdevila, 2012, p. 17).

6. Bibliografía

- Aguirre Romero, J. M. (2013). ¿Y tú de que te ríes, mono? Humor y crítica del darwinismo. *Espectáculo. Revista de estudios literarios*. 50. Universidad Complutense de Madrid. pp. 46-52.
- Andreo García, J. (1999). Sobre la construcción social de la imagen femenina: la mulata en la litografía cubana del s. XIX. En Forgues, R., *Mujer, creación y problemas de identidad en América Latina*. Mérida: Consejo de Publicaciones de la Universidad de los Andes.
- (2013). No hay tamarindo dulce ni mulata señorita. La construcción de identidades de raza y género en la Cuba de finales del periodo colonial. En Laviña, J., Piqueras, R. y Mondéjar, C. *Afroamérica, espacios e identidades*. Barcelona: Icaria. pp. 181-202.
- Andreo García, J. y Gullón Abao, A. J. (1997). Vida y muerte de la mulata: Crónica ilustrada de la prostitución en la Cuba del XIX. *Anuario de estudios americanos*. 54. pp. 135-157.
- Banaji, M.R. y Bhaskar, R. (1999). Implicit stereotypes and memory: the bounded rationality of social beliefs. En Schacter, D.L., Scarry, E. (ed.), *Memory, Brain, and Belief*. Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 139–75.
- Barcía Zequeira, M. C. (1998). Mujeres en torno a Minerva. *La Rábida*. 17. pp. 5-10.
- (2000). Mujeres en una nueva época: discursos y estrategias. *Temas*, 22-23, pp. 34-45.
- Barrero, M. (2004). El origen de la historieta española en Cuba. Landaluze, pionero de un nuevo discurso iconográfico latinoamericano. *Revista latinoamericana de estudios sobre la historieta*. 4. pp. 65-97.

-
- Berger, P. (1999). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Bozal, V. (1979). *La ilustración gráfica del XIX en España*. Madrid: Comunicación.
- Bremmer, J. y Roodenburg, H. (1999). *Una historia cultural del humor: desde la Antigüedad a nuestros días*. Madrid: Sequitur.
- Burke, P. (1999). Fronteras de lo cómico en Italia, 1350-1750. En Bremmer, J. y Roodenburg, H., *Una historia cultural del humor*. Madrid: Sequitur.
- Burucúa, J. E. (2007). *La imagen y la risa. Las pathosformeln de lo cómico en el grabado europeo de la modernidad temprana*. Cáceres: Periférica.
- Camacho, J. (2007). Plumas como espadas. La crítica a las costumbres de origen africano en la cultura cubana del siglo XIX. *Islas*. 4. Weston, Florida.
- Cámara, M. (2000). Between Myth and Stereotype: The Image of the Mulatta in Cuban Culture in the Nineteenth Century. En Fernández, D. y Cámara, M., *Cuba, the Elusive Nation. Interpretations of National Identity*. Gainesville: University of Florida Press.
- Cantero Rosales, M. A. (2007). De “perfecta casada” a “ángel del hogar” o la construcción del arquetipo femenino en el XIX. *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*, 14. [en línea] Disponible en: <http://www.um.es/tonosdigital/znum14/secciones/estudios-2-casada.htm> [Consulta: 16 de marzo de 2015].
- Cantizano Márquez, B. (2004). La mujer en la prensa femenina del XIX. *Ámbitos*. 11-12 pp. 281-298.
- Capdevila, J. (2012). La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX. *Revista Tebeosfera*, 9 [en línea]. Disponible en: http://www.tebeosfera.com/documentos/textos/la_figura_femenina_en_la_prensa_satirica_espanola_del_siglo_xix.html [Consulta: 28 de junio de 2015].

- **Capone, S.** (2000). Entre Yoruba et Bantou: l'influence des stéréotypes raciaux dans les études afro-américaines. *Cahiers d'Études Africaines*, 157, París, pp. 55-77.
- **Chang-Rodríguez, R., y Filer M.E.** (1988). *Voces de Hispanoamérica: antología literaria*, Boston: Heinde & Heinde.
- **Charnon-Deutsch, L.** (2002). The Racial Fetishism of Nineteenth-Century Spanish Magazines. *Hiperfeira* [en línea]. Disponible en: <http://www.sinc.sunysb.edu/Publish/hiper/> [Consulta el 8 de septiembre de 2015].
- **Checa Godoy, A.** (2005). Propuestas para avanzar en la investigación de la historia de la comunicación. Ponencia en Congreso. *A Comunicación no Seu Tempo*. Santiago de Compostela, pp. 173-185.
- (2006). *El ejercicio de la libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario. (1868-1874)*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- (2009). Una Libertad entre Algodones. El Reinado de Isabel II (1833-1868). En Labio Bernal, A. (dir.), *Estructura, Historia y Contenidos del Periodismo Gaditano: de sus orígenes a la actualidad*. Cádiz: Quorum, pp. 157-224.
- **Crespo Sánchez, F. J.** (2014). *Creadores de opinión pública, diseñadores de comportamientos: sociedad, familia y religión en la prensa ibérica (siglos XVIII-XIX)*. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia.
- **De Juan, A.** (1974). *Pintura y grabados coloniales cubanos. Contribución a su estudio*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- **Duno Gottberg, L.** (2003). *Solventando las diferencias. La ideología del mestizaje en Cuba*. Madrid: Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert.
- **Fisher, A.B. y O'Hara, M. D.** (2009). *Imperial subjects: race and identity in Colonial Latin América*. Durham: Durke University Press.
- **Forceville, C.** (2006). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research. En Kristiansen, G., Achard, M., Dirven, R., y Ruiz de Mendoza, F. (eds.), *Cognitive Linguistics: Current aplicaciones and future perspectives*. Berlin/Nueva York: Mouton de Gruyter, pp. 379-402.

- Fraunhar A. (2008). Marquillas cigarreras cubanas: Nation and Desire in the Nineteenth Century, *Hispanic Research Journal*. 5, pp. 458-478.
- García González, A. y Álvarez Pelaez, R. (1999). *En busca de la raza perfecta. Eugenesia e higiene en Cuba (1898-1958)*. Madrid: CSIC.
- García Martínez, A. (2007). La construcción de las identidades, *Cuestiones pedagógicas*.18, pp. 207-228.
- Gelabert, F.P (1881). El puesto de frutas. En Bachiller y Morales, A. (1881). *Colección de artículos, tipos y costumbres de la isla de Cuba por los mejores autores de este género*. La Habana: Miguel de la Villa.
- Gilroy, P.(1993). *The black Atlantic: modernity and double consciousness*. Londres: Verso.
- Goldgel, V. (2015). Una isla pintoresca y su horroroso colorido. Aproximaciones a la modernización y la violencia en la cultura visual cubana del s. XIX. *Decimonónica*. 12 [en línea]. Disponible en: http://www.decimononica.org/wp-content/uploads/2015/02/Goldgel_12.1.pdf [Consulta el 22 de junio de 2015].
- Gómez Alonso, R. (2003). Comunicación y recepción de la imagen en la prensa decimonónica. El apoyo iconográfico en la prensa española del siglo XIX. *Icono14*. 1. pp. 153-173.
- Gonzalbo, P (2013). La trampa de castas. En Gonzalbo, P y Alberro, S. (eds.), *La sociedad novohispana. Estereotipos y realidades*. México: El colegio de México. Centro de estudios históricos, pp. 1-154.
- Hall, S. (1984). Notas sobre la deconstrucción de lo popular. En Samuel, R.(ed), *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica, pp. 93-110.
- Hernández Franco, J. (2011). *Sangre limpia, sangre española. El debate de los estatutos de limpieza (s. XV-XVII)*. Madrid: Cátedra.
- Hernández Guerrero, A. E. y Piñero, J.A. (2007). *Historia del humor gráfico en Cuba*, Lleida: Editorial Milenio.

- Hidalgo, N. (2013). Choteo, identidad y cultura cubana. *Afro hispanic review*, 32, pp. 55-70.
- Hooks, B. (1992). *Black Looks: Race and Representation*. Boston: South End Press.
- Janmohamed, A.R. (1992). Sexuality on/of the Racial Border: Foucault, Wright and the articulation of “Racialized Sexuality”. En Staton, D., *Discourses of Sexuality: from Aristotle to Aids*. Ann Arbor: University of Michigan, pp. 94-116.
- Kneese, T. (2005). La mulata: Cuba’s National. Symbol. *Cuba in Transition*. 15, pp. 444-452.
- Kutzinsky, V. (1993). *Sugar’s Secrets: Race and Ethnicity in Cuban Nationalism*. Charlottesville: Virginia University Press.
- Laguna Platero, A. y Reig Cruañes, J. (2015). *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Leclercq, C. (2004). *El Lagarto en busca de una identidad. Cuba: identidad nacional y mestizaje*. Madrid: Vervuert-Iberoamericana.
- Li, A. (2001). Matices históricos de la caricatura cubana. *Revista latinoamericana de estudios sobre la historieta*. 33, pp. 43-52.
- Lippman, W. (1922). *La opinión pública*. Madrid: Editorial Langre.
- Lipschutz, A. (1963). *El problema racial en la conquista de América y el mestizaje*, Santiago de Chile: Editora Austral.
- Llera, J. A. (1998-1999). Prolegómenos para una teoría de la sátira. *Tropelías*. 9-10, pp. 281-293.
- López-Beltrán, C. (2008). Sangre y temperamento: pureza y mestizajes en las sociedades de castas americanas. En Gorbach, F. y López Beltrán, C. (eds.). *Saberes locales: ensayos sobre historia de la ciencia en América Latina*. México: El Colegio de Michoacán, pp. 289-342.

- Mañach J. (1940). *Indagación del Choteo*, La Habana: Imp. La verónica.
- Marqués de Armas, P. (2014). *Ciencia y poder en Cuba. Racismo, homofobia, nación (1790-1970)*. Madrid: Editorial Verbum.
- Martínez Utrera, F. (2012). El lenguaje visual de anís del mono como código pictórico en el arte del Siglo XX, *Icono. Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 14. Vol. 10, pp. 326-345.
- Martínez Gallego, F. A. (2010). Discurso satírico y discurso político hegemónico: confrontaciones y emergencias. Una periodización. En Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F.A., y Gómez Mompert, J.LI., *La risa periodística: teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 21-37.
- Méndez Gómez, S. (2015). Tremendísima mulata. Identidad racial, nacional y de género en la cultura visual cubana decimonónica. En López Guzmán, R., Guasch M., y Romero Sánchez, G. (eds.). *América: cultura visual y relaciones artísticas*. Granada: Universidad de Granada.
- Molés Pintor, C. (2012). *El moro Muza: una espada periodística en la Cuba colonial (1859-1877)*. Trabajo Fin de Master. Universitat Jaume I.
- Moreno Friginals, M. (1974). *El ingenio. Complejo Económico social cubano del azúcar*. La Habana: Crítica.
- Olívar, D. y del Valle, J. (2011). *El mito de la mujer caribeña*. Madrid: La discreta.
- Ortiz, F (1926). *Los negros curros*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales. 1995.
- Pérez Vejo, T. (2012). ¿Se puede escribir historia a partir de imágenes? El historiador y las fuentes icónicas. *Memoria y sociedad*. 32, pp. 11-25.
- Pichardo, E. (1862). *Diccionario provincial casi razonado de voces cubanas, 3ª edición notablemente aumentada y corregida*. La Habana: La Antillana.

- **Portocarrero, G.** (2013). La utopía del blanqueamiento y la lucha por el mestizaje. Grimson, A. y Rivaseca, K. (coord.). *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 165-200.
- **Provencio Garrigós, L.** (1997). Un claroscuro ilustrado: mujer y educación en la Cuba de principios del siglo XIX. Rodríguez Sánchez, Á. y Peñafiel Ramón, A. (ed). *Familia y Mentalidades. Historia de la Familia. Una perspectiva sobre la sociedad Europea*. Murcia: Universidad de Murcia servicio de publicaciones, pp. 131-144.
- (2011). La trampa discursiva y el elogio a la maternidad cubana del siglo XIX. *Americanía*. 1, pp. 42-73.
- **Rodríguez Bolufé, O. M.** (2006). La paradoja de las miradas. Interpretaciones del imaginario colectivo del Caribe hispano a partir de la obra de un costumbrista español en Cuba. En Martínez, J.M., *Arte americano: contextos y formas de ver*. Santiago de Chile: Ril editores, pp. 201-208.
- **Rojas Mix, M. A.** (1978). *La plaza mayor: el urbanismo, instrumento de dominio colonial*. Barcelona: Muchnik.
- **Roldan de Montaud, I.** (2001). *La restauración en Cuba. El fracaso de un proceso reformista*. Madrid: CSIC.
- **Rubira García, R.** (2011). Usos comerciales de la caricatura en Cuba: Conrado Walte Massaguer y la revista 'cinelandia' como dispositivo para la construcción de la hegemonía del 'star system' hollywoodense en la isla. *Index. Comunicación*, 1, pp. 145-169.
- **Sánchez Baena, J.J.** (2009). *El terror de los tiranos: la imprenta en la centuria que cambió Cuba (1763-1868)*. Castellón: Universidad Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones.
- **Saumel, R. E.** (2012). *Choteo, irreverencia y humor en la cultura cubana*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- **Sebrelli, J.** (1992). *El asedio a la modernidad. Crítica del relativismo cultural*. Barcelona: Ariel.

- Stolcke, V. (1992). *Racismo y sexualidad en la Cuba colonial*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2007). Los mestizos no nacen sino que se hacen. En Stolcke, V. y Coello, A. (eds.). *Identidades Ambivalentes en América Latina*. Barcelona: Bellaterra, pp. 14-51.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*, U.S.A. Cambridge University Press.
- Thomas, H. (2001). *Cuba: la lucha por la libertad*. Madrid: Debate.
- Valdés Bernal S. (1998). *Lengua nacional e identidad cultural del cubano*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Valdés García, F. (2004). El Caribe: integración, identidad y choteo. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 27, pp. 49-60.
- Villaverde, C. (1882 [2013]). *Cecilia Valdés o la Loma del Ángel*. USA: Stockcero.
- Viveros Vigoya, M. (2008). La sexualización de la raza y la racialización de la sexualidad en el contexto latinoamericano actual. En Careaga, G. (ed.). *Memorias del 1er. Encuentro Latinoamericano y del Caribe. La sexualidad frente a la sociedad*. México D.F., pp.168-198.
- Wade, P. (2014). Raza, ciencia, sociedad. *Revista Interdisciplina*. 2 (4), pp. 35-62.

La crítica satírica durante la República de Weimar: reformulando la vanguardia a través de la cultura de masas

Satirical criticism during the Weimar Republic: reshaping avant-garde through mass culture

Ana Rodríguez-Granel

(Universitat Oberta de Catalunya)

[arodriguezgrane@uoc.edu]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación

2015, 12, pp. 171 - 201



Resumen

Durante la República de Weimar, en el marco del clima de agitación política y de crisis económica, algunas producciones culturales asumieron ciertos tintes satíricos. En este artículo se analiza cómo figuras ligadas a la vanguardia artística y al marxismo generaron una vía que permitió articular su postura crítica con nuevos parámetros modernos, rechazando las dinámicas del expresionismo y del misticismo de fin de siglo.

Abstract

During the Weimar Republic, in the reigning climate of political agitation and economic crisis some cultural productions turned to a certain degree to satire. This paper addresses how figures linked to the artistic avant-garde and Marxism opened a channel that allowed them to articulate their critical stance with new modern parameters, rejecting the dynamics of fin-de-siècle expressionism and mysticism.

Palabras clave

Izquierda política, expresionismo, Brecht, Nueva Objetividad, Zille Films, nacionalsocialismo

Keywords

Political left, expressionism, Brecht, New Objectivity, Zille Films, National Socialism

Recibido: 14/04/2015

Aceptado: 18/05/2015

Sumario

1. Introducción
2. Estado de la cuestión: el dilema de Weimar
3. El gusto weimariano por lo satírico: entre la censura y la agitación política
4. El contexto postbélico de la República: la sátira contra el expresionismo
5. El giro cultural de la Nueva Objetividad: reconsiderar la cultura de masas
6. Homenajes a Heinrich Zille: *Berlin Alexanderplatz*
7. Sátiras cinematográficas en Bertolt Brecht: *La comedia de la vida y Kuhle Wampe*
8. Conclusiones
9. Bibliografía

Summary

1. Introduction
2. State of the art: the Weimar's dilemma
3. The Weimar's taste for satire: between censorship and political agitation
4. The post-war context of the Republic: satire against expressionism
5. The cultural shift of New Objectivity: reconsidering mass culture
6. Tributes to Heinrich Zille: *Berlin Alexanderplatz*
7. Bertolt Brecht's satirical films: *Three Penny Opera and Khule Wampe*
8. Conclusions
9. References

1. Introducción

En este artículo se analizarán los vínculos entre el devenir histórico de la República de Weimar y el giro cultural que tiene lugar en esos años. A través de los casos de estudio: *La comedia de la vida (Die 3 Groschenoper*, Georg W. Pabst, 1931); el homenaje a Heinrich Zille: *Berlin Alexanderplatz* (Phil Jutzi, 1931); y *Vientres helados (Kuhle Wampe oder: Wem gehört die Welt?*, Slatan Dudow, 1932); se visibilizará cómo el proceso de industrialización y cierta estabilidad económica sumadas a la tecnificación y modernización de la sociedad alemana dialogan con el incremento de polarización política y de politización de la cultura. Veremos cómo el uso de elementos satíricos en estas obras señala la integración de nuevos paradigmas provenientes de la Nueva Objetividad, el rechazo del expresionismo, la reconsideración por la cultura de masas y la cultura popular en un uso renovado del montaje vanguardista.

A lo largo del texto se intentará comprender el contexto que precede a la República de Weimar para analizar cómo la proliferación de elementos satíricos articulan el contra-discurso de la izquierda en el efervescente clima de agitación ante la crisis política y económica. Tanto el periodismo gráfico como ciertas producciones fílmicas de principios de los años treinta responden a un giro cultural que puede ser explicado a través del rechazo a ciertos valores de la tradición germana que explotó el expresionismo. Por un lado, se planteará el uso de la sátira como respuesta ante la saturación utopista y los excesos de misticismo que colmaron el período inmediatamente anterior, los años colindantes a la Primera Guerra Mundial. Por otro lado, se observará cómo la urgencia política vehiculó el discurso crítico elaborado desde la cultura de masas ante el avance de la violencia lingüística del nacionalsocialismo y los flancos conservadores.

2. Estado de la cuestión: el dilema de Weimar

Este análisis se ubica en el marco de los estudios sobre la historia cultural que han focalizado su interés en el período de entreguerras, con particular

atención sobre el contexto germano en tanto que marco paradigmático para el estudio de las contradicciones de la modernidad ante el auge de los fascismos europeos. Nos referimos aquí a obras pioneras en el análisis histórico de la República de Weimar como las de Armin Mohler (1959); compilaciones como las de Keith Bullivant y Richard Hinton (1977); Anthony Phelan (1990); obras relativamente nuevas como las de Eric Weitz (2009); o, en el contexto español, la investigación de José Ramón Díez Espinosa (1996). Todas ellas se insertan en el giro historiográfico que, tras la Guerra Fría, propuso un renovado interés por cuestiones culturales y simbólicas partiendo de las metodologías de la historia social presentes en los estudios de figuras como Jurgen Kocka o George Mosse.

De este modo, durante los últimos veinte años se han multiplicado los análisis sobre las prácticas artísticas, las formas de vida y la cultura popular, en un periodo marcado por fuertes tensiones expresadas en una explosión creativa en el ámbito artístico: el fotoperiodismo, el teatro o el cine. Los estudios culturales y la historiografía del cine que se han ocupado del contexto weimariano se han nutrido de esa metodología multidisciplinar que conjuga los nuevos aportes historiográficos con los estudios de comunicación y estudios de la vida cotidiana. Obras memorables, como las de Eric Weitz, han aportado una mirada más compleja sobre el periodo de Weimar, por ejemplo, desbancando hipótesis ya superadas que consideraban las prácticas artísticas del periodo como una premonición diabólica de lo que estaba por venir (Kracauer, 2008; Eisner, 1996) y situándose en el cruce entre la historia intelectual, la sociología y la cultura, centrando su interés en desentrañar los vínculos entre prácticas artísticas, políticas y mediáticas en la configuración de las sociedades modernas.

La modernidad weimariana presenta un caso de estudio peculiar en este sentido. Junto al auge del nacionalsocialismo que también beberá de un *modernismo programático* en su proyecto político y social (Griffin, 2012), habían llegado con la República los aires de liberación sexual, nuevas formas de ocio y la exaltación de una sociedad de masas en el cosmopolita Berlín. Una metrópolis que concentraba a su vez un altísimo índice de desempleo y hambre que conducirá a muchos jóvenes obreros al suicidio. Se verá cómo, a través de la sátira y la incorporación de innovaciones estéticas, estas contradicciones quedan representadas en los casos de estudio analizados.

3. El gusto weimariano por lo satírico: entre la censura y la agitación política

En lo que respecta a la tradición irónica, durante la época guillermina, revistas satíricas como *Simplicissimus* y *Kladderadatsch* fueron los portavoces críticos de los flancos liberales y demócratas alemanes (Taylor, 1984). Ambas revistas de gran popularidad llegarían a jugar un rol importante en la configuración de una disidencia progresista alemana y una vía de escape para el descontento político en tiempos del Kaiser. Sin adentrarnos en un análisis teórico de la sátira, de acuerdo con Northop Frye (1977), es capital entender la sátira como una “ironía militante”. Es decir, un juego de sentidos enraizados en referentes contextuales, políticos, morales, culturales, etc., contra un objeto de ataque (Berger, 1998, p. 256).

Sin embargo, el giro a la derecha o las exaltaciones patrióticas de la Gran Guerra y el simple desgaste de ambas publicaciones en la época weimariana denotan un cambio de rumbo en los gustos y demandas de la época de entreguerras. A partir de 1918, la apertura democrática y sus múltiples deficiencias constituyen un periodo caracterizado por una fuerte censura sobre la escena cultural. En el caso del cine, debido a la gran proliferación de películas pornográficas, se justificó que tras 1919, los responsables de la industria colaborasen en la instauración de Oficinas Censoras en Berlín y Múnich. Las regulaciones de este tipo pretendían mantener cierta calma en el delicado orden público alemán, dejando fuera de lugar cualquier película ligada a la agitación comunista o socialista (Welch, 1981, p. 18).

Estas restricciones eran de esperar en un sector donde casi todos los estamentos funcionariales, en los niveles medios y altos de las principales instituciones, mantenían el mismo personal que atendía el sistema imperial anterior a 1918 (Weitz, 2009, p. 383). También en el cabaret berlinés, la obra de Kurt Tucholsky o la de Walter Mhering (citadas en Jelavich, 1993, p. 118) sufrieron una represión considerable que chocaba a su vez con las demandas de agresividad de un clima cada vez más radicalizado políticamente (Jelavich, 1993, p. 135). Con todo, veremos cómo el contexto cultural de la izquierda alemana durante los años de la República establece fuertes vínculos con esa tradición satírica y con el clima de agitación política.

Sin ir más lejos, Brecht y su compañero Kurt Weil provenían de ese sustrato de la literatura irónica. Sin embargo, la diferencia capital respecto a posturas anteriores recaerá en la conciencia marxista y la elaboración de unos métodos derivados de una reformulación de las vanguardias a través de las posibilidades que permiten las nuevas tecnologías y los nuevos medios de reproducción como la radio o el cine. Es decir, como comenta Roland Taylor (1977), los métodos satíricos no se ocuparán de atacar la moralidad burguesa sino que entienden la problemática desde un punto de vista estructural, integrando el plano ideológico a las fuerzas sociales que lo condicionan (p. 185).

Otro síntoma de ruptura respecto a la época guillermina, lo podemos encontrar en la distancia respecto a la figura de Karl Kraus. Kraus dejará un importantísimo legado que será recogido por el método del distanciamiento brechtiano, basado en la crítica como crítica del lenguaje y explicitado al desvelar los lugares comunes a través del juego irónico y la contradicción. Un gesto de ruptura respecto a esa tradición lo encontramos en la actitud de los artistas satíricos de Weimar, como Alfred Döblin, Bertold Brecht o Piel Jutzi, que desechan por completo las aspiraciones decadentistas de Kraus por restaurar una sociedad y un lenguaje originarios o primigenios desde la atalaya de la élite cultural. Si algo caracteriza la crispación postbélica de muchos artistas será el rechazo a las ínfulas misticistas o pangermanistas que se cosechaban desde el nacionalismo conservador o desde el idealismo de izquierdas. Como ha señalado Anthony Wayne (2007, p. 67), este rechazo vendrá acompañado de todo un cambio de gustos ante la necesidad de abrirse a los movimientos populares y a las tendencias de una sociedad democrática y plural.

Este giro cultural implica nuevas variables: una reconsideración de la cultura de masas y una mayor experimentación con el lenguaje bajo unas coordenadas nuevas de afirmación de la modernidad. Un espíritu que, de forma nominal, apela a corrientes artísticas como la Nueva Objetividad, en su gusto por la mediación tecnológica y el giro hacia el realismo social.

4. El contexto postbélico de la República: la sátira contra el expresionismo

Según el historiador Jürgen Kocka (2002, p. 164), el problema de la deriva histórica de Weimar residía ya en el Estado autoritario construido

por Bismarck. Una serie de déficits determinarán la fragilidad democrática de la República de Weimar cuya constitución derivada del anterior modelo monárquico-parlamentario y del sistema de voto directo, con las reformas legítimamente permitidas por la arquitectura jurídica, acabarán por permitir el ascenso e irrupción del nacionalsocialismo.

En lo que respecta al discurso político y a los temas culturales, las energías de la intelectualidad desde el II Reich se habían nutrido del impulso regenerador que colmará la Primera Guerra Mundial y que tiene su origen en el idealismo, pasando por Nietzsche. El discurso romanticista de vuelta a una comunidad perdida, se difundió tanto hacia el flanco de la derecha como el de la izquierda. Los años treinta llegan cargados o, hasta cierto punto, hastiados ante el misticismo de la revolución conservadora tipificada en la poesía militarista de Erns Junger. Desde finales de siglo habían emergido multitud de movimientos y propuestas regeneradoras ligadas al nacionalismo alemán.

Algunos, cargados de extravagancia, fueron los neopaganistas del Círculo Cósmico de Múnich de Alfred Schuler y Ludwig Klages, los *Blutleuchte* (Luminaria de sangre) o los grupos juveniles anti-burgueses de los *Wandervögel*, todos ellos diferentes entre sí pero comunes a la época guillermina en su apuesta por formas de vida alternativa y por la crítica a los valores liberales (Frank, 2004, p. 311). También la izquierda pro-soviética que llevó a cabo la revolución de noviembre participó en la oleada romántica. Figuras ligadas a la *Räterepublik* como Gustav Landauer o Ernst Toller (Eugene, 1973; Weinstein, 1990) abanderaron un retorno al idealismo alemán por la vía marxista¹.

¿Podemos entonces entender la proliferación de la sátira durante los años de Weimar como una reacción a los excesos del misticismo conservador o revolucionario y al desgaste del lenguaje expresionista? La problemática que gravitó sobre la distinción de la *Kultur* alemana ante la *Civilización* afrancesada, aparece ahora puesta en crisis gracias a la reacción contra la retórica idealista a través de la sátira. Observaremos aquí qué elementos entran a jugar un rol

1 Una vía representada por revistas filo-anarquistas como *Der Kampf* y más tarde la libertaria *Die Aktion*, canalizadora del expresionismo más politizado y pacifista; la expresionista *Der Sturm*, más dedicada a asuntos artísticos y *Die Weissen Blätter* o *Sirius*, con gente cercana a la liga espartaquista, tenían como objetivo principal el rechazo al conflicto armado y abrigar el camino para un compromiso político de la intelectualidad nacional y europea. Factor que lleva a algunos a renegar de su nombre germano, caso de John Heartfield, Georg Grosz.

capital en este cambio de rumbo de la cultura germana cuando, incluso, años más tarde, Alfred Kurella llegue a culpabilizar al expresionismo de instigador del fascismo (Loreto Vilar, 2011). Desde dentro del mismo movimiento expresionista, algunos artistas ya en 1921 publicaron una serie de artículos en torno a *La muerte del movimiento* poniendo de manifiesto su contribución al fracaso de la revolución alemana de 1919 (Sánchez, 1989, p. 20).

Desde esta crisis de valores aparecerá la primera reacción contra algunos parámetros expresionistas como fue el dadaísmo. De hecho, a partir de 1918, los dadaístas atacarían la hipocresía de aquellos expresionistas que se intentaron desvincular del sustrato popular de la cultura de masas al pensar en una revolución promovida desde la elite cultural burguesa. En este sentido, el manifiesto de Berlín de 1918 redactado por Richard Huelsenbeck exclamaba:

¿Ha satisfecho el expresionismo nuestras esperanzas en un arte que sea un balotaje de nuestros asuntos más vitales? ¡No! ¡No! ¡No! ¿Han satisfecho los expresionistas nuestras esperanzas en un arte que nos queme en la carne la esencia de la vida? ¡No! ¡No! ¡No! Los expresionistas en la literatura y en la pintura se han agrupado, bajo el pretexto de la interiorización, en una generación que en la actualidad espera ya ansiosamente su apreciación literaria e histórico-artística y es candidata a un honroso reconocimiento de los ciudadanos. Bajo el pretexto de propagar el alma se han acostumbrado, en su lucha contra el naturalismo, a los gestos patético-abstractos, que tienen como presupuesto una vida carente de contenido, cómoda e inamovible. (...) El odio contra la prensa, el odio contra los anuncios, el odio contra la sensación habla a favor de hombres, para los que su sillón es más importante que el ruido de la calle y sacan partida de ser engañados por cualquier chanchullero de vía estrecha (González, Seraller y Fiz, 2009, p. 205).

El movimiento fue originariamente creado en Zúrich en 1916 por Hugo Ball, Tristan Tzara, Hans Arp, Marcel Janco y Richard Huelsenbeck en el Cabaret Voltaire. La crítica de Dada era absoluta y emergía de los acontecimientos

de la Primera Guerra Mundial y no como una revolución purificadora del que resurgiría una nueva nación alemana, sino como constatación del fin de la utopía idealista:

Estábamos de acuerdo en que la guerra había sido urdida por los diferentes gobiernos por las razones más autocráticas, sórdidas y materialistas; los alemanes conocíamos el libro *J'accuse*, pero sin él tampoco habiéramos tenido la más mínima confianza en la decencia del Kaiser alemán y de sus generales. (...) Ninguno de nosotros tenía en mucha estima esa clase de coraje que consiste en hacerse matar en nombre de una nación que, en el mejor de los casos es un cartel de comerciantes en pieles y de avariciosos traficantes en cuero, y en el peor, una asociación cultural de psicópatas que, como han hecho los alemanes, iban con un libro de Goethe en las mochilas mientras ensartaban franceses y rusos en sus bayonetas (Chipp, 1995, pp. 404-409).

Los fundadores del grupo de Berlín, Franz Jung, Raoul Hasuman y Otto Gross, tendrán un sustrato político mucho más acusado que el resto de grupos (París, Colonia, Nueva York) y se distinguieron por el fuerte componente psicoanalítico, la adhesión al anarquismo y la final afiliación al KPD (Partido Comunista Alemán). Huelsenbeck (citado en DeMicheli, 1983, p. 169) señalaba que en los orígenes del movimiento, mientras algunos no hacían distinción entre dadaísmo y arte abstracto (en Suiza, Francia e Italia), los alemanes asumirían un carácter político muy definido (comunismo radical) contra el movimiento expresionista.

Los focos de acción fueron la revista artística *Der Sturm* –fundada por Herwarth Walden en 1910 en Berlín– junto a la revista de crítica política, literatura y arte *Die Aktion* que, a su vez, fueron dos de las más influyentes revistas culturales del período. Ciertamente, Dadá evolucionó para llevar a sus últimas consecuencias la negación vanguardista. Si el expresionismo aún creía en el arte, el dadaísmo ya no encuentra su sentido más que para someter al arte al más completo absurdo. Se trataba de llevar a cabo aquella crítica total nietzscheana donde el mismo Dadá manifestaba su propia condena a

muerte, era la *rebelión de los no creyentes contra los descreídos* (DeMicheli, 1983, p. 171).

De este modo, el dadaísmo se nos presenta como el gran paradigma satírico desde el campo artístico. En este sentido Bürger afirmaba que se trataba del más radical de los movimientos de vanguardia donde ya no se critica las tendencias artísticas precedentes, sino toda la institución arte (2000, p. 62), dando al traste con cualquier dialéctica y reduciendo al ridículo los propios códigos artísticos.

Sin embargo, un elemento es relevante aquí por su distancia respecto a la tradición prebélica, y es que en su crítica contra el utopismo, el dadaísmo dejaba de lado el menosprecio a la cultura moderna y se situaba a favor del potencial de los medios de comunicación. Insertas en la cultura de masas, diversas propuestas vinculadas a este grupo asumirán el uso del montaje fotográfico o cinematográfico como medio idóneo para desestructurar las convenciones del lenguaje.

Entendamos esta proliferación de la literatura satírica a través de los cabarets, del teatro o el cine, como un aspecto más del proceso de modernización y democratización de la República de Weimar que vivió parejo al ascenso de posturas anti-liberales y un marcado autoritarismo en sus instituciones. Al respecto comenta Eric Weitz:

La política se hacía en voz alta, en medio de protestas, sin ningún control y, para mayor sorpresa, democráticamente. Era raro que hubiera un partido político que no consiguiese votos suficientes para estar representado en el Reichstag. (...) hasta los más encarnizados enemigos de la República contaban con sus propios periódicos y organizaban manifestaciones. (...) En la década de 1920, partidos y movimientos de todos los colores recurrieron a los medios de comunicación de masas y a las nuevas formas de hacer arte –radio, fotomontajes, altavoces, incluso películas. (...) La política se convirtió en un fenómeno de masas (2009, p. 69).

Las formas de ocio y la cultura de masas pasarán a ocupar un puesto privilegiado en la *Bildung* alemana –proceso de autoformación cultural–. La

idea de una cultura o cosmovisión proletaria, *Weltanschauung*, que evitara el dominio cultural de clase, se extendía desde las asociaciones de coros y la música hasta los espectáculos de variedades, el cabaret berlinés y el teatro; y reuniría a teóricos como Hanns Eisler en las asociaciones de música popular, Bruno Schölkank y Martin Gleisner en la comedia musical, Ernst Piscator y Brecht junto a Kurt Weil en el teatro, etc. (Burns y Van der Hill, 1990, pp. 190-248).

En este sentido, el éxito más relevante fue el de Willi Münzenberg² con la creación del imperio mediático del KPD. Un entramado de empresas mediáticas entre las cuales destacó la revista ilustrada *AIZ*. Vinculada a la agencia fotográfica *Vereinigung der Arbeiter-Fotografen* (Asociación de fotografía obrera, 1924-1938), el éxito de *AIZ* se debió al apoyo recibido por el *Komintern*. La revista nació de un concurso de fotografía proletaria propuesto por *Der Arbeiter-Fotograf*, creando una especie de plataforma para el periodismo colectivo a través de la publicación de fotografías hechas por los obreros sobre sus experiencias y desde sus puntos de vista. La *AIZ* parecía cumplir las formas de la praxis que Walter Benjamin (1975) preconizara en relación al autor como productor³. De la experiencia de la *AIZ* surgiría la colaboración regular con el dadaísta John Heartfield y sus sátiras basadas en el fotomontaje que frecuentemente vestían la portada⁴.

- 2 Hacia 1920 Münzenberg había levantado toda una serie de publicaciones periódicas políticas como el *Mahnruf Der rote Aufbau* con 80.000 y 140.000 suscriptores; revistas humorísticas como *Der Eulenspiegel* de 115.000; el *Neuer Deutsche Verlag*; el diario *Berlina am Morgen*; el *Neue Montags-Zeitung* y el antiimperialista *Der kommende Krieg*. El *AIZ* llegaría a tener medio millón de suscriptores (Plummer et al., 1982, p. 287).
- 3 En este caso, productores y lectores de la revista eran los mismos suscriptores, es decir, la clase obrera produciendo su propia esfera pública. Esta actividad de la *AIZ* tuvo grandes repercusiones sobre el fotoperiodismo obrero de los años treinta, ayudando por ejemplo a generar grupos similares en toda Europa, EEUU y junto al muralismo mexicano (Eskildsen, 1980).
- 4 Además de los experimentos de *Fotokonfrontationen*, Heartfield desarrollaría su idea sobre una cultura de masas y el uso de la tecnología para organizar a las masas, de donde surgirían sus experimentos con radio, fonógrafo y cámara, que llegarían a fotógrafos amateurs y diseñadores de Madrid, Barcelona y París gracias también al trabajo de su hermano Wieland Herzfelde (Cuevas-Wolf, 2009).

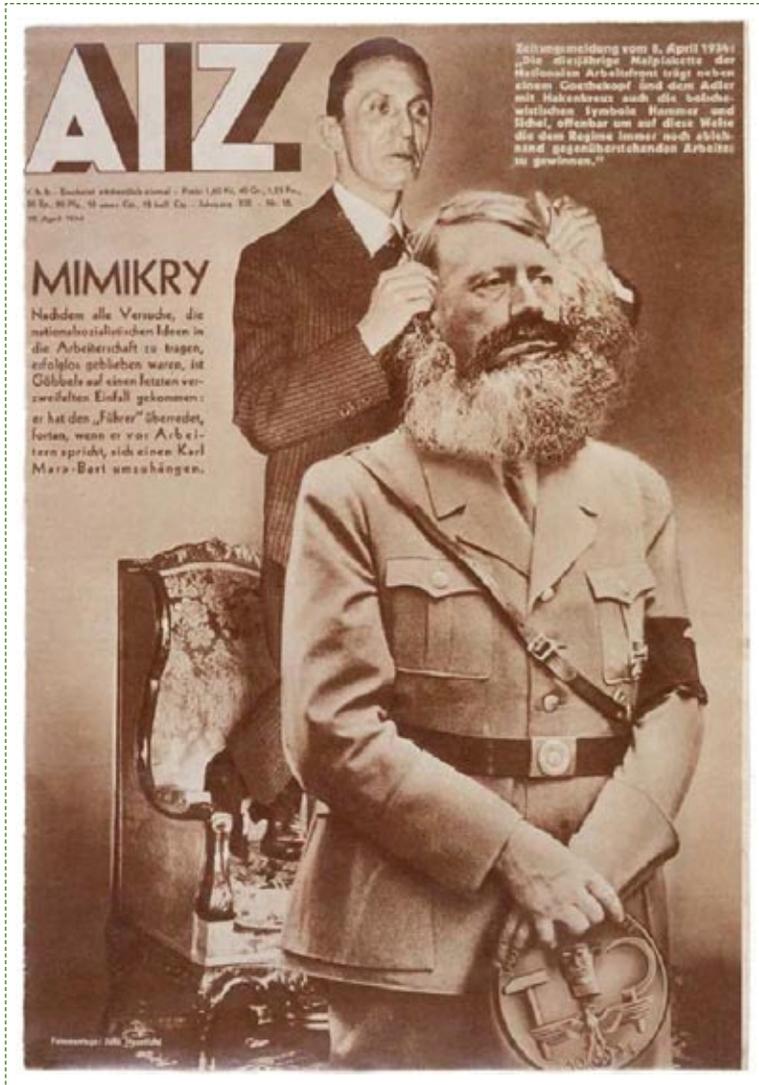
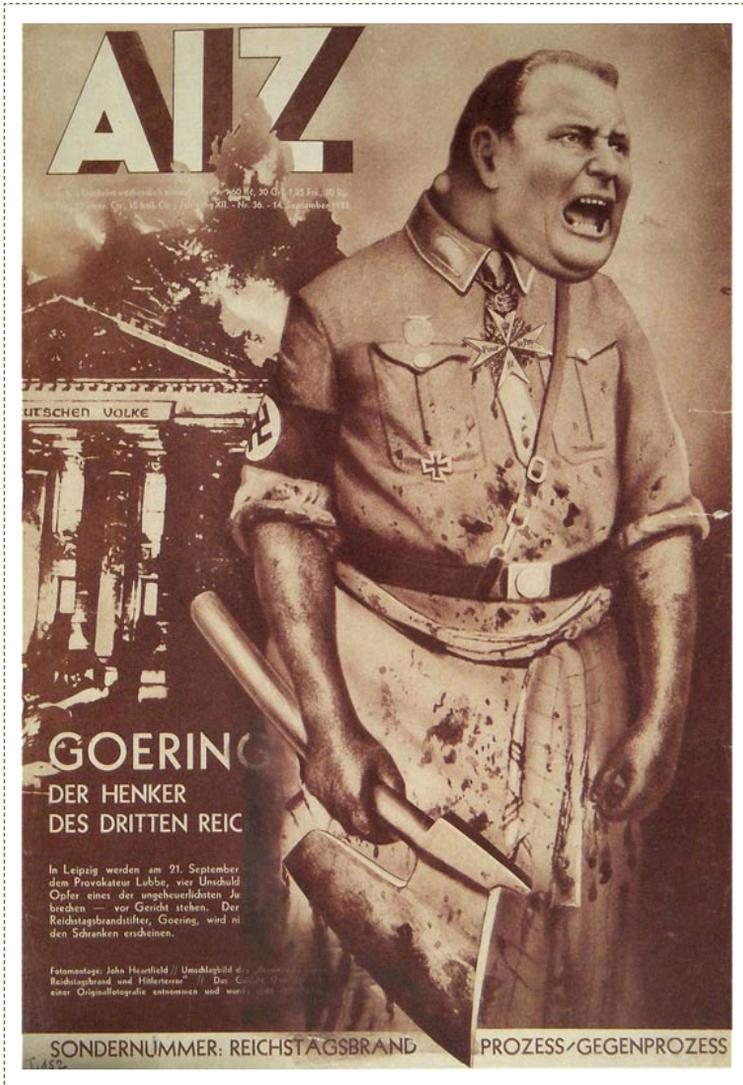


FIGURA 1

Mimikry [mimetismo], obviamente en referencia al discurso marxista depurado por los fascismos en AIZ nº 16, el 19 abril de 1934: *Noticia de prensa del 8 de abril de 1934: Aparte de un busto de Goethe y el águila con la esvástica, este año la medalla del 1 de Mayo del Frente Nacional del Trabajador lleva también los símbolos bolcheviques del martillo y la hoz, aparentemente para ganarse así a los obreros que todavía se encuentran en oposición al régimen.*



[E - ISSN : 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación 12 (2015) pp.171-201]

Y Göring, der Henker des Dritten Reichs [Goering, el ejecutor del Terder Reich] en AIZ nº 36, el 14 Septiembre de 1933.



FIGURA 2

Der Sinn des Hitlergrusses: Kleiner Mann bittet um grosse Gaben Motto: Millionen Stehen Hinter mir! [El sentido del saludo hitleriano: pequeño hombre pide grandes dádivas. ¡Hay millones respaldándome!] Portada de Heartfield para AIZ nº 42, 16 de octubre de 1932 tras la obtención de 230 escaños de los nazis en el Reichstag.

El salto de dadaístas como Heartfield a la sátira política se puede ubicar en la tendencia generalizada hacia el realismo social. En el ámbito cinematográfico, el monopolio expresionista de la UFA, que había apelado a un espíritu nacional-romántico, va dando lugar a un abandono de las fuentes literarias de la alta cultura para instaurar temas y estéticas más populares y a las productoras insertas en cierta tendencia de izquierdas. De igual forma, el naturalismo del *Kammerspiel*, basado en la tradición teatral y en una ambientación en espacios delimitados, se verá suplantado por el realismo social de la Nueva Objetividad.

Efectos visuales de shock y experimentaciones con el montaje establecen fuertes lazos con el documentalismo experimental, los movimientos pictóricos y las tendencias fotográficas *De Stijl*, *Neues Sehen* o *Neue Optik*. Esta oposición estética al expresionismo y la mirada sobre temas y ambientes sociales, se han explicado por la llegada del sonido en 1929 y del cine americano a partir de los años veinte. En palabras de Anton Kaes (1987), “in 1926, democratic film-writing was distinguished from aristocratic book-writing by being dubbed art from down below” (p. 33).

5. El giro cultural de la Nueva Objetividad: reconsiderar la cultura de masas

Vemos cómo los antiguos estertores románticos de un arte capaz de asumir la tarea de regeneración social y política van quedando de lado a partir de los años veinte. En este momento toma relevancia una estética materialista, sobre todo desde el flanco comunista, que entendió que la posibilidad de generar una cultura popular progresista iba ligada a la aceptación de la cultura de masas como espacio legítimo y cultural de la clase obrera. De los intentos por reformular la vieja vanguardia emergerán propuestas de amplio espectro como las de La Nueva Objetividad.

La etiqueta *Neue Sachlichkeit*, nació ya como un concepto algo informe. Originalmente fue ideado en 1923 por G. F. Hartlaub, director de la galería Mannheim (Kaes et al., 1994, p. 491), para designar una exposición de pintura post-expresionista. Se trató en principio de una mera apuesta comercial para renovar el panorama artístico, basado en la criticable tarea de estetizar

la miseria (Benjamin, 1975, p. 122). Aún así, bajo esta tendencia básicamente dedicada a señalar un retorno al realismo social, se pueden comprender multitud de propuestas literarias o cinematográficas que, justamente gracias al montaje de los nuevos medios, permitían insertar elementos satíricos derivados de la yuxtaposición de imágenes o sonidos.

Se ha venido a decir que el objetivismo emergía como la respuesta cultural al periodo de frágil estabilidad económica de la República, comprendido entre mediados de los años veinte y treinta (Maldonado, 2002). Sin embargo, también se puede entender esta tendencia como la afirmación de una modernidad weimariana frente a las dinámicas conservadoras de la *Deutsche Kunstgesellschaft*. En el ámbito cinematográfico, el concepto de Nueva Objetividad no deja de ser igualmente resbaladizo o laxo. Pero si intentamos extraer un denominador común a tal expansión realista a través de la literatura, la arquitectura, el cine o la fotografía, podríamos hallar una renovada postura ante la mediación de la técnica.

A diferencia de los suspiros decadentistas de Kraus, se trataba aquí de instaurar nuevas formas de ver y pensar la realidad acorde a los nuevos tiempos. El velo utopista, la promesa de felicidad o la renovación espiritual, quedaban desbancados ante la consolidación de una Alemania moderna. Y este fenómeno, ligado a la industrialización de los años veinte y el entusiasmo por la tecnología, atañe sobre todo a un centro urbano y cosmopolita como fue el Berlín de los años previos a la toma de poder nacionalsocialista.

Los casos mencionados aquí: *Berlin Alexanderplatz*, *La comedia de la vida* y *Khule Wampe*, pueden insertarse en ese marco de la Nueva Objetividad, entendida como una negación de la vanguardia expresionista, como una vuelta a la materialidad de las cosas, abrazando la cultura de masas y el cosmopolitismo en contraposición a la vieja *Kultur* del intelectualismo conservador (Kaes et al., 1994, p. 551). En ese ambiente weimariano, de culturas polarizadas políticamente, entre antidemócratas y liberales, se tensionaba un ambiente donde convivían nuevas tolerancias y moralidades junto a los defensores de los antiguos valores germanos y se radicalizaron posturas como las de Heinrich Zille, Georg Grosz, Otto Dix o Käthe Kollwitz (Fulbrook, 2015, p. 36).

6. Homenajes a Heinrich Zille: *Berlin Alexanderplatz*

Por lo que respecta a la película sonora de Piel Jutzi *Berlin Alexanderplatz* (1931), su factura realista denota un alejamiento total de lo que había sido el expresionismo de los primeros veinte. Incluso podríamos decir que *Berlin Alexanderplatz*, en su incorporación de parámetros vanguardistas en la novela popular, es toda una crítica contra la institución literaria –contra el *Bildungsroman*– (Koval, 2012) y una sátira contra el mito comunitario del nacionalismo alemán. En este caso se trataba de la adaptación de la obra de Alfred Döblin, quien colaboró en el guión, y que inauguraba el género moderno del *Gro_stadtroman* (novela urbana). El *Berlin Alexanderplatz* literario se caracterizó por el uso del alemán coloquial y el montaje experimental: introducía collages intertextuales y ambientes obreros, que venían a ser una problematización de las condiciones en las que se lleva a cabo la *integración social* del individuo (Koval, 2012, p. 37).

El antihéroe de la novela en el film es el maleante Franz Biberkopz, personaje inspirado en las viñetas de Heinrich Zille, el famoso caricaturista que daría nombre a los *Zille Films* como *Die Verrufenen* de Gerhard Lamprecht (1925) o *Mutter Krausens Fahrt ins Glück*, dirigida también por Piel Jutzi para Prometheus en 1929. El mismo Heinrich Zille se inserta cómodamente en la oleada verista de la *Neue Sachlichkeit* ya que, aparte de sus colaboraciones gráficas en semanarios satíricos como *Simplicissimus*, Zille fue famoso también por su fotografía social en barrios deprimidos.

El cine de la Nueva Objetividad, coincidiendo ya con el cine sonoro y donde pueden ubicarse los *Zille Films*, abrían la veda a narrativas innovadoras y cercanas a la crítica. Factor que finiquitaba ya el gusto por los cuentos de hadas o la fantasía del cine expresionista.

En el *Berlin Alexanderplatz* de Jutzi, Biberkopz acaba de salir de la cárcel para empezar una vida nueva pero a pesar de su perseverancia será traicionado por una banda de criminales una y otra vez.

En cuanto a la reinserción de Biberkopz en la sociedad, la ciudad se nos presenta a través de secuencias documentales y tomas directas que señalan una nueva forma de articular lo documental en la estructura narrativa, adquiriendo Berlín un carácter poco idealizado. Es la ciudad de los suburbios

como entorno material que atraviesa las formas y las condiciones de vida. El montaje rítmico sirve a Jutzi para señalar la alienación a la que está sometido el Sr. Biberkopz, donde las tomas “objetivistas” no conforman un accesorio gratuito al seguimiento de la trama sino que sirven para poner de manifiesto ciertas contradicciones sociales que atraviesan la República de Weimar.

Satirizando sobre diversas paradojas culturales y urbanas, encontramos la pompa de la boda entre dos grandes burgueses ante la expectante clase obrera: la escena violenta en el bosque, entre el adinerado Reinhold y la novia de Biberkopz, que caricaturiza el binomio idílico alemán campo/ciudad, mientras cruzan unos ajenos *Pfadfinder* o *boy-scouts* –símbolo del movimiento juvenil *Wandervögel*–. El montaje cinematográfico sirve a la construcción de escenas irónicas como el cartel de prohibido llevar trajes de baño en las playas; o en la mezcla del lenguaje publicitario y del discurso político que Franz Biberkopz utiliza en su puesto de ventas donde las pinzas de corbata se ponen al servicio de la reconciliación de clases. El final agrio de la película deviene en un sarcasmo de las esperanzas democráticas: la buena voluntad de los alemanes que, en una resonancia del proyecto moderno auspiciado por Immanuel Kant, deben decidir por sí mismos cuál es su deber en la nueva forma de Estado constitucional que no les ampara.

7. Sátiras cinematográficas en Bertolt Brecht: *La comedia de la vida y Kuhle Wampe*

A través de la figura de Brecht podemos encontrar otro ejemplo de crítica satírica dentro del espectro político de la izquierda. Para Brecht, en el escenario de entreguerras, “la lucha contra la ideología se ha convertido en una nueva ideología” (citado por Benjamin, 1975, p. 150). En esta lucha de contrarios, la praxis de Brecht, cercana a las reflexiones de Walter Benjamin, consistirá en elaborar un enclave crítico que escape del antagonismo ideológico y de la pátina política o *Tendenzkunst* (arte de tendencia) que extendía por todo el arte objetivista.

La reconsideración del cine como medio con posibilidades artístico-políticas va a conectarse con el legado de Kraus en tanto que el lenguaje, entendido como medio o como técnica, “enriquece las posibilidades de

expresión” (Brecht, 1979, p. 126). En el caso del cine producido por la izquierda, va a ser difícil encontrar prácticas realmente ácidas y transformadoras dentro de infraestructuras industriales que supongan ir más allá de las doctrinas de propaganda o de los mismos parámetros comerciales en los que funciona el cine hegemónico (Welch, 1981, p. 16).

De la incursión de Brecht en el cine habrá que determinar si realmente hubo oportunidad de casar sus teorías con los métodos de trabajo que la industria permitía. Curiosamente, fue él quien, consciente de esta incompatibilidad entre la existente industria del cine y sus apuestas críticas, tomó partido en la adaptación al cine de su sátira anticapitalista: *La ópera de cuatro cuartos* por la compañía Nero Films y Warner Bros, de la que se derivaría el texto *La ópera de cuatro cuartos: un experimento sociológico* (McCormick y Guenther-Pal, 2004). A partir de ese experimento fallido, Brecht llevó a cabo un análisis sobre las condiciones económicas de la producción artística. Tras el éxito de su obra en el teatro, la Nero había visto rentable su adaptación al cine, así que se hizo con los derechos y con la ventaja de renegociar con Brecht el guión y la dirección.

La Nero, a cargo de Heinrich Nebenzahl y Richard Oswald, había adquirido cierta fama por ser menos autocrática que otras productoras en el modo de gestionar la realización de filmes y dejar vía libre a los directores, siguiendo la estela que marcó Eric Pommer anteriormente con sus *films de calidad*. En esta compañía, cercana a los grupos de izquierda, trabajaba gente como G. W. Pabst, Fritz Kaufmann, Harry Piel o Robert Land. Pero a pesar de las supuestas libertades otorgadas a la hora de diseñar la película, Nebenzahl y Brecht no llegaron a ningún acuerdo sobre el proceso de producción y en agosto de 1930 la Nero rompía el contrato alegando factores económicos y políticos (Murray, 1990, p. 164) y le ofrecía a Béla Balázs finalizar el guión. Balázs y Pabst intentarían suavizar los métodos del Brecht aplicados a la *Umfunktionalierung*: una refuncionalización de piezas del repertorio teatral establecido. Brecht pretendía desarticular así la tendencia natural de la audiencia a identificarse con los personajes presentando los problemas argumentales bajo una forma completamente paradójica.

A partir de las desavenencias con la Nero, Brecht escribe su manifiesto desmantelando el debate cultural imperante que se veía sometido al binomio del cine como arte o industria: “It is not true that film needs art unless one creates a new idea of art” (citado por McCormick y Guenther-Pal, 2004, p. 117).

De este modo Brecht entiende que el desarrollo de un arte materialista ha de pasar primero por la comprensión de esa máquina social que es la realidad del cinematógrafo y, sólo después, emprender la tarea de transformar el mecanismo de esa máquina. De la lectura de estos fragmentos se desprende que la idea de máquina en Brecht funciona también como aparato, en el sentido institucional del término; este aparato regula y articula una serie de dispositivos que van desde lo representacional y lo tecnológico hasta sus determinaciones industriales. De este texto, se desprende, en nuestra opinión, una de las ideas más novedosas de la praxis brechtiana. Se tratará de detectar sobre qué mecanismos, tanto discursivos como materiales, descansa la industria cinematográfica para poder actuar políticamente en ella.

La crítica de Brecht intenta defender la necesidad de hacer posible las transformaciones en el interior del aparato para permitir el trabajo sobre la “superficie” del lenguaje. De forma cercana a Siemens, el objetivo primero era atender al proceso de transformación⁵ que ofrecen las producciones culturales en su medio (cine, radio, teatro), y atender a sus propias posibilidades más que abogar por un futuro teleológico a favor de cierta idea sobre el arte o el arte político. El carácter del manifiesto es de una gran agudeza en tanto que se encarga de desarticular todos los clichés y tópicos extraídos de la crítica de la época tales como: “El Arte contra el cine”; “El cine es un arte”; “La demanda del público”; “Cine como mercancía”; “Cine como distracción”⁶; “La dimensión humana debe jugar su papel en el cine”; “El film debe ser el trabajo de un colectivo”⁷; “Una película puede ser reaccionaria en el contenido y progresista

5 De esta comprensión de la totalidad material que afecta a los productos cinematográficos o artísticos, nos llevaría a comprender, según Brecht, su significación más profunda que consiste en “allowing nothing to be unrelated to anything else, but in connecting everything, just as it also delivers all people up to all people; it is precisely and quintessentially the process of communication.” (citado en McCormick y Guenther-Pal, 2004, p. 122).

6 En este punto sobre la división capitalista entre tiempo de ocio y tiempo de trabajo es interesante ver cómo Brecht, al comentar que el error no consiste tanto en entender el arte como algo abocado a la esfera de la producción como en entender que el arte puede crear una esfera al margen del sistema, introduce el concepto de *Einbeutung* o *implotación*. En este sentido, el espectador que va al cine o al teatro en calidad de espectador pasivo es un “explotador y un holgazán”, es víctima de una *implotación*, ya que actúa tanto como explotado y como explotador (citado en McCormick y Guenther-Pal, 2004, p. 123).

7 Brecht aquí habla del sentido “colectivo” utilizado por una industria cinematográfica que emplea

en la forma”; “La censura debe ser abolida por razones artísticas” y “La obra de arte es la expresión de una personalidad”.

Brecht se sintió atraído por el sustrato paródico del cine ya desde su juventud, del mismo modo en que lo hizo la novela policíaca al inicio de su carrera como dramaturgo. A sus veintitrés años, en 1921, intenta una carrera como guionista *Drei im Turm (Tres en la torre)* junto a Caspar Neher, comedia sobre un triángulo amoroso, parodia de *La danza macabra* de Arthur Strindberg, un guión satírico sobre la figura autoritaria en el *Gabinete del Dr. Caligari: Die Brillantenfresser (El comedor de diamantes)*; o en *Das Mysterium der Jamaika-Bar (Los misterios del bar Jamaica)*.

En 1922 Brecht se dedicará ya por completo al teatro hasta que un año después surge la posibilidad de rodar un corto escrito por él: *Mysterien eines Frisiersalons (1923)* (Los misterios de una peluquería), junto a Erich Engel y con Karl Valentin, una comedia que narra el desastroso funcionamiento de una peluquería; y una filmación de la obra teatral *Mann ist Mann* (con Carl Koch, 1931), que ponía en crisis nociones del drama expresionista en torno a la individualidad, que se encontraban en el *Die Wandlung, Das Ringen eines Menschen* de Ernst Toller y que podían ser vistas como una apología a uniformización comunista (Lyon, 1994).

Igualmente, el carácter ligeramente escandaloso que suponía introducir los géneros populares en el teatro (como el *slapstick* en el caso de *Mann ist Mann*) funcionaba también en la aceptación del carácter popular del medio cinematográfico. Ello configuraba un primer tono satírico en rechazo de todos aquellos valores de clase media-alta en torno a la redención artística.

A finales de los años veinte, gracias a la aclamación de los *Zille Films* y *Mutter Krausens*, parecía que la Prometheus –productora cinematográfica del conglomerado Muntzenberg– estaba empezando a despuntar cualitativamente, aunque los desgastes de la crisis intensificados por la transición al sonoro acabarán por disolver la empresa en 1932. De todos modos, en 1931 la empresa se lanza a planificar el único largometraje en el que Brecht, aparte de elaborar el guión, participará en su casi totalidad: *Kuhle Wampe oder Wem gehört die Welt?*

la división del trabajo. Para el autor el trabajo colectivo es una idea progresista, pero no lo es en cuanto esta idea justifica el trabajo artístico como aquel que es especial porque introduce lo único o lo original dentro de la esfera de gestión productiva y jerarquizada del capitalismo.

(*Kuhle Wampe* o ¿A quién pertenece el mundo?). Se trata de la primera película sonora de la *Prometheus*, con ayuda de la AIT, y la última de toda su trayectoria así como también el punto final de una larga década de desarrollo de cine de izquierdas que no se retomará en Alemania hasta veinticinco años más tarde.

Kuhle Wampe revela los déficits sintomáticos de parte de la izquierda en la crisis social de finales de los años veinte, sobre todo en lo que se refiere a la fuerte polarización entre socialdemocracia y comunismo, acusados por ello de descuidar el ascenso del nacionalsocialismo. Sin embargo, para el objetivo de nuestra investigación, *Kuhle Wampe* quizás represente uno de los casos más interesantes debido a la conjugación de varios aspectos: la sátira realizada a través del montaje, el juego con las posibilidades de la técnica cinematográfica, la puesta en escena de la materialidad de la ciudad obrera y la crítica política. Todos estos elementos convierten a *Kuhle Wampe* en un caso paradigmático del devenir satírico en contacto con la Nueva Objetividad.

De hecho, *Kuhle Wampe* introducirá en la praxis la teoría, superando el concepto clásico de ideología y visibiliza los modos de representación institucionales, poniéndolos en crisis. Además de intentar una reorganización del trabajo frente a los modelos de la industria cultural convencional, la realización del film conseguirá superar el enclave del prototípico cine de propaganda y anticipa rasgos que se darán en el cine moderno.

La dirección la llevaría a cabo Slatan Dudow, un director búlgaro formado en las filas soviéticas de Piscator, Eisenstein y Mayakovsky, que pronto comenzaría a trabajar sobre los textos de Brecht para alguna pieza teatral. El equipo contó con la participación de los miembros del Club deportivo Fichte (integrado por simpatizantes), además de la banda sonora, realizada por uno de los vanguardistas del KPD, Hanns Eisler, con quien Brecht compartía el interés por el jazz y la música folklórica. *Kuhle Wampe* destacó por ser una película de producción colectiva, que se debe tener en cuenta no sólo el factor político que la significa contra el modelo productivo de los estudios, sino también debido a las precarias condiciones de producción en las que se encontraba la *Prometheus* a finales de la década y que la obligaban a pedir ayuda voluntaria.

De todos modos, la colaboración con los círculos obreros y grupos teatrales le permitía a Brecht nuevos medios para poner en práctica el efecto de distanciamiento, siendo la única vez en la que Brecht participaría en todas las fases de la producción.

Recordemos también el cambio operado en la política cultural del círculo comunista gracias a las actividades de la AIT en la importación de la vanguardia soviética y de la Prometheus a partir de 1926 con el éxito de *Mutter Krausens*. *Kuhle Wampe* tomará elementos de Heinrich Zille como en *Mutter Krausens*: el entorno urbano suburbial, el suicidio, el asunto amoroso, el tiempo de ocio de la clase obrera, la emancipación de la hija a través de la política... Sin embargo, en cuanto a la apertura en la política cultural del KPD hacia posturas más experimentales, *Kuhle Wampe* representaría el único y más serio intento de investigar el sistema representacional y significativo del cine y sus posibilidades cognitivas en el espectador: una dialéctica entre formas políticas y el contenido social que constituyen las relaciones imaginarias del espectador como agente participativo en el proceso cognitivo (Silberman, 1995, p. 38).

Brecht organizó *Kuhle Wampe* a modo de pieza teatral y de forma muy sistematizada. El guión constaba de tres actos (el tercero no será anunciado en la película pero sí consta en el guión de Brecht): I. Un desempleado menos; II. Los mejores años de un hombre joven y III. La historia de la bailarina Mata Hari; además de un epílogo final que clausura el film. Cada uno de los actos, siguiendo con el método de Karl Kraus, se articulará en torno a uno o varios titulares aparecidos en prensa; éstos detonan la acción que compone cada acto menos en el segundo, donde la lectura de un artículo sobre Mata Hari se yuxtapone y genera un extrañamiento sobre el montaje de imágenes de productos alimenticios mientras la Sra. Bönike intenta ajustar la lista de la compra.

Vemos una sucesión de planos supuestamente del barrio de Wedding e inserciones de titulares de la prensa diaria: “veinte semanas en vez de veintiséis” (*Vossische Zeitung*, 2 de octubre de 1931); “2.5 millones sin trabajo, el resultado de las políticas de Schachts”; “De 3 a 4 millones de desempleados”; “Al menos 5 millones de desempleados”, etc. En escenas posteriores tiene lugar el suicidio del hijo de la familia Bonike, ante su situación de desempleo. A diferencia de otros films que tratan el prototípico motivo del suicidio obrero (*Mutter Krausens*), en *Khule Wampe*, el montaje fragmentado evita la dramatización de la escena. La secuencia inmediatamente posterior del salto al vacío, se articula mediante una sucesión de planos que de forma indirecta aluden a la muerte del suicida recopilando marcha atrás los objetos depositados y seguido de otra sucesión de planos donde diversos vecinos,

niños u obreros del barrio incorporan comentarios del suceso. De este modo, cada plano introduce frases típicas generando una acumulación que lleva de nuevo a un extrañamiento frente al lenguaje y un distanciamiento frente a lo trágico.

La última aparición de una vecina anónima mirando a cámara: “Un hombre tan joven. Tenía por delante los mejores años...”, dará paso, no sin sarcasmo, al segundo acto: “Los mejores años de un hombre joven”. En una usual dicotomía germana ciudad-campo ya vista en otras ocasiones, el segundo acto abre con una sucesión de tomas documentales e idílicas del bosque también acompañados por la música de Eisler que quedarán interrumpidas cobrando un sentido inverso al propuesto inicialmente debido al plano contrapicado del juez que dicta sentencia: la familia Bönike es obligada a abandonar el apartamento por impago. La sentencia en la banda de sonido se superpondrá a las imágenes de la mudanza de la familia.

Ya de camino al campamento donde la familia invitada por Fritz, el novio de Annie, volveremos a encontrar el juego de yuxtaposiciones satíricas entre la banda de sonido y las imágenes en movimiento. Aquí se trata de la disonancia generada mediante el sonido de un programa radiofónico de marchas militares y la instalación de los Bönike en el campamento Kuhle Wampe. Con la llegada al campamento, Dudow-Brecht vuelven a hacer uso de la radio vs. imagen, un locutor relata las maravillas del asentamiento mientras a través de la imagen intuimos la miseria del lugar:

A una hora en autobús desde la ciudad de Berlín, instalado entre la pradera y el bosque junto a las atractivas orillas del Lago Müggel, no demasiado lejos de las colinas, está la colonia Kuhle Wampe, el campamento más antiguo de Alemania. Fue establecido en 1913 con entre diez o veinte tiendas. Después de la Guerra sufrió una expansión tal que ahora comprende unas noventa y tres tiendas en las cuales hay alojadas trescientas personas. La esmerada limpieza de la colonia y sus alrededores es remarcable. La colonia Kuhle Wampe Club es miembro de la Organización Central de Clubs de Playa. La relación del Club con las autoridades es también buena (00:21:08).

Vemos pues que el gesto satírico operado a través del montaje y sonido y la rotura del *découpage* clásico no constituyen accesorios gratuitos del film sino que articulan toda la narrativa desde el principio hasta el final, no tanto como efecto de shock o agitación sino como elementos gramaticales que tejen una crítica del discurso.

En el tercer acto tendrá lugar la final politización de una Annie independiente. La chica cree estar embarazada y se lo comunicará a su compañero, quien de mala gana y empujado por las circunstancias socio-culturales decidirá casarse con la chica. Ante esta decepcionante reproducción social de la institución familiar, Annie decide escapar sola y enfrentarse a su nueva vida. Una postura que por otro lado no deja de ser un gesto político relevante, pensemos que en films anteriores como *Mutter Krausens*, la heroína se politizaba sólo a través de, y gracias a, la autoridad de la figura masculina.

De vuelta en la ciudad y acogida por una amiga, Annie se verá introducida en un grupo de jóvenes comunistas. A partir de ese momento, la sección final que se abre de nuevo con el leitmotiv del *Solidaritätslied*, presenta otra vez la ciudad y la fábrica en contraposición a la secuencia del bosque; sin embargo, el relato final deja de representar individuos para representar a la masa politizada. Ya no volveremos a ver a los personajes aislados sino en multitud a través del grupo de jóvenes militantes entre los que se encontrarán los reconciliados Annie –quien se va a encargar de sostener la familia con su trabajo– y Fritz.

A través de la participación en una competición deportiva, el típico cierre con mitin político es sustituido aquí por el montaje de los diversos deportes y una canción sobre la solidaridad obrera. En este sentido, el paso que da *Kuhle Wampe* más allá de la pauta prototípica militante o del film de Piel Jutzi lo encontramos en ese juego entre sonido e imagen antes que en una apelación directa a la política del KPD. Además, la politización de la heroína no es el elemento que clausura el relato; es cierto que el cierre vendrá dado por un motivo teatral, a modo de coro, donde el grupo teatral *Das rote Sprachrohr*, formando un semicírculo, canta el “Megáfono rojo, la voz de las masas oprimidas”, ahora sí, cerrando con el clímax propagandístico.

Sin embargo, Brecht-Dudow introducirán un epílogo final menos pomposo a favor de la satirización de ciertos lugares comunes. La última escena, con la vuelta a casa de los trabajadores, nos sitúa en el interior del vagón

donde se expondrán diversas voces encarnadas en diversos tipos reflexionando acerca de una noticia aparecida en el periódico sobre la quema de 25 millones de libras de café en Brasil. De nuevo, un titular en prensa sirve para representar los lugares comunes del lenguaje o ciertos referentes de la realidad política alemana, entre los que se encuentra un conservador de sospechoso parecido a Hitler: “¿24 millones de café puro quemado? ¡Eso no es más demagogia!”. La serie de comentarios sobre la veracidad o no de noticia, sobre las causas de ésta, desentonarán con otros planos de amas de casa: “Debes saber que el café nunca tiene que llegar a hervir, si hierve se estropea”.

Deciden exponer las causas de la crisis alemana pero a través de una incursión socrática a base de preguntas y respuestas que sirven para apuntar a diversas cuestiones sobre política internacional. Se visibiliza así la necesidad imperialista del país para sostener el sistema de precios o la asunción de valores culturales e ideológicos de “clase media” entre la clase obrera que, por un lado, eran efecto de las aspiraciones de los obreros frente a la inestabilidad de la República y, por otro lado, suponían el calado de cierto discurso de armonía social y homogenización de clases elaborada desde el Nacionalsocialismo (Silberman, 1995, p. 40). Además, se pondrán de manifiesto, mediante el juego dialéctico, lo absurdo de ciertas aseveraciones. Este recurso satírico se nos ofrece como otro de los enclaves críticos que componen *Kuhle Wampe* al margen del usual tono dirigista de algunos panfletos políticos.

En este sentido se ubicaron las observaciones de Walter Benjamin (2008). El cine y los medios reproductibles configuraban un dispositivo capaz de desarticular los valores clásicos del arte: “su significado social, hasta en la más positiva de sus formas y justamente en ella, no resulta (...) concebible sin incluir su aspecto destructivo, catártico: la liquidación del valor de la tradición dentro de la herencia cultural” (p. 14). El interés de Benjamin sobre el montaje fílmico existe en la medida en que le permiten formular las *exigencias revolucionarias en la política del arte*. Lo negativo del expresionismo, de todo aquello que pueda derivar en ese ritual o carácter cúlctico, es que puede caer en una regresión reaccionaria.

Por otro lado, deberíamos apuntar también a las limitaciones usuales impuestas por la censura que nos impiden hablar con plena garantía del resultado del proyecto estético de Brecht en un film que al fin y al cabo fue revisado hasta tres veces por los censores y cortado en varias escenas, sobre todo las referentes al aborto de la protagonista.

8. Conclusiones

Tanto en *Kuhle Wampe*, como en *Berlin Alexanderplatz*, están presentes ciertos rasgos comunes al uso de la sátira. De forma directa, a través de las apelaciones a Heinrich Zille, pero también en tanto que fenómeno moderno, lo satírico como crítica basada en los juegos del lenguaje, se sirvió de la potencialidad provocadora de las vanguardias artísticas gracias al uso del montaje. Si bien la tendencia ritualista que alimentará la cultura nacionalsocialista se caracterizaba por un gusto por lo sublime y la cultura simbolista de finales de siglo, la izquierda se decantará en este periodo por los géneros populares.

Los temas de la literatura popular estadounidense habían calado en la cultura alemana. En el cine ocurrió lo mismo cuando la presencia americana de nuevas técnicas, estéticas y temáticas se hizo más patente a causa de la hiperinflación de 1923, que hizo a la industria cinematográfica de Weimar más dependiente de la inversión de Estados Unidos. El gusto por la cultura popular como potencia subversiva, no deja de estar cercano a la vanguardia de los dadaístas.

En contraposición a las cargas negativas contra la modernidad de años anteriores, tiene lugar el giro cultural de la Nueva Objetividad al que aludimos. Las razones de cambio pueden deberse a la estabilización económica de 1925 que induciría a pensar el cambio político más en términos culturales que en términos revolucionarios y de intervención directa. La introducción de medidas de contingencia para regular la importación de películas hizo ver a la izquierda la necesidad de plantearse producir sus propias películas y, consecuentemente, abrir el debate a las posibilidades de la cultura de masas. Por otro lado, la influencia de la vanguardia soviética en la República de Weimar, a través de la importación del *Acorazado Potemkin*, ofreció mayor apertura de la industria cinematográfica en materia de experimentación estética.

La proliferación de elementos satíricos en prensa y cine durante la crispada República de Weimar pueden entenderse como la aceptación de la modernidad (industrial, urbana, democrática) ante la tendencia regresiva de la simbología nacionalsocialista. De este modo, el cine podía cumplir las demandas de un arte-revolucionario por su propia naturaleza intrínseca. El montaje, cuyas demandas habían sido impuestas prematuramente por el dadaísmo, conseguía potenciar la sátira. A través del escándalo producido por

los contrastes entre significado y significante, provocando la indignación, el cine o los nuevos medios podían desarticular el carácter mítico de la cultura alemana. Incluso, en un panorama asfixiado por la retórica de la democracia liberal del SPD, las exaltaciones nacionalsocialistas, o frente a la propaganda comunista, estas formas de sátira podrían ser considerada como un punto de fuga, una forma de crítica institucional, que esquivaba apelar a valores trascendentes de verdad a favor de la puesta en crisis de los códigos discursivo, lingüístico o representacional.

9. Bibliografía

- Benjamin, W. (1975). El autor como productor. En *Tentativas sobre Brecht. Iluminaciones III*. Madrid: Taurus, pp. 115-134.
- (2008). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Obras*, Libro 1, Vol. 2. Madrid: Abada, pp. 11-44.
- Berger, P (1998). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Brecht, B. (1979). *Diarios de Trabajo (1938 - 1955)*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- (2004). Form The Tree-Penny Trial: A Sociological Experiment (1931). En McCormick, R. W. y Guenther-Pal, A. (Eds). *German Essays on Film*. Nueva York: Continuum-New York University Press, pp. 111-132.
- Bullivant, K. y Hinton, R. (1977). *Culture and Society in the Weimar Republic*. Manchester: Manchester University Press.
- Bürger, P (2002). *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península.
- Burns, R. y Van der Hill, W. (1990). La política de la lucha cultural: los intelectuales y el movimiento obrero. En A. Phelan (Ed.). *El dilema de Weimar. Los intelectuales en la República de Weimar*. Valencia: Alfons el Magnanim, pp. 190-248.

- Cuevas-Wolf, C. (2009). Montage as Weapon: The Tactical Alliance between Willi Münzenberg and John Heartfield. *New German Critique*, 107 (Dada and Photomontage across Borders), pp. 185-205.
- DeMicheli, M. (1983). *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Madrid: Alianza Forma.
- Díez Espinosa, J. R. (1996). *El fracaso de una ilusión. Sociedad y cultura en la República de Weimar*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Eisner, L. (1996). *La pantalla demoníaca*. Madrid: Cátedra.
- Eskildsen, U. (1980). The A-I-Z and the Arbeiter-Fotograf: Working Class Photographers in Weimar. *Image*, 23 (2), pp. 1–8.
- Frank, M. (2004). *Dios en el exilio. Lecciones sobre la nueva mitología*. Madrid: Akal.
- McCormick, R. y Guenther-Pal, A. (Eds.) (2004). *German Essays on Film*. New York: Continuum.
- Frye, N. (1977). *Anatomía de la crítica: cuatro ensayos*. Caracas: Monte Ávila.
- Fulbrook, M. (2015). *A History of Germany 1918-2014: The Divided Nation*. Sussex: Wiley.
- Gersch, W. (1975). *Film bei Brecht*. Berlín: Henschelverlag.
- González García, A., Calvo Serraller, F. y Marchán Fiz, S. (Eds.) (2009). *Escritos de arte de vanguardia, 1900/1945*. Madrid: Akal.
- Griffin, R. (2010). *Modernismo y Fascismo. La sensación de comienzo bajo Mussolini y Hitler*. Madrid: Akal.
- Huelsenbeck, R. (1920). En avant Dada: una historia del dadaísmo. En H. B. Chipp (Ed.) (1995). *Teorías del arte contemporáneo: fuentes artísticas y opiniones críticas*. Madrid: Akal, pp. 404-409.

- Jelavich, P. (1993). *Berlin Cabaret*. Cambridge: Harvard University Press.
- Kaes, A. (1987). The Debate about Cinema: charting a controversy (1909-1929). *New German Critique*, 40, pp. 7-33.
- Kaes, A., Jay, M. y Dimendberg, E. (Eds.) (1994). *The Weimar Republic Sourcebook*. Los Angeles: University of California Press.
- Kocka, J. (2002). *Historia social y conciencia histórica*. Madrid: Marcial Pons Historia.
- Koval, M. (2012). Los últimos pasos de la novela de formación alemana: Berlín Alexanderplatz. *Luthor*, 8, pp. 35-44.
- Kracauer, S. (2008). *De Caligari a Hitler. Una historia psicológica del cine alemán*. Barcelona: Paidós.
- Kuhle Wampe, oder wem gehörtdie Welt?. (1932). [DVD] DEFA Film Library: Slatan Dudow
- Loreto Vilar, M. (2011). La herencia del expresionismo. Sobre la discusión en *Das Wort*, Moscú, 1937/38. *Revista de filología alemana*, 19, pp. 189-205.
- Lyon, J. K. (1994). Brect's Mann ist Mann and the Death of Tragedy in the 20th Centry. *The German Quarterly*, 67 (4), pp. 513-520.
- Maldonado, T. (2002). *Técnica y cultura: el debate alemán entre Bismarck y Weimar*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Mohler, A. (1959). *Die konservative Revolution in Deutschland, 1918-1932*. Stuttgart: Friedrich Vorwerck-Verlag.
- Murray, B. (1990). *Film and the German Left in the Weimar Republic. From Caligari to Kuhle Wampe*. Austin: University of Texas.
- Plummer, T.; Murray, B.; Schulte-Sasse, L.; Munson, A. y Loomis (Eds.) (1982). *Film and Politics in the Weimar Republic*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- **Sánchez, J. A.** (1989). *Brecht y el expresionismo, reconstrucción de un diálogo revolucionario*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.
- **Silberman, M.** (1995). The Rhetoric of the Image: Slatan Dudov and Bertolt Brecht's *Kuhle Wampe* or *Who Owns the World?*. En M. Silberman. (Ed.), *German cinema: text in context*. Detroit: Wayne State University Press, pp. 34-50.
- **Taylor Allen, A.** (1984). *Satire and society in Wilhelmine Germany: Kladderadatsch & Simplicissimus, 1890-1914*. Lexington: University Press of Kentucky.
- **Taylor, R.** (1977). Opera in Berlin in 1920s: *Wozzeck* and *The Threepenny Opera*. En Bullivant, K. y Thomas, R. (eds.), *Culture and society in the Weimar Republic*. Manchester: Manchester University Press.
- **Waine, A. E.** (2007). *Change in Cultural Tastes: Writers and the Popular in Modern Germany*. Oxford: Berghahn.
- **Weinstein, J.** (1990). *The end of expressionist: Art and the November Revolution in Germany, 1918-19*. Chicago: University of Chicago Press.
- **Weitz, E. D.** (2009). *La Alemania de Weimar, presagio y tragedia*. Madrid: Turner.
- **Welch, D.** (1981). The Proletarian Cinema and the Weimar Republic. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, (1) 1, pp. 3-18.

Viñetas y socialización: el caso de la huelga general de 2010 en España

Vignettes and socialization. The case of the 2010 national strike in Spain

Trinidad Núñez Domínguez

(Universidad de Sevilla)

[mtnunez@us.es]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 203 - 226



Nous sommes tous Charlie

Resumen

Este artículo analiza la imagen de los sindicatos transmitida a través de viñetas cuyo tema central ha sido la huelga general vivida en España en 2010. Se han analizado 110 viñetas de cuatro cabeceras atendiendo a criterios de difusión y de representatividad política. Se evidencia un tratamiento prejuicioso contra los sindicatos y los sindicalistas, a quienes se consideran inútiles.

Abstract

This paper examines the image of the trade unions disseminated through vignettes whose central theme is the general strike that took place in Spain in 2010. This involved the analysis of 110 vignettes appearing in four daily newspapers based on distribution and political representativeness. As a result, what becomes evident is a prejudicial treatment of the trade unions and unionists on portraying them as useless.

Palabras clave

Humor gráfico, sindicatos, huelga general, prejuicios

Keywords

Graphic humour, trade unions, general strike, prejudices

Recibido: 14/01/2015

Aceptado: 16/04/2015

Sumario

1. Introducción
 - 1.1. El humor y sus implicaciones psicosociales
 - 1.2. Bases teóricas: la psicología del humor
 - 1.3. El humor gráfico
2. Objetivos
3. Metodología
4. Resultados y discusión
5. Conclusiones
6. Bibliografía

Summary

1. *Introduction*
 - 1.1. *Humour and its psychosocial implications*
 - 1.2. *Theoretical bases: the psychology of humour*
 - 1.3. *Graphic humour*
2. *Objectives*
3. *Methodology*
4. *Result set and discussion*
5. *Conclusions*
6. *References*

1. Introducción

Este trabajo se ancla en la trascendencia que tienen los medios en general, y el humor gráfico en particular, como re-constructores de la realidad social; tomando como punto central un momento particular de esa realidad: la huelga general vivida en España en 2010.

Los medios se han convertido en una eficaz herramienta de acceso y de conocimiento de la estructura del mundo y estructuran 'el mundo personal y el social'. Adquieren un papel relevante enseñando a ver la realidad de una manera determinada, formalizando las maneras de entender, proporcionando representaciones sociales.

A lo largo de la vida se asumen diferentes procesos socializadores y se convive con diferentes agentes de socialización. La familia ha sido considerada como la primera agencia de aprendizaje social, a la que se le han ido sumando las amistades, la escuela y, desde algunas décadas, los medios de comunicación. Estos, con los que se convive naturalmente¹, se han convertido en los grandes socializadores superando a la familia o la escuela.

Se entiende por socialización el proceso a través del cual las personas aprenden las normas, creencias y valores de una determinada cultura en una sociedad concreta. Este aprendizaje les permite obtener las capacidades y habilidades necesarias para desempeñarse con éxito en la interacción con otras personas de su comunidad. Así pues, la socialización implica entender el entramado social que te rodea para poder participar de él y en él. Es el proceso mediante el cual se aprende a ser miembro de la sociedad y a 'mirarla' de una manera determinada (Bandura, 1982; Morales, 2007).

En las sociedades actuales la falta de intercambio social y la denominada 'soledad urbana', ha abierto el camino a la dependencia informativa, al encuentro individual con la noticia radiada, escrita, narrada. Ese encuentro, dice Bueno Abad (1996), "se convierte en un espacio propio,

1 Los medios de comunicación han entrado de lleno y se han acomodado en nuestras vidas, a veces como una propia extensión de nuestra mano, como ocurre con los dispositivos móviles. Son algo más que un electrodoméstico. Trinidad Núñez ha escrito los capítulos: "Las familias y los medios de comunicación" y "Las imágenes que enamoran" en el libro *Familias y medios de comunicación*. Sevilla: Eduforma, donde se reflexiona sobre esto.

en un espacio íntimo, que nos muestra buena parte de la realidad social a través de sus noticias, emisiones, reportajes” (p. 14). Este autor subraya, como lo hace también Wolton (2000), la existencia de verdaderas ‘soledades interactivas’ que justifican que los medios se conviertan en ‘el otro/la otra’ (el/la acompañante, el compañero, la compañera), teniendo un papel de mediación entre la realidad y la persona, y adquiriendo más fuerza socializadora. Bien es cierto que ese efecto puede encontrarse matizado por la presencia activa de los otros agentes sociales y por la propia capacidad personal de mantener una distancia crítica y creativa. A esta acción, que tiene consecuencias sobre los agentes socializadores en un sentido inverso, se la ha denominado *reciprocal socialization* (Santrock, 2007).

Puede considerarse que en aquellas circunstancias donde los asuntos comunitarios tienen cierta envergadura, el análisis de los medios de comunicación, con sus visiones de la realidad, resulte especialmente significativo. Y de interés significativo fue la huelga general de septiembre de 2010. Este año ya queda patente la intensa crisis económica que sufren muchos países de Europa y América. En este contexto, el gobierno español, perteneciente al partido Socialista Obrero Español (PSOE), prepara una batería de fórmulas con la intención de frenar los efectos de dicha crisis. Entre las propuestas se incluye recortes sociales y una reforma laboral que afecta, de manera estructural, a la jornada de trabajo, a la movilidad geográfica, a las formas contractuales de empleo (rebaja salarial, despido más fácil para las empresas contratantes, ampliación de las causas de despido, rebaja de los plazos de preaviso para despido, etc.) o una reforma del sistema público de pensiones (más años para cotizar y se congelan las retribuciones).

Ante estas circunstancias, los sindicatos entienden que las medidas propuestas van a ser ‘soportadas’ especialmente por la ciudadanía, por la parte más débil de la sociedad (trabajadores y pensionistas). Consideran que no se exige el mismo nivel de implicación ante la crisis a las entidades bancarias o a las empresas y empresarios. Por ese motivo, convocan una huelga que es promovida por los dos sindicatos mayoritarios en España (Comisiones Obreras y la Unión General de Trabajadores). Se suman otros sindicatos como la Confederación General del Trabajo o la Unión Sindical de Trabajadores y, desde luego, se moviliza la ciudadanía. Sindicatos navarros y vascos plantearon su protesta y movilizaciones unos meses antes.

Aparici y Rivas (2011) publican un estudio denominado *Tratamiento de la información en la huelga del 29 de septiembre de 2010*, cuyo objetivo central fue analizar cómo fueron contruidos algunos elementos narrativos sobre las organizaciones sindicales en los medios de comunicación españoles, en el contexto de la convocatoria de la Huelga General del 29S². Los autores antes mencionados realizan un exhaustivo análisis de noticias sobre la huelga aparecidas tanto en diarios de tirada nacional (*El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *ABC*, *Expansión*, etc.) como en diarios locales (*Balears*, *la Voz de Galicia*, *El Diario Vasco*, etc.) específicamente el día después. Recogen titulares demoledores como los siguientes: “La huelga autista” (Ignacio Camacho en *ABC*); “La huelga bastarda” (José M^a Carrascal en *ABC*); “¿Son demócratas los sindicatos?” (Eduarne Uriarte en *ABC*); “La huelga zombie” (Fernando Vallespín en *El País*). El trabajo llega a conclusiones como las que quedan resumidas a continuación: a) invisibilidad de los sindicatos; b) la huelga como fracaso; c) la huelga como acto dilemático; d) la huelga como representación metafórica de (unión) Zapatero, Toxo y Méndez.

La lectura de este trabajo nos pareció tan relevante que provocó el interés por seguir indagando desde otras perspectivas. Específicamente se entendió que era pertinente complementar con la ‘mirada’ de las viñetas, donde la parte escrita se pliega a la imagen, al dibujo y, consecuentemente, se logra movilizar con potencia las emociones (componente afectivo de las creencias) además de las ideas (componente cognitivo de las creencias). El objetivo ha sido responder a cómo las viñetas tratan la información y valorar si coinciden/ subrayan lo encontrado en el citado estudio. Por ejemplo, ¿usan las viñetas algo parecido a las denominadas ‘palabras de choque’³, aquellas que son utilizadas en las noticias para referirse a sindicatos y sindicalistas? ¿Se recurre a palabras (en este caso ‘dibujadas’) que representen ideas como *terrorismo sindical*, *violencia*, *piquetes violentos* o (*sindicalistas*) *subvencionados*?

-
- 2 La Revista *Observatorio. Medios de Comunicación y Sociedad* publica esta investigación como *Informes de la Fundación* con el título: “La construcción de la información por los medios de comunicación”, y con el subtítulo “Tratamiento de la información en la huelga del 29 de septiembre de 2010” en enero de 2011/ informe n^o 28. Disponible en [en línea]: <http://www.1mayo.ccoo.es/nova/files/1018/Informe28.pdf>
 - 3 Las *palabras choque* tienen un sentido emocional. Roberto Aparici, Agustín García Matilla, Jenaro Fernández Baena y Sara Osuna en su libro *La imagen: análisis y representación de la realidad*, publicado en 2009 por Gedisa en Barcelona, las denomina palabras trampa porque tienen la apariencia de racionales e inocuas pero, evidentemente no lo son, dejando una representación mental determinada.

Precisamente las que hemos enumerado son sistemáticamente usadas en las noticias valoradas por los autores del estudio mencionado, pudiendo concluirse que existe un interés por modelar el pensamiento ciudadano para conformar un sentimiento de rechazo hacia las huelgas y hacia quienes la organizan. ¿Se incluye la idea de irresponsabilidad unida a los liberados sindicales considerando que estos han perdido su contacto con la realidad laboral? ¿Existe, al contrario que en la mayoría de las noticias estudiadas por Aparici y Rivas (2011), una visión ponderada sobre la Huelga?

1.1. El humor y sus implicaciones psicosociales

Una de las definiciones que el Diccionario de la Real Academia de la Lengua ofrece sobre el humor es el “modo de representar la realidad” (2000, p. 1240). El uso del humor supone valorar, dar una opinión. Esta dimensión crítica, agudamente intelectual, resulta un recurso de extraordinaria importancia como mecanismo de defensa/ataque frente/ante el poder, la movilización y/o las ideas de otras personas o instituciones.

Jaúregui (2007) define el humor como cualquier estímulo que pueda provocar la reacción psico-fisiológica de la risa (juegos, bromas, chistes, viñetas, situaciones embarazosas, incongruencias, inocentadas, cosquillas...). Se hace constar cómo es posible distinguir entre la risa como respuesta refleja (por ejemplo, en las cosquillas) de la risa como respuesta emocional a una idea o hecho divertido. Y se define el sentido del humor como la capacidad de experimentar y/o estimular esta reacción. Pinto Lobo (1992) hace razonadamente suya la reflexión de Gordon (1971), subrayando que “la presencia del humor, o la ausencia del mismo, clarifica decisivamente las conductas de los individuos o, incluso, su autoconcepto” (p. 2). Por ejemplo, relaciona la risa con el sentimiento de superioridad momentánea. Así, existen individuos que se ríen de otros. Igualmente ese sentimiento de superioridad provoca que algunas personas puedan ver a otras personas o situaciones como ridículas.

Lo humorístico no es más que un tipo particular de relación entre los seres humanos; nos reímos de los hombres y son solamente los hombres quiénes nos reímos (Pinto Lobo, 1992, p. 25).

Dentro de la enorme variedad de estímulos de la risa, este autor diferencia entre el humor positivo, ese que provoca una risa inofensiva (al menos en intención) y el humor negativo (agresivo, ofensivo, etc.). Además puede hablarse de un sentido del humor positivo, aquel que busca provocar la risa propia o ajena sin ofender o agredir a nadie, mientras que el sentido del humor negativo lo que busca es provocar la risa a costa de los demás. Ciertamente que aunque el humor tenga una base biológica, las normas culturales y el aprendizaje desempeñan un papel clave en determinar cómo lo usamos en interacciones sociales y qué temas se consideran apropiados.

En su sentido más amplio, permite valorar los problemas cotidianos, los problemas sociales, de una manera crítica y flexible. Y ello se convierte en el primer paso para luego poder afrontar dichos problemas. Como poco, se convierte en el primer paso para permitir entenderlos al proponerlos con una delicada distancia que lo despersonaliza, haciendo perder el “miedo” a *mirarlos*. Y entiende que reporta claros beneficios biopsicosociales.

Es conocido que una de las expresiones del humor (la risa) activa el sistema respiratorio, mejora el ritmo cardíaco, ayuda a relajar los músculos. Igualmente ayuda a liberar tensiones emocionales (por eso reímos en situaciones comprometidas o angustiosas, un caso típico se produce en ceremonias como son los funerales). Facilita las relaciones interpersonales, las hace más cómodas. Facilita las relaciones sociales porque desempeña un importantísimo papel en la comunicación humana, ya que “permite atraer la atención del público, reducir distancias, estimular la memoria y suavizar el impacto negativo de mensajes problemáticos” (Jáuregui, 2007, p. 147). Capdevila (2010)⁴ considera que la risa se convierte en un elemento de cohesión grupal, argumentando que “lo cómico no se saborea en solitario. Necesita un eco” (p. 8).

1.2. Bases teóricas: la psicología del humor

Las bases psicológicas del humor fueron explícitamente resumidas por Flugel (1954) y han sido reformuladas en las siguientes teorías que autores como Carretero Dios, Pérez Meléndez y Buela Casal (2006) analizan:

⁴ Este autor referencia la precursora obra de Bergson titulada *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*, que edita en Madrid Espasa Calpe en 1973.

- Teoría de la superioridad
- Teoría del alivio/control
- Teoría de la incongruencia

La teoría de la superioridad manifiesta que el humor se utiliza para mantener y justificar actitudes discriminadoras. Se trata de ese humor que incorpora elementos de desdén o de burla sobre personas o grupos de personas. A su vez, el humor sirve de factor cohesionador entre los integrantes del grupo que comparten la burla contra el otro grupo.

En la teoría del alivio/control se subraya la parte emocional que está presente cuando se usa el humor. Indica, además, que éste se utiliza para salvar situaciones comprometidas por el peligro de que censuren la propuesta de agentes externos (un gobierno, un grupo editorial, etc.) o la propia persona (autocensurándose pero 'soltando' esos deseos reprimidos a través del chiste o la broma). Se indica una doble función del humor que se resume en la siguiente idea: *el humor sirve para decir de manera implícita lo que nunca se podría decir de forma abierta y clara.*

Esta teoría incluye la transgresión como elemento indispensable, ya que es precisamente el humor el que permite saltarse o salvar cualquier tipo de normas y códigos. Un ejemplo histórico fue la línea discursiva que implementó el semanario *La Codorniz*⁵. Esta revista no sólo usó la palabra sino la imagen. Vivió más de un cierre temporal por sus escritos y dibujos. Uno de los últimos cierres ocurre del 15 de junio al 21 de septiembre de 1975 y el tema tratado es, precisamente, la Universidad.

La teoría de la incongruencia lo que propone es la idea de que el humor se convierte en un estímulo capaz de despertar la imaginación y potenciar el sentido crítico. Se produce por la asociación de ideas o situaciones que la lógica no uniría en principio. Se recurre, en este caso también, al doble sentido de las palabras y a los sobreentendidos. Precisamente la inversión de esfuerzo mental está en el dominio del idioma y de la agilidad mental de unir, transformar

5 Nacido en junio de 1941 de la mano y pluma de Miguel Mihura Santos. Cierra en diciembre de 1978 y siempre será recordada como "la revista de humor y optimismo". Empezó con una tirada de 35.000 ejemplares y con un precio de venta de 50 céntimos de peseta. Se consolida con Álvaro de Laiglesia, llegando a hacer tiradas de 80.000 ejemplares.

y recrear la información que se recibe. Eso significa que quien no comparta el universo vocabular de la persona que emite, no podrá participar de una adecuada (e inteligente) decodificación. De nuevo es citable *La Codorniz* como un ejemplo no sólo de publicación transgresora sino de provocadora al incluir en cada una de sus portadas la leyenda: “la revista más audaz para el lector más inteligente”. En la actualidad adquiere un papel de removedor de ideas y creencias las revistas *El Jueves*⁶, *Mongolia* y, de reciente creación, *Orgullo y Satisfacción*.

1.3. El humor gráfico

Entendemos con Gargurevich (1982) que los géneros periodísticos son “formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación” (p. 11). Carolina Armijos⁷, haciendo un repaso exhaustivo y crítico a las diferentes clasificaciones que existen sobre géneros periodísticos, recoge con claridad el humorismo gráfico dentro del género visual. Distingue entre la tira y la viñeta. Deja en otro apartado al chiste gráfico, al que adjudica el papel de entretener frente a la tira y a la viñeta, a las que concede carácter informativo o de opinión vinculado a la actualidad. Para Capdevila (2010), el humor gráfico es un medio de transmisión de ideas y el resto de las consideraciones, incluyéndose la estética, quedan en un segundo plano.

El humor gráfico es, pues, una forma de poner de relieve un tema puntual desde la ‘mirada’ de quien lo firma. Esto nos hace considerarlo más artículo de opinión que de información en su sentido más aséptico. La Unió de Periodistes Valencians⁸ lo define muy claramente cuando dicen que es un

6 Manuel Barrero ha analizado profundamente este semanario. Uno de sus últimos artículos se titula *El jueves: revista de la transición, revista en transición* [en línea] y está publicado en Tebeosfera el 15 de junio de 2014. Disponible en: http://www.tebeosfera.com/obras/documentos/el_jueves_revista_de_la_transicion_revista_en_transicion.html

7 Carolina Armijos ofrece a través de la red la tesis previa a la obtención de la Licenciatura en Comunicación Social denominada *Proyecto Educomunicacional de diseños de la revista NEVO* [en línea], elaborada por jóvenes, defendida en 2010 en la Universidad politécnica Salesiana de Cuenca (Ecuador). Recuperado el 30 de septiembre de 2014. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/402/1/Indice.pdf>

8 Recogido de las Bases de la *III Mostra d’humor gràfic* que organiza la Unió de Periodistes en febrero de 2009.

género capaz de expresar el compromiso cívico teniendo como punto de partida el ingenio y la creatividad. El objetivo es promover la reflexión y contribuir a la acción en torno a un tema o personaje de interés público. Trabajo como los de Tejeiro y León (2009) ofrecen pistas de análisis en este sentido.

Resulta una *mirada* particular sobre la actualidad que implica, al mismo tiempo, la pirueta emocional divertida y relajante y la llamada a la reflexión crítica y al análisis del suceso o del personaje tratado. Guillamet ya advertía en 1988 que en la prensa no sólo se debe hablar de informadores sino de informadores gráficos, periodistas gráficos donde se incluyen fotógrafos y dibujantes.

Todo es información... El espacio del dibujante habitual o una tira cómica pueden decir tantas cosas de interés como una crónica política convencional (Guillamet, 1988, p. 57).

Como recuerdan Capdevila y Núñez Domínguez (2014), el nacimiento del humor gráfico moderno data de noviembre de 1830. Específicamente se puede hablar del 4 de noviembre cuando aparece en París el primer número de la revista satírica *La Caricature*, editada por Charles Philipon. Se trata de una publicación semanal de gran formato, con cuatro páginas con texto en la primera y última página y una gran lámina satírica en la doble página central. El impacto fue de tal magnitud que tuvo efectos legales: en un solo año la revista fue objeto de cincuenta y cuatro acciones judiciales; el editor y los principales colaboradores fueron repetidamente detenidos, encarcelados y juzgados. Es más, en 1835 se promulgaron nuevas leyes de imprenta destinadas precisamente a hacer callar *La Caricature*, que dejó de aparecer y fue inmediatamente sustituida por otra revista hecha por el mismo editor y los mismos colaboradores –Daumier, Grandville, Traviès, Gavarni, o Monnier, los padres de la caricatura moderna–, aunque bajo otro título, *Le Charivari*.

En el análisis de las implicaciones psicosociales que tiene el humor gráfico, encontramos diferentes teorías explicativas. Con la selección o exclusión de determinadas informaciones, las viñetas impulsan el conocimiento al que se accede. Así lo considera la *Teoría de la agenda setting* (Cohen, 1963; McComb y Shaw, 1993). Las viñetas seleccionan y re-construyen el universo de hechos y acontecimientos sociales a los que prestar atención. La *Teoría del cultivo* (Gerbner, 1998), aunque inicialmente se presenta específicamente unida al

medio televisión, podemos extrapolar su sentido afirmando que a través de las viñetas, se *cultiva* una forma de entender el mundo, asentando creencias, representaciones mentales o actitudes.

Ambas teorías tienen un tronco común: la capacidad de persuasión. Las viñetas representan el poder sintético de la retórica (Núñez Domínguez, 2012). Con muy poco, con pocas palabras y con pocos trazos, logran comunicar mucho. Sin embargo, ese *poco-tanto* se dirige de manera central a las emociones además de a las razones. Lo cual les concede una potencia persuasora extraordinaria. La consecuencia es evidente: el humor gráfico en los medios adquiere una potencia socializadora de primera magnitud. Trabajo como el coordinado por Bordería Ortiz, Martínez Gallego y Gómez Mompert (2010) dan buena cuenta de ello.

2. Objetivos

El objetivo general del presente trabajo es el siguiente: estudiar el tratamiento que el humor gráfico ha realizado sobre la Huelga General realizada el 29 de septiembre de 2010 en diferentes diarios españoles. Una huelga que se formaliza en contra de las reformas laborales y la pérdida de derechos sociales. Se formula concretado a través de dos objetivos específicos:

- A. Cuantificar la presencia del tema antes, durante y después de la Huelga.
- B. Valorar la *imagen* transmitida de los líderes políticos, de los sindicatos y sindicales en las viñetas y tiras cómicas.

3. Metodología

Se ha aplicado un análisis de contenido como estrategia metodológica. Como ya ha sido dicho por autores como Bardin (1986) o Clemente y Santalla (1991), el análisis de contenido es una técnica adecuada para describir de forma objetiva y cuantitativa los contenidos manifiestos de una comunicación expresada en algún tipo de texto, sea éste impreso, audiovisual o digital. En

primer lugar se ha realizado un análisis sistemático de aspectos generales sobre las aportaciones para posteriormente ajustar el estudio y hacerlo pormenorizado. Se describen, a continuación, las tres fases por las que ha pasado este trabajo:

- **Preanálisis.** Esta fase tiene dos metas fundamentales: a) la elección de los documentos siguiendo los objetivos generales previstos y la elaboración de los indicadores en que se apoyará la interpretación terminal. Se seleccionan cuatro diarios de tirada nacional *El País*, *ABC*, *El Mundo* y *La Razón*. Seguidamente se acotó el segmento temporal a estudiar, decidiéndose cuatro meses de análisis: septiembre y octubre de 2010 por ser el mes de la huelga y el siguiente. Ello permite pulsar una repercusión relativamente inmediata que es medida por el número de viñetas que incluyen como tema central algún aspecto de la huelga, de las reformas promovidas por el Gobierno que daban argumento a la huelga. Los otros dos meses han sido enero y febrero de 2011, que resultaron los meses de negociaciones tras la lectura de lo acontecido tanto para el propio gobierno como para los sindicatos y la ciudadanía.
- **Explotación del material.** Con palabras de Bardin (1986, p. 76): “Es la administración sistemática de las decisiones tomadas. Consiste en operaciones de codificación, descomposición o enumeración en función de consignas formuladas previamente”.
- **Tratamiento de los resultados,** la inferencia y la interpretación. En esta última fase permite extraer los datos útiles del proceso de explotación del material, y verificar los objetivos planteados previamente. “Operaciones estadísticas simples (porcentajes) o más complejas (análisis factorial) permiten establecer cuadros de resultados, diagramas, figuras, modelos que condensan y ponen en relieve las informaciones aportadas por el análisis” (Bardin, 1986, p. 76). Fue diseñada una ficha de análisis que permitió obtener una información cuantitativa además de cualitativa común y compartible.

4. Resultados y discusión

El número total de viñetas en el periodo elegido ha sido 1503.

[**TABLA 1**]

Diario	Nº DE VIÑETAS
ABC	272
El País	480
El Mundo	480
La Razón	271

Fuente: Elaboración propia

Se realiza un análisis de contenido de aquellas que se ajustan al objeto de estudio. Siendo un total de 110 viñetas repartidas de la siguiente manera:

[**TABLA 2**]

Diario	Nº DE VIÑETAS	Firma
ABC	25	Mingote (10) Martín Morales (4) Puebla (9) Calderón (2)
El País	31	Peridis (25) El Roto (4) Forges (2)
El Mundo	31	Gallego y Rey (6) Idígoras y Pachi (6) Ricardo (4) Martínez (4)
La Razón	22	Montoro (11) Esteban (10) Caín (1)

Fuente: Elaboración propia

El humor gráfico no ha sido una gran ventana desde la que mirar la huelga del 29 de septiembre y en especial todas las causas y consecuencias que la generaron y que ha generado. En ningún diario dicho tema supone un 9% de la opinión.

Aunque las diferencias entre diarios son mínimas, son *ABC* y *La Razón* quienes más ‘opinan’ y lo hacen adjudicando un carácter absolutamente negativo tanto a la acción concreta (la huelga) como a las personas y organizaciones que la rodeaban. Por ejemplo, *ABC* deja entrever una unión interesada (y perversa) entre líderes sindicales y Gobierno como si los primeros fueran una “avanzadilla” del segundo y trabajaran para él, como si todo fuera una puesta en escena sin contenido y sin que suponga desgaste para el propio Gobierno (del PSOE). *El Mundo* también hace un apunte en esta línea.

De los cuatro meses estudiados, es el mes de septiembre el que más “comentarios humorísticos” promueve. En *ABC* se llega a superar el 20% y *La Razón* llega al 18%. *El País* y *El Mundo* comparten, por igual, un 12,5%. Podemos entender que se le concede más relevancia a la huelga en sí misma que a las causas o a las consecuencias. Por ejemplo queda en un territorio casi invisible el logro de un pacto Gobierno-Sindicatos. Si siguiéramos el dicho de que *lo que no se cuenta no existe*, parece que lo que sí existe es la invisibilización de las consecuencias de reivindicar derechos sindicales; lo cual puede ser entendido de un modo perverso, porque incluye una censura de perfil bajo y, por tanto, sin que sea detectable en una primera lectura.

Por ejemplo *El Mundo* hace una dura crítica tanto del Gobierno como del papel de los Sindicatos responsabilizándolos del hundimiento de la situación económica del país. A los sindicatos, específicamente, les reprocha su pasividad y al Presidente del Gobierno su improvisación en las reformas y su dependencia del exterior. No se aprecian en ningún momento alusiones a la patronal; no aparece la caricatura de Gerardo Díaz Ferrán, en ese momento Presidente de la Patronal de Empresarios (Confederación Española de Organizaciones Empresariales –CEOE–). Sin embargo, sí que aparece la de Rodríguez Zapatero (Presidente del Gobierno en 2010). Se visibiliza de una forma más clara al sindicato UGT frente al sindicato CC.OO. De todas maneras suelen ir ambos sindicatos ‘de la mano’, pero en el sentido infantilizado de la palabra y no en su sentido de utilidad con la creencia de que juntos se pueden hacer más presión y tener más fuerza negociadora. A los sindicalistas se les tacha de inútiles o decadentes; unos subvencionados del Estado.

La Razón se centra en los piquetes informativos, tiñéndolos de torpeza y agresividad. Aparecen unos dibujos representando a un prototipo de sindicalista grosero, físicamente grandote, deforme incluso; como se representaría a una persona sin formación académica y capaz de frenar hasta con su propio cuerpo a cualquier persona que no comparta sus ideas. Por lo tanto, de una manera relativamente metafórica, se expresa los conceptos de violencia y agresividad unidos al de huelga. Resulta innegable el efecto socializador que ello puede tener; es más, puede convertirse en argumento político para amordazar las reivindicaciones sociales.

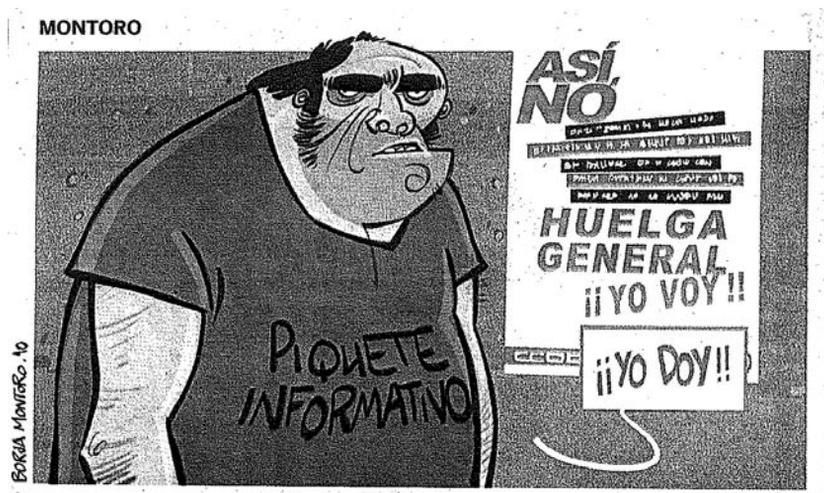


FIGURA 1

Los sindicalistas aparecen como torpes, burdos.
La Razón, 23 de septiembre de 2010

El País hace una lectura, fundamentalmente, negativa tanto de los líderes políticos (del gobierno y la oposición) como de los líderes sindicales; aunque se aprecia un punto de vista benevolente cuando se consigue el pacto social. Así pues, es un diario crítico con el tema y las organizaciones pero da un margen de crédito por el interés de que haya acuerdos porque entiende que van a favor de la ciudadanía.

Después del estudio de los datos cuantitativos y cualitativos, se pudieron establecer diez puntos-clave relativos a la organización sindical y a los sindicalistas.

[TABLA 3]

A) Sobre la organización sindical, lo que queda explicitado es que:

El sindicalismo es inútil, decadente, trasnochado.

Una organización sindical y una terrorista terminan reivindicando lo mismo.

B) Los sindicatos:

Son los responsables de la crisis.

La clase trabajadora y los sindicatos tienen miradas divergentes.

Los sindicatos no tienen respaldo social.

Los sindicatos llegan a acuerdos con grandes costos sociales.

C) Los sindicalistas aparecen como:

Torpes, burdos.

Infantiles o con propuestas estúpidas.

Burócratas de la reivindicación laboral.

Necesitados de financiación.

Fuente: Elaboración propia

Resulta destacable la mirada negativa que reviste de trasnochada la intervención sindical o, en algunos casos, de estúpida y bronca, coincidiendo con los resultados de Aparici y Rivas (2011). A la vez, debe hacer pensar en términos de propaganda política con oscuras intenciones si se tiene en cuenta que, como hemos dicho, esa composición de imagen y palabra tan sintética que es el humorismo gráfico llega antes a las emociones que a las razones. Puede que no haya un interés perverso pero sí existe una contaminación ideológica al socializar de una manera sutil similar a lo que implica el 'currículo oculto' en la enseñanza: lo que se enseña sin pretenderlo pero que queda en el imaginario colectivo sin permitir que se reflexione sobre ello o se cuestione. Así se

construyen los prejuicios, esas creencias compartidas de evaluación negativa que se establecen sobre grupos de personas y que, habitualmente, conducen a la discriminación, al rechazo.

Un número de viñetas no desdeñable trabaja sobre la unión sindical; es decir, sobre el acuerdo explícito entre los grandes sindicatos del territorio español a la hora de plantear sus protestas. Particularmente es relevante ese desdibuje del sindicato Comisiones Obreras frente a la Unión General de Trabajadores, apareciendo que quien dirige los planteamientos generales es este segundo sindicato y que CC.OO se deja arrastrar pero no co-lidera la iniciativa. Quien ‘pintan’ en la huelga es UGT y su líder Cándido Méndez que, además, parece tener una estrecha relación con el propio gobierno del PSOE. ¿Se trata de una perversa maniobra para instalar una interesada desunión entre sindicatos?

Puede compararse con Gomis (1991) que el periodismo percibe la realidad social, la “dibuja” e intenta provocar reacciones en quien se expone a esas reflexiones manifestadas. Paralelamente entendemos que la opinión periodística no genera cambios directos en la opinión pública; lo que hace, con frecuencia y con fuerza, es reforzar ideas previamente establecidas. Por ese motivo los diarios son comprados por las personas afines a sus líneas editoriales. En este caso, y a pesar de la pequeña concesión que hace *El País*, abruma y debe preocupar al sindicalismo y a la clase política tanta unanimidad en la consideración.

Parece que la teoría que avala la crítica humorística en este caso es la Teoría de la superioridad. Se hace un humor donde un grupo (editorial) está por encima de un grupo de representación profesional. Pueden reconocerse en ello las reflexiones de Pinto Lobo (1992) y su alusión a grupos de personas que se sienten por encima de otros y que, por tanto, pueden reírse *de* y no *con* (que sería lo socialmente saludable).

Resulta muy interesante que el lector/la lectora logre mantener una mirada crítica. Resulta imprescindible que se establezca distancia, reconociendo la línea ideológica que el diario que ha elegido, para fortalecer ese sentido crítico ante la realidad narrada. Si es así, las ventajas de la Teoría de la incongruencia estarán presentes y se podrá fortalecer un pensamiento crítico y propio tanto de la ciudadanía como de los sindicatos. Y servirá a una y otros para repensarse.



FIGURA 2

La Razón, 3 de octubre de 2010



FIGURA 3

El Mundo, 21 de septiembre de 2010

5. Conclusiones

A través de esos artículos de opinión que son las viñetas, se nos muestran unas maneras muy particulares de comportamiento de sindicatos, reivindicaciones sindicales y de sindicalistas, y su relación con la propia ciudadanía.

En el caso de las viñetas, las imágenes cobran gran fuerza junto a unas palabras rotundas. Ese poder sintético de la retórica que es el humor gráfico, llega no sólo a la razón sino a la emoción de las personas que acceden a la información/opinión vertida y ayudan a *cultivar* una forma de entender el sindicalismo y a los sindicatos. Ayudan a perpetuar unas ideas prejuiciosas con

efectos que van más allá de una acción sindical determinada. Posiblemente propician que se *cultive* una idea de que la sindicación es innecesaria.

No se puede culpar a los humoristas gráficos de la visión de los sindicatos o de la acción sindical si partimos de la idea que, en la mayoría de las ocasiones, lo que hacen las viñetas es un retrato (una foto fija) del sentimiento colectivo. Aunque tampoco puede renunciarse a considerar que el periodista y el humorista gráfico tengan el derecho (lícito y democrático) a plantear lo que opinan sobre qué ven o entienden de la realidad en la que viven. Es decir, los artículos de opinión o las viñetas también pueden proponer las visiones de quienes las firman, no sólo tienen que ser espejos de la realidad. Y en sociedades maduras es un ejercicio necesario que no tiene que tener efectos secundarios terribles para el propio periodista: la pérdida del puesto de trabajo o la pérdida de la vida en algunos casos.

En el caso que nos trata, y dado que queda reflejado en las viñetas es muy negativo, los propios sindicatos deberían tomar buena nota sobre cómo son vistos y la propia ciudadanía debería pensar con qué argumentos cuenta para valorar a los sindicatos y los sindicalistas. Es decir, el concepto *reciprocal socialization* adquiere sentido y este estudio tiene como punto débil no contar con los datos sobre expectativas y creencias que la ciudadanía mantiene sobre el sindicalismo. Es, sin embargo, una puerta abierta a futuros trabajos.

6. Bibliografía

- Aparici, R y Rivas, C. (2011). La construcción de la información por los medios de comunicación. Tratamiento de la información en la huelga del 29 de septiembre de 2010. *Observatorio. Medios de Comunicación y Sociedad. Informes de la Fundación*, 28, pp. 1-34.
- Aparici, R., García Matilla, A., Fernández Baena, J., y Osuna, S. (2009). *La imagen: análisis y representación de la realidad*. Barcelona: Gedisa.
- Armijos, C. (2010). Proyecto Educomunicacional de diseños de la revista NEVO. *Tesis de Licenciatura*. Universidad politécnica Salesiana de Cuenca (Ecuador). Disponible en:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/402/1/Indice.pdf>

- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Barrero, M. (2014). El jueves: revista de la transición, revista en transición. *Tebeosfera* [en línea]. Disponible en: http://www.tebeosfera.com/obras/documentos/el_jueves_revista_de_la_transicion_revista_en_transicion.html
- Bergson, H. (1973). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F.A. y Gómez Mompert, J. Ll. (dir.) (2010). *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Bueno Abad, J.R. (1996) (coord.). *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de la prensa escrita*. Valencia: Nau Llibres.
- Capdevila, J. (2010) (comp.). *Si los curas y frailes supieran*. Barcelona: Ediciones La tempestad.
- Capdevila, J. y Núñez Domínguez, T. (2014). Utilizar el sentido del humor. En T. Núñez Domínguez (coord.), *Competencias psicosociales para profesionales de los medios* (pp. 135-148). Madrid: Pirámide.
- Carretero Dios, H.; Pérez Meléndez, C.; Buela Casal, G. (2006). Dimensiones de la apreciación del humor. *Psicothema*, 18 (3), pp. 465-470.
- Clemente, M. y Santalla, M. (1991). *Psicología social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Henderán.
- Cohen, B. (1963). *The Press and the Foreign Policy*. Princeton: University Press.
- Flugel, J.C. (1954). Humor and laughter. En G. Lindzey, *Handbook of social psychology*. Cambridge: Mass Addison-Wesley.

- **Gargurevich, J.** (1982). *Géneros periodísticos*. Quito: CIESPAL
- **Gerbner, G.** (1998). Cultivation Analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, pp. 175-194.
- **Gomis, L.** (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.
- **Gordon, G. N.** (1971). *Persuasion. The Theory and Practice of Manipulative Communication*. Nueva York: Hasting Eouse.
- **Guillamet, J.** (1988). *Conocer la prensa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- **Jaúregui, E.** (2007). *El sentido del humor*. Barcelona: Integral.
- **McCombs, M.E. y Shaw, D.L.** (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, 43, 2, pp. 58-67.
- **Morales, J.F.** (2007). Identidad social y personal. En J.F. Morales; M.C. Moya; E. Gavira; I. Cuadrado, *Psicología social*. Madrid: McGraw Hill, pp. 787-805.
- **Núñez Domínguez, T.** (2012). Comunicación, sindicatos y hecho sociolaboral. En J. P. Beneyto, P. Jódar et al, *Anuario Sociolaboral (8)-2012: Afiliación y representación sindical*. Madrid: Fundación 1º de Mayo, pp. 559-568
- **Pinto Lobo, R. Mª** (1992). *La influencia del humor en el proceso de la comunicación*. Madrid: Editorial de la Universidad Complutense de Madrid.
- **Santrock, J.W.** (2007). *Life-Span Development: Third Edition*. New York: McGraw Hill Companies.
- **Tejeiro, R. y León, T.** (2009). Las viñetas de prensa como expresión de periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación*, nº 78, enero.
- **Wolton, D.** (2000). *Internet, ¿y después?* Barcelona: Gedisa.

Anexo



FIGURA 4

El sindicalismo es inútil, decadente, trasnochado.
 El País, 27 de septiembre de 2010

MONTORO



FIGURA 5

Una organización sindical y una terrorista terminan reivindicando lo mismo.
 La Razón, 5 de febrero de 2010

ESTEBAN

ESPAÑA OYE EN EL RANKING DE COMPETITIVIDAD. ¡PUES DEMOSTRAREMOS AL MUNDO QUE ESTAMOS CAPACITADOS PARA HACER LAS MEJORES HUELGAS GENERALES!



FIGURA 6

Los sindicatos son los responsables de la crisis.

La Razón, 10 de septiembre de 2010



FIGURA 7

Los sindicatos no tienen respaldo social.

La Razón, 29 de septiembre de 2010

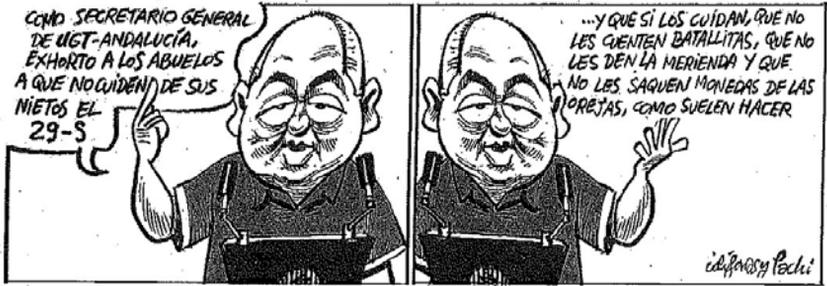


FIGURA 8

Son infantiles o con propuestas estúpidas.
El Mundo, 22 de septiembre de 2010



FIGURA 9

Burócratas de la reivindicación laboral.
ABC, 6 de septiembre de 2010

El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de *El País*

Graphic humour as a critical tool: international political leaders in press cartoons (El País)

Miriam Suárez Romero

(Universidad de Sevilla)
[mirsuarom@gmail.com]

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 227 - 255



Resumen

El presente trabajo estudia la representación de líderes internacionales en las viñetas publicadas en *El País*. Se destaca, por un lado, su importancia como elemento autónomo en el análisis crítico de la actualidad y, por otro, la mayor efectividad que les otorga el uso de un humor percibido como inofensivo, que constituye en realidad una alternativa poderosa en la denuncia de la crisis de valores de la clase política contemporánea.

Abstract

This paper studies the representation of international leaders in the cartoons of the Spanish newspaper El País. It highlights, on the one hand, their importance as an autonomous element in the critical analysis of current issues and, on the other, the higher effectiveness conferred on them by humour perceived as harmless, which is, in reality, a powerful alternative for denouncing the crisis of values shown by the contemporary political class.

Palabras clave

Humor gráfico, liderazgo, política internacional, crisis social, *El País*

Keywords

Press cartoon, leadership, international politics, social crisis, *El País*

Recibido: 13/04/2015

Aceptado: 25/05/2015

Sumario

1. Introducción
2. El humor gráfico en la prensa
3. La personalización de la política y la representación del liderazgo
4. Diseño metodológico
5. Resultados
6. Conclusiones
7. Bibliografía
 - 7.1. Referencias de las viñetas analizadas

Summary

1. Introduction
2. Press cartoons
3. The personalization of politics and the representation of leadership
4. Methodology
5. Results
6. Conclusions
7. References
 - 7.1. Reference list of analyzed cartoons

1. Introducción

Las viñetas de prensa juegan un papel fundamental en el análisis crítico de la actualidad. Si bien diversos géneros en los periódicos tienen la misma función, difieren en numerosos aspectos, desde la forma en que la realizan hasta el efecto que producen en el lector. Por su misma naturaleza, no suelen ser percibidas en su mayoría como un ataque (exceptuando casos específicos como las reacciones a las viñetas de Mahoma publicadas por el diario danés *Jyllands-Posten* o el semanario satírico francés *Charlie Hebdo*), ampliando los límites de la crítica y la permisividad en sus contenidos. Es una excelente herramienta de desafío si se aborda desde el pensamiento crítico.

La prensa tradicional no es un medio contrahegemónico como lo son algunas revistas satíricas, en las que la denuncia abierta y la crítica social directa son la norma, y no la excepción. De ahí lo interesante de su análisis: las voces críticas son más notorias desde dentro de espacios que no conforman una oposición clara al sistema dominante, sino que lo integran. El humor nada entre informaciones u opiniones sobre los mismos temas redactados conforme a reglas profesionales y sociales, como parte del sistema comunicativo que son, y cuyo límite no está en la libertad de expresión, dada por hecho en las democracias modernas, sino en lo políticamente correcto, como apunta Morant Marco (2007). Las dimensiones de esta barrera se reducen considerablemente en las viñetas de prensa, que reflexionan sobre un tema de actualidad desde una óptica única, que no es posible en el resto de textos.

La minusvaloración de las viñetas, tradicionalmente las grandes denostadas y olvidadas en los manuales periodísticos, no se corresponde con su poder: la popularidad –es raro quien al hojear el periódico no se detiene en ellas– las convierte en un efectivo medio de crítica social y política. A ello se une su eficacia persuasiva, que se incrementa considerablemente debido, según Israel y Pou (2011, p. 16), al componente gráfico, al que se suma el habitual uso del humor y la apertura a la libre interpretación. Y es que la imagen ha sido siempre el instrumento más eficaz para convencer, como nos recuerda Domenach (1955): “Su percepción es inmediata y no exige ningún esfuerzo. Si se la acompaña con una breve leyenda, remplace ventajosamente a cualquier texto o discurso” (p. 50).

Esto se acentúa en tiempos de crisis, no sólo económica, sino cultural y política. Según el barómetro del CIS de octubre de 2014¹, año en el que nos centraremos, la mayoría de los encuestados consideraba que la situación política de España era mala (31%) o muy mala (49,5%). Además, un 80,2% estaba de acuerdo en que la política tiene una gran influencia en la vida de cualquier ciudadano. Si bien la desafección de la ciudadanía española respecto a la política es bastante anterior a la crisis, aspectos definitorios de nuestro panorama actual como la situación económica o los escándalos de corrupción han hecho que el desinterés pase a ser un descontento manifiesto con la clase dirigente, como reflejan los bajos índices de valoración de los líderes políticos del país en la encuesta anteriormente mencionada.

Nuestra concepción de la política actualmente, sin embargo, no se reduce a los asuntos nacionales. La política internacional ocupa un espacio igualmente representativo en la realidad construida por los medios de comunicación, que juegan un rol aún más determinante que en los asuntos nacionales, puesto que no tenemos modo de experimentarlos de forma cercana como pudiera suceder con determinados aspectos de la política de nuestro país, o al menos con sus consecuencias. Nuestra realidad internacional es, en parte, lo que nos cuentan los medios tradicionales y los espacios de comunicación digitales.

Tomando todo ello en consideración, este trabajo trata de estudiar cómo son representados los líderes internacionales en un espacio concreto de los periódicos: las viñetas. Como señala Chamorro Díaz (2005), la situación presentada por el humor se erige como un acto subversivo que se revela contra el *statu quo* mediante la ridiculización de personas o situaciones, y la proliferación de estos espacios en época de crisis es considerable. A través de él, matiza la autora, se concreta la burla, ya que ésta es el medio apto para burlarse del poder, de la clase dirigente.

Además de ironizar, Vega Umaña (2013) considera que otro aspecto importante del humor político es la posibilidad que tiene de “organizar una contracultura, al ser capaz de dinamizar formas de resistencia y, eventualmente, promover un cambio en la correlación de fuerzas existentes. Estas particularidades

1 Puede consultarse en la siguiente dirección: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14119

hacen que las caricaturas, en contextos caracterizados por una creciente polarización social, constituyan espacios alternativos de participación ciudadana y expresión política” (p. 99).

Desde esta óptica se aborda el presente trabajo, que trata de aportar un pequeño haz de luz a la oscuridad parcial que presentan los estudios del humor gráfico en la prensa tradicional contemporánea, si bien la producción académica general es amplia. Los momentos históricos destacados del siglo XX han sido estudiados por diversos autores con objetos de estudio diferenciados. Una de las obras destacadas es la de Iván Tubau, revisada y reeditada en 1987, en la que se realiza una extensa clasificación de periódicos, revistas satíricas y humoristas gráficos durante el franquismo. Son reseñables también los trabajos de Segado Boj, que estudia las viñetas de la Transición española en *ABC*, *El Alcázar*, *La Vanguardia*, *Informaciones* y *Ya*, destacando en posteriores publicaciones diversos aspectos de viñetas referentes a la crisis económica de 1974 (2007a y 2008), el primer gobierno de Adolfo Suárez (2009) o incluso la representación de Televisión Española (2009a).

También el siglo XXI ha protagonizado investigaciones sobre el humor político, normalmente orientadas a aspectos más concretos que los que se acaban de mencionar. Por citar algunos, Moreno del Río (2010) analiza el papel del humor en las elecciones generales españolas de 2008 o, en el plano internacional, Rodríguez y Velásquez (2011) estudian las caricaturas internacionales del periódico *The Washington Post*; Vega Umaña (2013) se acerca al rol del humor en el sistema político costarricense y, también centrado en el contexto latinoamericano, se encuentra el estudio de García Galindo y Meléndez Malavé (2006).

Lo que aporta la presente investigación al campo es su focalización: el análisis del liderazgo representado en el humor gráfico. Es precisamente en esta simbiosis de ambas disciplinas donde radica su novedad. Hay una gran producción de textos sobre cómo se han representado en las viñetas determinados momentos históricos políticos, como los citados anteriormente. Pero no hay trabajos en los que se intente dilucidar, como se realiza en este estudio, cómo son representados los principales líderes mundiales en nuestra prensa desde la óptica de la contemporaneidad. El primer inconveniente que plantea esta perspectiva es la lejanía, no ya temporal, sino del objeto estudiado,

puesto que las viñetas tienden a representar lo próximo, o a acercar lo lejano², con la consecuente escasa representación de líderes internacionales en la prensa nacional que ello conlleva. Un campo, además, poco abordado en el ámbito académico.

La representación de temáticas alejadas de nuestra experiencia directa, a través de los rostros responsables destacados, es por tanto la laguna por explorar en la que nos centraremos, partiendo de las aportaciones teóricas de los campos que constituyen los pilares básicos de la indagación: el humor gráfico político y el liderazgo.

2. El humor gráfico en la prensa

Vigara Tauste (2004) habla del humor como ese sentido común que tenemos todos (con distintos niveles de desarrollo), por el cual relativizamos ciertas cosas como resultado del deseo de conocer. Esto se cumple en el caso de las viñetas de prensa, a cuya comprensión se añaden reacciones a las pistas que nos otorgan los índices de contextualización. Rodríguez y Velásquez (2011) explican este proceso, partiendo de unos supuestos cognitivos, del siguiente modo:

emplea unos recursos semióticos para elaborar su acto comunicativo con el que pretende transmitir un mensaje con sentido crítico y efecto humorístico en sus lectores, quienes, a su vez, a partir de sus saberes, interpretan el enunciado, y en consecuencia, reafirman o modifican parcial o totalmente su manera particular de asumir la realidad (pp. 49-50).

² Segado Boj (2007), llega a esta conclusión en un estudio sobre la crisis económica de 1976: “el humor gráfico selecciona las facetas de la crisis económica que sus receptores perciben como más cercanas o de más inmediata repercusión” (p. 204), argumento que repite posteriormente: “Los principales referentes de la crisis económica en el humor gráfico aparecen seleccionados estrictamente por un criterio de proximidad. Los aspectos de la economía que más aparecen en el humor gráfico son aquellos que afectan de manera directa a los lectores de los diarios. Por ello, el referente más frecuente de la crisis económica es la inflación, por el encarecimiento de los productos de consumo habitual o de primera necesidad” (2008, p. 165).

Las viñetas funcionan, según Padilla y Gironzetti (2012, p. 104), como cualquier tipo de chiste, con la comparación de dos mundos que se contraponen y cuya incongruencia hay que resolver mediante la activación de esquemas de contenido, con la influencia determinante de diversos supuestos socioculturales de los que dependerá el nivel o la profundidad de la interpretación.

Sin embargo, la equiparación al chiste no es compartida por todos los autores. La polémica comienza en la misma denominación. Los últimos autores citados equiparan 'viñeta cómica', 'historieta', 'tira humorística' y 'chiste gráfico' (2012, p. 94). Álvarez Junco (2009, p. 56) sitúa la diferenciación nominal en la intencionalidad, separando el 'cartoon' (que tiene como meta la sátira social o política) del 'chiste', destinado a hacer gracia sin que sea necesaria la referencia a personajes de actualidad, y cuyo propósito es simplemente hacer reír. El primero, sin embargo, se dirige a hacer pensar, proponiendo una reflexión sobre un tema de actualidad mediante la representación de los personajes implicados en el asunto en cuestión.

Tejeiro Salguero y León Gross (2009) también resaltan el debate de la denominación, apostando por el término 'viñeta' puesto que otros como 'chiste' o 'humor gráfico' otorgan un papel excesivamente prominente al humor, que no constituye un elemento fundamental de todas las publicadas en prensa. Tubau (1987), por su parte, se refiere siempre al 'chiste gráfico' y Chamorro Díaz (2005) destaca la falta de consenso en cuanto al alcance del término 'dibujo humorístico', siendo a veces utilizado para referirse a una 'caricatura' por la ausencia de límites y características definitorias estandarizados.

En este trabajo se utilizarán los términos 'viñeta'³ y 'humor gráfico', los más comúnmente usados y los que consideramos que se acercan más a la naturaleza de este género poco tratado en los manuales tradicionales periodísticos, pero con una gran importancia. Normalmente son equiparados a los editoriales. Tejeiro Salguero y León Gross (2009) explican que aunque reflejan la opinión del autor y no necesariamente del periódico, algunos lectores las perciben como un 'para-editorial', por lo que los medios ejercen presión sobre los viñetistas para que se ajusten a la línea editorial del periódico. Ellos,

3 En su origen, explican Israel y Pou (2011), se trata de "un dibujo o ilustración impreso que sirve para mejorar estéticamente las páginas de la prensa. Debe su nombre a los grabados de adorno, a base de racimos de uvas, que se incluían como elementos decorativos en los más variados impresos" (p. 163).

no obstante, defienden la conveniencia de su equiparación con las columnas de opinión.

Adoptamos en este trabajo la última comparación, por dotar de entidad opinativa propia los espacios estudiados. Sin embargo, no es la concepción mayoritaria, puesto que la caracterización como opinión dibujada del medio es ampliamente compartida. Así lo cree también Carabias (1973), quien advierte en tono humorístico que “los editorialistas no deben molestarse por esta afirmación, porque, en cambio, también es verdad que hay editoriales que son auténticos chistes. Vaya lo uno por lo otro” (pp. 78-79).

Independientemente de si su función es apoyar el posicionamiento editorial del medio, dar una opinión personal o una visión alternativa, es indudable su papel fundamental en el análisis de la realidad en general, y de los aspectos políticos en particular. Su peculiaridad radica en el enfoque de la crítica, pues se focaliza en aspectos que trascienden la temática abordada en términos generales, para hacer sobresalir una denuncia más explícita.

Hay que matizar, no obstante, que hay autores que tienen una visión menos activa de las viñetas, otorgándole menos capacidad de influencia y crítica. A este respecto, Tubau (1987) recoge unas palabras de Vázquez Montalbán: “El chiste no tiene el valor absoluto del desfogue, porque entonces tendría un papel histórico activo. El chiste es la resignación, la aceptación, la integración. Por eso los gobernantes inteligentes no se molestan por los chistes que el pueblo elabora a su costa. En el fondo del chiste político hay un abandono del antagonismo” (p. 31).

No creemos que esta función derrotista esté presente ni siquiera en las viñetas de la prensa diaria, quizás a las que se les atribuye –ya veremos si erróneamente– mayor acuerdo con el discurso establecido. Segado Boj (2009a) considera, desde un posicionamiento distinto, que el humor gráfico es un medio en el que quedan reflejados los comentarios, prejuicios y opiniones existentes en una sociedad en un momento determinado, convirtiéndose en una radiografía del sentir general de la población. Esta concepción es compartida, a su vez, por Chamorro Díaz (2005), quien atribuye a las viñetas la función de poner en evidencia los valores, estilos de convivencia y normas sociales de una comunidad determinada.

Frente a estos autores que consideran que lo divulgado es reflejo de las visiones de la sociedad, se sitúan los que ponen el foco de atención en los

medios como conformadores de la realidad, y no reproductores. Hay que tener en cuenta que desde esta óptica, como nos recuerda Romero Herrera (2009), la percepción del lector de la viñeta puede captar “mensajes que pueden ser pretendidos o no dentro de lo que con ella se quiso plasmar” (p. 32). Esta atribución de contenido al humor gráfico se debe al uso de recursos retóricos, otra de sus características definitorias, y mediante los cuales la realidad es abordada de forma crítica.

En todo el proceso juega un papel fundamental el contexto compartido. Barragán Gómez (2013, pp. 338-339) recalca que el humor político “no debe definirse como un texto de naturaleza visual que habla por sí solo, pues se estaría pasando por alto el hecho de que su ocurrencia solo es posible dentro de una totalidad por fuera de la cual no tendría mayor significación ni eficacia”, al igual que Agüero Guerra (2013) destaca que las viñetas políticas son efímeras, por lo que se puede incurrir en una comprensión parcial al escindirlas de su contexto original.

Los mensajes políticos transmitidos, por ejemplo, de los líderes mundiales que se estudian en esta investigación son construidos mediante la referencia a elementos culturales compartidos por los receptores. En palabras de Vega Umaña (2013), “la imagen se concibe como una entidad comunicativa autónoma que recrea las relaciones existentes entre forma y función en un intento de producir significación, es decir, de articular el sentido y el propósito de un discurso político en contextos determinados” (pp. 91-92). Este mensaje visual, matiza, tiene un efecto pasional pues siempre provoca adhesión o rechazo, negando cualquier posibilidad de neutralidad e inocencia de nuestro objeto de estudio, si bien ha habido épocas en las que la intensidad de su posicionamiento ha ido variando.

El humor político de hoy es heredero de una tortuosa historia. La obra de Tubau (1987, pp. 17-33), aunque se centra en el humor gráfico del franquismo, ofrece un recorrido histórico fundamental hasta esa época. Las viñetas como tal se desarrollan paralelamente a las publicaciones más o menos periódicas, aunque hay evidencias de visiones caricaturescas antes, algo compartido por Carabias (1973, p. 77), quien fija su aparición en el nacimiento y desarrollo de la prensa como fenómeno cultural. La litografía da un impulso definitivo a su difusión en el XIX, si bien en España apenas se había cultivado, “pues España misma era una caricatura, –apunta el estudioso decimonónico Jacinto Octavio

Picón- (...)” (Tubau, 1987, p. 19). A mediados de siglo comienzan a proliferar las publicaciones satíricas.

Tras la I Guerra Mundial, aparecen revistas que abandonan la crítica política directa y adoptan el costumbrismo, primando la parte humorística más que la de denuncia. El humor satírico será recuperado en la Segunda República, con más fuerza que nunca, hasta la Guerra Civil: desde el bando nacional se publicaría lo que posteriormente sería llamado ‘humor *codornicesco*’, y el bando republicano no tuvo más opción que la clandestinidad, el silencio o el exilio. “Hay que pararse muy bien a pensar lo que significan veintisiete años de censura absoluta para comprender por qué el humor gráfico español ha sido de un modo y no de otro”, apunta Tubau, “hay que pensar que cada uno de los dibujos de humor producido por cualquier dibujante del país con pretensión de ser publicado debía ser visto y aprobado por un censor – cargo para el cual no se exige sentido del humor – (...)” (1987, p. 30). El humor crítico no desapareció, sino que se convirtió en unilateral (afín al régimen), y los dibujantes se refugiaron en el humor evasivo, la política extranjera o el costumbrismo⁴. Posteriormente, en el primer trienio de la Ley de Prensa de 1966 (conocida como ‘Ley Fraga’), comienza a volver el humor *crítico*, si bien no el político, que tardaría aún.

Las viñetas cobraron la importancia merecida en los sesenta gracias a tres cuestiones profesionales que resume este autor: la situación debidamente valorada en las páginas del periódico, un humorista fijo y la posibilidad de tratar temas con los que el lector se sintiera identificado.

Este recorrido histórico que ofrece Tubau y que resumimos aquí es fundamental para entender la importancia de nuestro objeto de estudio, las viñetas políticas. Con una trayectoria tortuosa y llena de oscilaciones, parones, repuntes, prohibiciones y recuperaciones parciales, la historia de lo que fueron determina de forma fundamental lo que tenemos hoy, cómo es el humor gráfico político contemporáneo y de quién es heredero. Al olvidar el pasado de los elementos analizados en el presente eliminamos una parte esencial de lo que son y del por qué.

4 Lo mismo, explica Levín F. (2012) ocurrió en Argentina durante la dictadura de 1976 a 1983: “el golpe de estado produjo importantes transformaciones en el contenido y las estrategias del humor (...): las viñetas se volvieron más costumbristas y las representaciones políticas se retiraron prudentemente del espacio humorístico” (p. 236).

3. La personalización de la política y la representación del liderazgo

El humor gráfico ha sido utilizado en la historia como medio de lucha, y la clase política ha sido siempre objeto de su crítica, sobre todo en momentos de tensión. La personalización de los acontecimientos y la atribución de responsabilidad a personas concretas hace que los políticos sean protagonistas de numerosas caricaturas en las páginas de los periódicos. En teoría, las críticas van encaminadas en una dirección ideológica similar, que el lector tipo comparte con el diario.

Sin embargo, no siempre es así. Como decíamos en la introducción, su tono humorístico permite decir mucho más –y de diversos modos– que el resto de géneros opinativos. Esto hace que los lectores de una determinada ideología toleren, acepten y hasta lleguen a compartir las críticas realizadas desde estos espacios incluso a los representantes de los partidos que les son cercanos. Si esto es normal en política nacional, en asuntos internacionales se intensifica, por la superación ideológica de la dicotomía izquierda-derecha que presentan determinadas temáticas.

Es de sobra sabido que el debate de las cuestiones políticas entre los ciudadanos procede en gran medida de lo publicado en los medios, que determinan *qué* y *cómo* protagonizará dicho discurso (según las conocidas teorías de la *agenda setting* y *framing*). En este sentido, la representación que el medio haga de un personaje será fundamental en la concepción que de él tengan los ciudadanos. Trejo Delarbre (2000), destacando la capacidad de los medios para uniformar además de informar, insiste en que no es novedoso decir, ya que vivimos en una aldea global en la que la vida pública está organizada en torno a las agendas establecidas por los medios, así como la vida política no existe –como actividad que necesita del consenso social– si no es con el concurso de los medios. No hay, concluye, política moderna sin medios de comunicación, co-productores relativamente autónomos de la realidad política, matiza Castro (2004). En definitiva, los líderes lo son, según Delgado Fernández (2004), porque aparecen en los medios proyectando imágenes.

A esta visión de que sin medios no hay política se suma la de aquellos que consideran que sucede lo mismo a la inversa, puesto que la comunicación,

apunta Botero Montoya (2006), “por naturaleza tiene una función que le es propia: lo *político*, que es *público*” (p. 15), apartando la concepción estatal del término y acercándose al concepto colectivo de interés general.

Cercano a las dos teorías citadas anteriormente se encuentra el efecto *priming* que, como explica Zamora Medina (2009), demuestra que la mayor visibilidad pública de un político en relación con un asunto determinado otorga una mayor familiaridad con el tema, “hasta el punto de que los propios ciudadanos pueden terminar identificando a dicho político con el devenir (en sentido positivo o negativo) de dicho asunto, y le atribuirán responsabilidad en relación con el mismo” (p. 142). Los medios se convierten así en un actor fundamental en la fijación de los marcos interpretativos con los que se caracterizará al político.

Todo ello sucede en una tendencia creciente actual a la personalización (a veces centrada en atributos personales más que profesionales). Bouza (2012) la describe como “la centralización en una persona de una idea, ya sea política o de cualquier otra índole. Es exactamente lo que ocurre cuando se sustituye una corriente de opinión por un líder, un partido por una sola figura política (...)” (p. 48). El líder se compone entonces de dos elementos: lo que es, y lo que los ciudadanos piensan que es.

Así, apunta Arnal Canudo (2012), cuanto más se identifique un seguidor con un líder, más influencia podrá ejercer. A pesar de las infinitas definiciones que se han dado del término ‘liderazgo’, caracterizado por la polisemia, la autora destaca el punto en común de todas ellas: lo presentan como la influencia de una persona sobre un grupo con el objetivo de moldear su estructura.

De entre los numerosos factores que entran en juego en la conformación de la imagen del liderazgo destacamos por último los estereotipos, presentes de forma notoria en las viñetas que se les dedican. Martín Salgado (2003) destaca que las etiquetas “tienden a ignorar los matices: todos los socialistas son iguales, todos los liberales son iguales, todos los de derechas son iguales e incluso todos los políticos son iguales” (p. 230). En la tendencia a tapan la diversidad radica el mecanismo de creación de estereotipos.

Teniendo todos estos apuntes en consideración, nos adentramos ahora en el análisis de las viñetas publicadas sobre los líderes políticos, para conocer con más profundidad cómo son presentados en unos espacios cuya importancia y efectos no deben minusvalorarse.

4. Diseño metodológico

El corpus de estudio de esta investigación está compuesto por las viñetas publicadas en la versión digital de uno de los diarios españoles de referencia, *El País*, durante 2014, en la búsqueda de un año completo con la mayor proximidad temporal posible. El libro de estilo del periódico dedica un pequeño espacio a lo que denomina 'Ilustraciones humorísticas', tratándolas como elementos de opinión con responsabilidad, por tanto, de sus autores, si bien advierte de que no se publicarán los que ofendan la intimidad de las personas o tengan imágenes desagradables.

En una primera recopilación de las unidades de muestreo, se extraen todas las viñetas publicadas en la edición digital del diario (que suelen coincidir con las publicadas en el formato impreso), y en una segunda criba, se seleccionan exclusivamente aquellas en las que se haga referencia a personalidades políticas de la esfera internacional. Esto permitirá saber el porcentaje del total que representa el humor gráfico analizado y, por tanto, el protagonismo que en él tienen los responsables extranjeros.

El objetivo principal del trabajo es estudiar, mediante el análisis de contenido de las unidades seleccionadas, el perfil de representación crítica de los líderes internacionales en las viñetas del diario *El País*. De este propósito se derivan las siguientes hipótesis iniciales:

- **H1.** La representación de las personalidades políticas internacionales en *El País* es escasa y mayoritariamente negativa.
- **H2.** Los políticos internacionales son tratados mediante el humor crítico y en función de temas nacionales.
- **H3.** Las denuncias efectuadas en las viñetas focalizan la crítica en la evaluación moral y la crisis de valores, trascendiendo la temática específica de la pieza.

La técnica seleccionada para evaluar estas hipótesis es el análisis de contenido, considerándola la más adecuada para las pretensiones expuestas. Coincidimos con la concepción de Bardin (2002) de esta técnica: "Decir no a la

‘simple lectura de lo real’, siempre seductora, es forjar conceptos operativos, aceptar la provisionalidad de las hipótesis, establecer planes de experiencias o investigaciones (a fin de perturbar las primeras impresiones, diría PH. Lazarsfeld)” (p. 21).

El desafío metodológico de esta elección radica en que ha sido más usada tradicionalmente con documentos textuales y fotográficos, si bien las viñetas cuentan con una plena autonomía comunicativa. Realizamos un análisis de contenido icónico, por definición cuantitativo, introduciendo variables cualitativas, analizando tanto la frecuencia de aparición de los ítems tipificados como las representaciones y valoraciones de los personajes que los humoristas gráficos realizan, lo cual nos lleva, por un lado, al simple recuento y catalogación y, por otro, al examen de los contenidos ideológicos transmitidos.

Al no realizarse muestreo –se han catalogado todas las viñetas publicadas durante 2014–, se satisface el criterio de representatividad. Pero hay que tener en cuenta que los resultados estarán influenciados por la actualidad internacional y nacional de este año concreto, y no se puede confiar en que haya un resultado idéntico si se repitiese el estudio otro año, si bien sí que deberían mantenerse los aspectos fundamentales. Conociendo por tanto las limitaciones del estudio, no se pretenden hacer inferencias generalizables.

Con todo ello, se ha elaborado la siguiente ficha de análisis, acompañada de un libro de códigos:

TABLA 1 Ficha de análisis para el estudio de líderes políticos internacionales en *El País*

Identificación y reconocimiento de la pieza analizada	
PARTE I	<ol style="list-style-type: none"> 1) Nombre del codificador 2) Fecha de codificación 3) Código de la pieza 4) Autor de la viñeta 5) Fecha de publicación

PARTE II

Contenido de la viñeta y aspectos formales

- 6) Líder político representado
- 7) Categorización (posicionamiento respecto al personaje)
1. Positiva
 2. Negativa
 3. Neutra/ninguno
- 8) Representación física del político
1. Sí
 2. No
- 9) Características morales atribuidas
1. Positivas
 2. Negativas
 3. Neutras/ninguna
- 10) Escenario de representación
1. Político
 2. Ajeno a la política
- 11) Temática
- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| 1. Política internacional | 4. Economía nacional |
| 2. Política nacional (España) | 5. Corrupción |
| 3. Economía internacional | 6. Otras |
- 12) Aspecto central de la crítica (encuadre)
- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 1. Consecuencias económicas | 5. Atribución de responsabilidad |
| 2. Enfoque humano | 6. Dependencia |
| 3. Conflicto/discrepancia | 7. Otros |
| 4. Moralidad/valores | |
- 13) Tipo de humor
- | | |
|------------------|--------------------------------|
| Puro o evasivo: | Humor crítico |
| 1.1. Abstracto | 1.5. Negro |
| 1.2. Absurdo | 1.6. Costumbrismo |
| 1.3. Surrealista | 1.7. Crítica sociológico-moral |
| 1.4. Poético | 1.8. Humor político |
- 14) Coincidencia con editoriales
1. No
 2. Sí: representación coincidente
 3. Sí: representación disonante
 4. Sí: representación diferente

En primer lugar se encuentran aspectos de reconocimiento de la viñeta objeto de análisis y de la codificación. En la segunda parte de la ficha comienza el estudio de contenido y formal. Se especifica quién es el líder político representado, considerando además si junto a él o ella aparecen más personajes. Mediante la catalogación en positivo, negativo o neutro, se recoge el posicionamiento que transmite el autor de la figura política protagonista, si está representada físicamente o no (sólo aparece su nombre en la viñeta, de ahí la inclusión en el corpus), así como la valoración de las características morales atribuidas y el escenario en el que se le sitúa (si es típicamente político como un mitin o un atril, por ejemplo, o si son escenarios u objetos ajenos a la institucionalidad de la política). Se codifica una ficha por viñeta, independientemente de los actores que represente, que se analizarán de forma conjunta. En el undécimo ítem se estudia la temática, tipificando los temas más comunes a los que van asociados los políticos extranjeros normalmente en un periódico.

Para obtener más datos sobre el contenido de la viñeta, establecemos una variable de análisis relativa al aspecto en el que se centra la crítica. Igartua y Humanes (2004) opinan que la aproximación más elaborada para evaluar mediante análisis de contenido los encuadres noticiosos es la desarrollada por Semetko y Valkenburg, quienes identificaron cinco tipos básicos de encuadres. Tomándolos como base, se adaptan y amplían en este artículo, puesto que no se analizan textos noticiosos, para observar el punto de focalización seleccionado al tratar sobre políticos internacionales, el marco de interpretación conforme a la *teoría del framing*, de acuerdo a nuestras pretensiones.

Para clasificar los tipos de humor que pueden presentar las viñetas nos basamos en Tubau (1987), quien indica que tenemos por un lado un humor puro o evasivo que “toma como base la ‘invención’ humorística desvinculada (absoluta o parcialmente) de la observación de la realidad” y, por otro, un humor crítico que “constituye en mayor o menor medida una radiografía subjetiva e intencionada de la vida del país (o del mundo)” (p. 99). La clasificación se completa con los subtipos o modalidades de estos dos grandes grupos.

En el último ítem de la ficha se comparan las temáticas de las piezas editoriales publicadas el mismo día (normalmente tres), para testar si las viñetas van en sintonía temática e ideológica, o si son elementos de crítica independientes. Procedemos a continuación a comentar los resultados más destacados tras la aplicación de la ficha de análisis que se acaba de presentar.

5. Resultados

El periódico *El País* ha publicado 1685 viñetas en 2014. De ellas, tan sólo 19 representan o hacen mención a políticos internacionales, un pequeñísimo porcentaje que supone el 1,13% del total.

El corpus de análisis está compuesto por tanto por 19 piezas dibujadas por los humoristas gráficos fijos del diario, como se puede observar en la siguiente tabla:

TABLA 2

Viñetista, número de piezas y político representado

Identificación	Nº de viñetas	Político representado
Bernardo Erlich (Erlich)	12	Angela Merkel Barack Obama (x2) Christine Lagarde (x4) Jean Marie Le Pen y Marine Le Pen Nicolas Sarkozy Vladimir Putin (x3)
José María Pérez González (Peridis)	4	Angela Merkel Angela Merkel, David Cameron, François Hollande, Matteo Renzi y Manuel Valls Marine Le Pen
Antonio Fraguas (Forges)	2	Angela Merkel (x2)
Andrés Rábago García (El Roto)	1	Mao Tse-Tung

Fuente: Elaboración propia

Erlich es, sin duda, el autor que más piezas dedica a los líderes extranjeros: firma el 63% del total analizado. Es el más ligado a la actualidad

internacional, en contraposición con el resto, de marcado carácter nacional, si bien sus protagonistas suelen repetirse. Lo mismo ocurre en las de Forges, que dedica sus dos viñetas a la canciller alemana Angela Merkel –presente, por otra parte, en tres de los cuatro dibujantes–. El Roto conforma una excepción en el análisis conjunto de las firmas, puesto que la única pieza de 2014 en la que presenta a un líder internacional no está relacionada con la actualidad, sino que es una crítica a los sobornos, para lo que usa la figura de Mao Tse-Tung.

En cuanto a la distribución temporal, se puede observar una concentración en los tres meses de verano (junio, julio y agosto), que aglutinan más de la mitad del total analizado, reduciéndose la frecuencia de publicación del resto del año a una pieza por mes.

Además de estar concentradas, ser poco numerosas y tener un elenco de protagonistas reducido, el posicionamiento mayoritario de los dibujantes respecto al político representado es negativo en el 73,68% de las ocasiones, un dato que tiene su correlación en la también mayoritaria atribución de características morales negativas (58%).

La canciller alemana, Angela Merkel, es la política más representada. Forges (*El País*, 25 de noviembre de 2014) pone en evidencia que los 253 goles del futbolista Messi no son nada “comparados con los que nos está metiendo la Sra. Merkel”. También aparece, por ejemplo, haciendo el Camino de Santiago (Peridis, *El País*, 26 de agosto de 2014), aprobando las medidas de austeridad de Mariano Rajoy, compañero de travesía: “Caminante no hay otro camino... que el sacrificio”.

También es destacable la representación de la directora gerente del Fondo Monetario Internacional (FMI), Christine Lagarde, otro de los personajes más tratados. Es caracterizada con atributos como frivolidad, despreocupación, dureza, crueldad y soberbia. La personalización en su figura la hace rostro visible de las medidas de la institución. Llama la atención que a pesar de ser del mismo dibujante, la representación en todas ellas es distinta, repitiéndose sólo la vestimenta. Es criticada por su cargo en el FMI excepto en una de las viñetas que trata sobre su imputación por corrupción.

Le sigue en representatividad el presidente ruso Vladimir Putin, retratado como un ambicioso sin escrúpulos que se come en un restaurante a Crimea y se pide de postre Donetsk (Erlich, *El País*, 8 de abril de 2014), o como un mentiroso y un cobarde que se esconde tras un disfraz, intentándose

camuflar cuando le piden responsabilidades por el derribo del avión de *Malaysia Airlines* en Ucrania, mientras dice: “¿Putin? ¿Qué Putin? No conozco ningún Putin” (Erich, *El País*, 21 de julio de 2014).

De entre las figuras con menos representación pero igualmente valoradas de forma negativa podemos destacar al expresidente francés Nicolas Sarkozy, cuya nariz crece como la de Pinocho conforme niega su implicación en los asuntos de corrupción que se le imputan; o Jean Marie Le Pen, comparado con Adolf Hitler por sus ‘bromas’ antisemitas, y cuya viñeta explica cómo recortar unas piezas de papel para, al girarlas, crear la ilusión óptica de “ponerle el bigote a Le Pen”.

Por otro lado, cabe destacar que predominan considerablemente las representaciones físicas de los políticos. Es así en más del 70% de las ocasiones, siendo minoritarias las que sólo mencionan su nombre. Sin embargo, los políticos no son representados en escenarios típicamente asociados a su labor (15,78%) como pudiera ser un atril, una reunión o un sillón, sino que aparecen en lugares ajenos o con fondos neutros en 16 de las 19 viñetas analizadas, como por ejemplo una comisaría de policía, la calle, el bar, el cielo, la pantalla del móvil o incluso a camello, como en la siguiente ilustración, en la que François Hollande, Angela Merkel y David Cameron son los tres Reyes Magos:

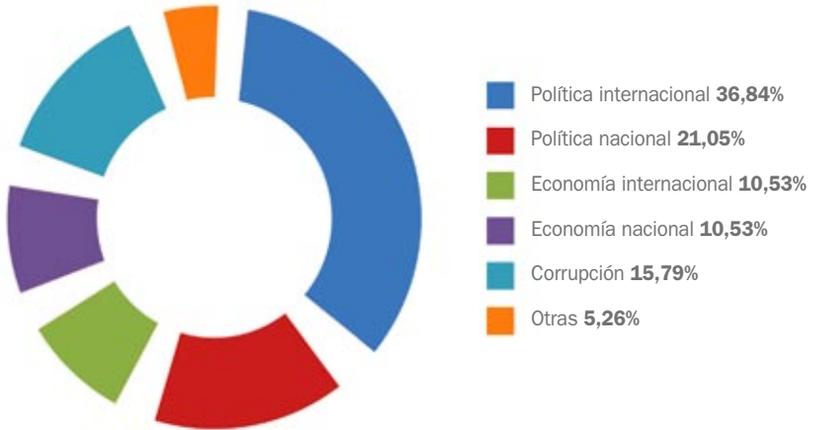


ILUSTRACIÓN 1

Peridis, *El País*, 3 de enero de 2014.

Con esta viñeta nos adentramos en el descriptor temático. La representación de los líderes internacionales se hace en función de una temática nacional. No obstante, esto no es la norma, puesto que la distribución porcentual de los temas principales tipificados en la ficha de análisis es la que sigue:

GRÁFICO 1

Temática de las viñetas de *El País* sobre políticos internacionales

Fuente: Elaboración propia

Sobresale, como podemos ver, la política internacional. La preponderancia extranjera se mantiene si agrupamos la política y economía internacionales, por un lado, y las nacionales, por otro. Es asimismo llamativo cómo la corrupción protagoniza más unidades de humor gráfico que la economía, poniendo de manifiesto la orientación social y de disconformidad de las críticas efectuadas.

Pero más importante que el tema principal de la crítica es su focalización. La verdadera razón de ser de la viñeta, la denuncia que se realiza, es diferente a la llevada a cabo en el resto de géneros de opinión en el enfoque que se le da: casi la mitad del corpus hace una atribución de responsabilidad (47,37%) al personaje político: en las viñetas Putin es el responsable del derribo del vuelo MH17, Sarkozy y Lagarde son culpables de corrupción, ésta última también de las medidas dictadas por el FMI, Merkel de la austeridad, el Gobierno chino de espiar a Estados Unidos... Una personalización mediante juicios categóricos que no se lleva a cabo abiertamente en el resto de piezas del periódico pues, como se apuntaba en la introducción, el humor amplía los límites de las críticas al no percibirse como ofensivas.

Otro de los enfoques más usuales es el de la moralidad (21,05%), o más bien su ausencia. Las viñetas analizadas intentan reflejar un tiempo en crisis, pero no crisis económica –que también–, sino una crisis de valores que comienza en los más altos cargos de la política mundial, colmada de corruptos e insensibles. Si bien la temática principal se refiere a asuntos de política internacional, no son estos los blancos de las críticas, sino que se intenta poner de relieve lo que hay detrás de nuestros representantes, resaltar lo que se encubre. En una de las viñetas de Erlich (*El País*, 8 de octubre de 2014), Christine Lagarde dice: “Está todo tan mal que ahora somos los buenos”, resumiendo a la perfección la intencionalidad de denuncia que constituye el común denominador del corpus analizado. La única pieza analizada que firma El Roto, da fe también de ello:



ILUSTRACIÓN 2

Viñeta de El Roto publicada en *El País* el 1 de julio de 2014.

Representado con elementos prototípicos de líder y de poder, como el sillón o el círculo alrededor de su cabeza, la frase hace referencia a las polémicas palabras pronunciadas por Deng Xiaoping en 1960: “Da igual que el gato sea blanco o negro, lo importante es que cace ratones”. Sacada de contexto y modificada, ha sido adaptada a una contemporaneidad con otro tipo de falta de valores.

El tipo de humor usado por todos los viñetistas es crítico, concretamente humor político (57,89%) y la crítica sociológico-moral (42,11%). No se usa el humor puro o evasivo en ninguna ocasión, ni en ninguna de sus modalidades.

Relacionado con el enfoque y el tipo de humor empleado se encuentra el último de los ítems analizados: la coincidencia con los editoriales. Un 78,94% de las viñetas no tratan sobre los mismos temas que abordan alguno de los tres editoriales publicados el mismo día de su aparición en la página editorial de *El País*. Hay cuatro que sí coinciden en la temática: las realizadas por Peridis (*El País*, 26 de mayo de 2014) sobre la victoria de Le Pen y el 26 de agosto sobre Merkel y Rajoy en el Camino de Santiago; y las de Erlich sobre el robo de datos y el espionaje por parte de China a Estados Unidos publicada el 21 de mayo, por un lado, y la de la imputación de Sarkozy por corrupción del 2 de julio, por otro. Aun siendo la coincidencia temática minoritaria, al analizar detenidamente los editoriales y las viñetas se ponen de manifiesto los distintos enfoques de ambos espacios.

Sirva como ejemplo el caso de Sarkozy. En el editorial se explica que la detención y el interrogatorio del expresidente francés han sido por tráfico de influencias y violación del secreto de instrucción por recabar información sobre investigaciones que se llevaban a cabo contra él por presunta financiación irregular de su campaña electoral de 2007. No juzga si es verdad o mentira, sino que el editorial se centra en la dificultad de lavar su imagen y de que los franceses lo olviden tanto si es inocente como culpable. Un enfoque que contrasta con la representación de Erlich:



ILUSTRACIÓN 3

Viñeta de Erlich publicada en *El País* el 2 de julio de 2014.

Podría pensarse que las viñetas actúan entonces como reforzadores de la línea editorial del periódico, complementando los juicios que se vierten en los editoriales, como apuntaban algunos autores citados anteriormente. Pero, en primer lugar, esto es una excepción, y la norma en el corpus analizado es que las temáticas no sean coincidentes. En segundo lugar, la diferencia principal radica en el aspecto inmediatamente anterior comentado: el enfoque en la crisis de valores. Da igual cómo se hayan producido los hechos, solo hay un recorte de prensa en la esquina superior izquierda de la viñeta que nos sitúa contextualmente, y del que se parte para ir más allá, para hacer una crítica de lo que implica el hecho, desvelar lo que realmente significa la noticia para la sociedad, efectuando una atribución de responsabilidad o culpabilidad directa y dejando en el lector una idea fundamental: como Pinocho, Sarkozy es un mentiroso.

6. Conclusiones

Una vez comentados los resultados más destacados de la investigación, resumimos las conclusiones principales a las que han conducido el estudio, tomando como guía las hipótesis previamente formuladas.

La primera hipótesis planteaba que *la representación de las personalidades políticas internacionales en El País es escasa y mayoritariamente negativa*. Efectivamente, de 1685 viñetas que se publicaron en *El País* en 2014, en tan sólo 19 aparecen líderes políticos mundiales, sea en primer o segundo plano, confirmando la escasez en su tratamiento y en el elenco de personajes representados. Además, el 73,68% del corpus presenta una valoración general negativa por parte del autor hacia el protagonista, coincidiendo con una también mayoritariamente negativa atribución de características morales (57,89%).

La segunda hipótesis, *los políticos internacionales son tratados mediante el humor crítico y en función de temas nacionales*, se cumple parcialmente. Es cierto que son representados mediante el humor crítico, puesto que no hay ningún caso en el que se emplee el humor puramente evasivo sin conciencia crítica. Pero no lo es que se traten en función de temas nacionales. Incluso sumando las viñetas relativas a política y economía nacionales (31,58%), aún faltan cinco puntos para igualar a las de política internacional, no comprobándose por tanto esta parte de la hipótesis.

Finalmente, la tercera apuntaba que *las denuncias efectuadas en las viñetas focalizan la crítica en la evaluación moral y la crisis de valores, trascendiendo la temática específica de la pieza*. Y así es, pues independientemente del tema que protagonice de forma manifiesta la viñeta, se ha demostrado cómo la atención está orientada hacia la denuncia de comportamientos incorrectos de los políticos más allá del hecho en el que se basen o la información de la que partan. Una noticia cuenta qué ha pasado, en un artículo se dan opiniones sobre lo que ha pasado, y en las viñetas analizadas se critica la actitud de quien tiene la responsabilidad de lo que ha pasado, alejándose del plano político y acercándose al moral, llamando a través de la risa a que nos percatemos de que es mucho más lo que hay detrás que el simple hecho en sí.

Ese intento de llegar más allá de la capa superficial que nos presenta el resto del periódico sobre las actuaciones de nuestros representantes diferencia a la viñeta de forma fundamental, constituyéndose como un elemento autónomo en cuya minusvaloración errónea reside su capacidad única de acercarse a la actualidad desde la crítica abierta.

7. Bibliografía

- **Agüero Guerra, M.** (2013). Análisis semántico-cognitivo del discurso humorístico en el texto multimodal de las viñetas de Forges. *Estudios de Lingüística Universidad de Alicante (E.L.U.A.)*, 27, pp.7-30.
- **Álvarez Junco, M.** (2009). *El diseño de lo incorrecto: la configuración del humor gráfico*. Buenos Aires: La Crujía.
- **Arnal Canudo, M.** (2012). Iron Lady, reflexiones sobre la imagen y el liderazgo. *Fotocinema* [en línea], 4, pp. 68-87. Disponible en: <http://www.revistafotocinema.com/index.php?journal=fotocinema&page=article&op=viewFile&path%5B%5D=94&path%5B%5D=66> [Consultado el 6 de abril de 2015].
- **Bardin, L.** (2002). *El análisis de contenido*. (3ªed). Madrid: Akal.

- Barragán Gómez, R. A. (2013). Algunos fundamentos para el análisis discursivo y semiótico de las representaciones de los actores del conflicto en la caricatura política en Colombia. *Revista Entornos*, vol. 26, n. 2, pp. 335-344.
- Botero Montoya, L. H. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Anagramas* [en línea], vol. 5, n. 9, pp. 13-27. Disponible en: <http://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/778/720> [Consultado el 16 de marzo de 2015].
- Bouza, F. (2012). Las metodologías de agenda en el estudio de la opinión pública como base de la comunicación política. *Revista Digital de Marketing Aplicado*, 8, pp. 41-54. Disponible en: http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/39/1321/redmarkan8v1pp41_54.pdf [Consultado el 30 de enero de 2015].
- Carabias, J. (1973). *El humor en la prensa española*. Madrid: Autor
- Castro, A. (2004). Medios de comunicación y actores políticos en situaciones de crisis: la producción negociada de la realidad política. *Zer*, vol. 9, n. 17, pp. 143-164.
- Chamorro Díaz, M. C. (2005). El humor gráfico desde una perspectiva retórica. *Icono 4* [en línea], vol.3, n.1. Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/441/316> [Consultado el 1 de abril de 2015].
- Delgado Fernández, S. (2004). Sobre el concepto y el estudio del liderazgo político. *Psicología Política*, 29, pp. 7-30.
- Domenach, J. M. (1955). *La propaganda política*. (2ª ed). Buenos Aires: Eudeba.
- García Galindo, J. A., y Meléndez Malavé, N. (2006). Humor y política en el contexto iberoamericano: las posibilidades expresivas de las nuevas tecnologías. En Marie-Claude Chaput y Manuelle Peloille (coord.), *Humor y política en el mundo hispánico contemporáneo*. PILAR: Université Paris X-Nanterre, pp.153-166.

- **Igartua, J. J., y Humanes, M. L.** (2004). Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación desde la Teoría del Encuadre. *Comunicación y Sociedad*, 17 (1), pp. 47-75.
- **Israel Garzón, E., y Pou Amérigo, M. J.** (2011). Indagaciones interculturales sobre orígenes y religiones en el humor periodístico. *Cuadernos de Información*, 29, pp. 161-172.
- **Levín, F.** (2012). El humor reprimido. Tiras y viñetas del diario Clarín durante los años de represión y censura (Argentina, 1974–1982). *Confluente* [en línea], vol. 4, n. 2, pp. 232-273. Disponible en: <http://confluente.unibo.it/article/view/3441> [Consultado el 25 de marzo de 2015].
- **Martín Salgado, L.** (2003). *Marketing político: arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.
- **Morant Marco, R.** (2007). El lenguaje políticamente correcto y el humor. *Analecta Malacitana*, 23, pp. 101-115.
- **Moreno del Río, C.** (2010). El 'Zejas' y la 'niña de Rajoy'. Análisis sobre el papel del humor en las elecciones generales españolas de 2008. *Revista Española de Ciencia Política*, 22, pp. 71-95.
- **Padilla García, X. A., y Gironzetti, E.** (2012). Humor e ironía en las viñetas cómicas periodísticas en español e italiano: un estudio pragmático y sociocultural. *Foro hispánico: Revista Hispánica de Flandes y Holanda*, 44, pp. 93-133.
- **Rodríguez, D. P., y Velásquez, A. M.** (2011). Análisis crítico del discurso multimodal en la caricatura internacional del periódico The Washington Post. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 17, pp. 39-52.
- **Romero Herrera, M. J.** (2009). Dónde está el límite del humor gráfico. *CDC Cuadernos de Comunicación*, 3, pp. 31-38.
- **Segado Boj, F. (ed.)** (2007). *Cincuenta años de humor gráfico en España: actas de las primeras jornadas "Comunicación y Cultura"*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense.

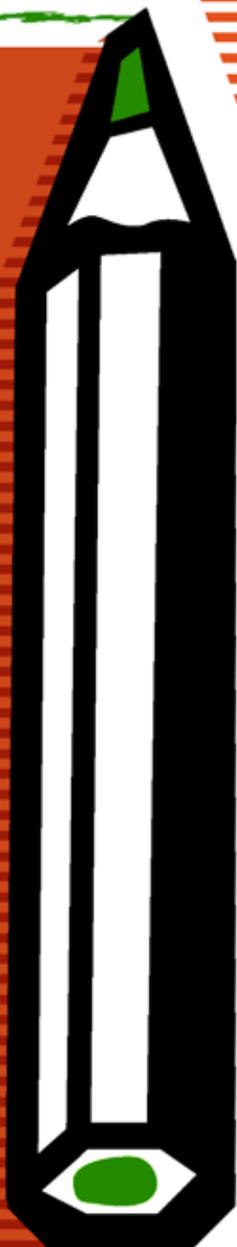
- **Segado Boj, F. (ed.)** (Continuación)
- (2007a). El espíritu del 12 de febrero y el fantasma de la crisis económica de 1974: un análisis a través del humor gráfico. *Historia y Comunicación Social*, 12, pp. 189-206.
- (2008). Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974-1977). *Comunicación y Sociedad*, vol. XXI, n.2, pp.141-169.
- (2009). El camino a las elecciones de 1977: el primer gobierno de Adolfo Suárez en las viñetas de la prensa diaria. *Hispania*, vol. LXIX, n. 232, pp. 477-512.
- (2009a). El brazo informativo del gobierno: TVE en el humor gráfico de la prensa diaria de la transición (1974-1977). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, pp. 491-501.
- **Tejeiro Salguero, R., y León Gross, T.** (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación* [en línea] 78, pp.1-8. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/las-vinetas-de-prensa-como-expresion-del-periodismo-de-opinion/> [Consultado el 3 de febrero de 2014].
- **Trejo del Arbre, R.** (2000). El imperio del marketing político. *América latina hoy: Revista de ciencias sociales*, 25, pp. 15-22.
- **Tubau, I.** (1987). *El humor gráfico en la prensa del franquismo*. Barcelona: Mitre.
- **Vega Umaña, L.** (2013). Humor político: análisis de la caricatura política en el referéndum 2007. *Anuario del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP)* [en línea], vol. 4, pp.86-103. Disponible en: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/ciep/article/view/17372> [Consultado el 3 de abril de 2015].
- **Vigara Tauste, A. M.** (2004). Podréis quitarme todo, menos el miedo. *Exit: imagen y cultura*, 13, pp. 94-108.
- **Zamora Medina, R. (coord.)** (2009). *El candidato marca: cómo gestionar la imagen del líder político*. Madrid: Fragua.

7.1. Referencias de las viñetas analizadas

- **EL ROTO** (2014). Viñeta. *El País*, 1 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/06/30/vinetas/1404118943_171836.html
- **ERLICH** (2014). Viñeta. *El País*, 1 de febrero. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/01/31/vinetas/1391197482_779794.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 19 de marzo. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/03/18/vinetas/1395166171_679418.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 8 de abril. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/04/07/vinetas/1396895725_181045.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 21 de mayo. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/05/20/vinetas/1400608840_577401.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 11 de junio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/06/10/vinetas/1402399518_732340.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 2 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/07/01/vinetas/1404214718_111041.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 21 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/07/18/vinetas/1405680408_161963.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 6 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/07/04/vinetas/1404470746_926943.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 23 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/07/22/vinetas/1406020203_631511.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 28 de agosto. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/08/27/vinetas/1409154705_184611.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 30 de agosto. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/08/29/vinetas/1409333897_355863.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 8 de octubre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/10/07/vinetas/1412678237_387971.html
- **FORGES** (2014). Viñeta. *El País*, 15 de julio. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/07/14/vinetas/1405336013_857571.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 25 de noviembre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/11/24/vinetas/1416848334_462726.html

- **PERIDIS** (2014) Viñeta. *El País*, 3 de enero. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/01/02/vinetas/1388689118_237127.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 26 de mayo. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/05/25/vinetas/1401045550_672083.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 26 de agosto. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/08/25/vinetas/1408986042_069096.html
- (2014). Viñeta. *El País*, 8 de septiembre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/09/07/vinetas/1410104177_910145.html

BIBLIOGRÁFICA



Carceller, la historia que pudo ser

Pepe Reig Cruaños

(Universidad de Castilla-La Mancha)

[Jose.Reig@uclm.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 259 - 262

Antonio Laguna Platero (2015). *Vicente Miguel Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca.* Valencia: El Nadir Ediciones.

El País Valenciano, tan inclinado al exceso barroco, ha dado como mínimo un par de personajes tocados por la desmesura. Que, además del primer nombre, compartieran amistad y andanzas durante un tiempo, no deja de añadirle algo de curiosidad al asunto. Uno de ellos es el escritor, periodista y agitador político, republicano y furibundo anticlerical, Vicente Blasco Ibáñez y el otro, el que ahora nos ocupa, es el editor Vicente Miguel Carceller. De ambos se puede decir cualquier cosa, menos que llevaran una vida comedida o introvertida. Y de ambos ha escrito con sobreabundante sabiduría el profesor Antonio Laguna Platero.

El libro que acaba de entregar este autor marcará un punto de inflexión en la recuperación de una figura que fue tan clamorosa como luego silenciada. Este es el primer estudio completo sobre Vicente Miguel Carceller (1890-1940). Un hombre que pudo ser, él solito, el puntal de una transición exitosa entre la cultura popular y la cultura de masas. Este libro da luz a una pequeña parte de la minuciosa investigación que Antonio Laguna viene haciendo desde hace décadas de este personaje, de su publicación estrella, *La Traca*, y de todo el tronco de la prensa satírica en que se inscribe.

Un editor surgido de la nada, sin capital y sin estudios, que con 20 años dirige una publicación tan influyente como irreverente y profundamente valenciana: de un hedonismo insultante, festiva y sexualmente incorrecta, republicana y anticlerical a rabiar. *La Traca*, era una publicación moderna que dominaba las claves de la comunicación popular y las ponía al servicio de una línea editorial que hoy se consideraría populista, pero que lograba movilizar en torno a objetivos y causas progresistas a enormes capas de la población menos ilustrada. Una publicación que alcanza en la II República el medio millón de ejemplares y es el buque insignia de un emporio editorial que incluye revistas de moda, de teatro, de toros...

El libro de Laguna presenta una aproximación rigurosa y cronológica al personaje y su obra, señalando oportunamente las líneas de significación y de contexto que permiten entenderlo. Desde el perfil del hombre y su aprendizaje en la primera Traca de la Restauración, el perfeccionamiento de las claves de su éxito empresarial, los reveses frente a la Dictadura, el salto al mercado español con la República y el calvario final de la noche franquista y la muerte.

Lo que emerge del relato no es sólo un editor avisado, sino un promotor cultural y agitador de conciencias que estuvo en condiciones de “invertir” el capital de cultura popular más indómita –en la estela de Bernat i Baldoví, Escalante, Constantí Llombart o Blasco Ibáñez– en la construcción de un valencianismo de izquierdas, que podía hablar de tú a tú con la *Renaixença* burguesa de los juegos florales y la poética fósil. Que hubiera podido dotar al valencianismo político de un tronco popular engarzado en la cultura de masas y, por tanto, con una mayor potencia expansiva.

El proletariado de la sociedad de masas dispuso, al igual que la burguesía, de sus propios medios de comunicación, que hablaban su lenguaje y defendían sus intereses. Sólo que los del proletariado, mucho menos instruido que la clase dominante, recurrían a la imagen y a la sátira. El periodismo satírico fue siempre el vehículo principal de comunicación para las clases populares de la era de la sociedad de masas. Los diarios de fines del XIX y primer cuarto del XX habían entrado poco a poco en el “negocio” de la información y hasta algunos de ellos, en el negocio sensacionalista de “crear” la noticia, como hiciera el gran Hearst con la guerra de Cuba. Los periódicos satíricos populares “creaban” abundantemente sensación, provocando “hechos” que luego se noticiaban y a su vez generaban más hechos en un proceso retroalimentado,

que la prensa amarilla conoce bien. La novedad era que esa técnica populista se ponía al servicio de la subversión y la crítica feroz del sistema y que ello se hacía con una escritura fonética que todo el mundo entendía y un lenguaje soez y ambiguo que no perdía nada de la riqueza expresiva de la calle. La reacción escandalizada del *establishment* y las constantes sanciones y secuestros no podían sino multiplicar su fama de indomable y sus ventas millonarias. Cuando triunfó la barbarie fascista de aquel general que Carceller llamó “Paca la Culona”, tras una guerra de tres años, aquel mismo escándalo indignado de las gentes de orden, tenía que volverse vengativo y homicida.

La clave del éxito de este editor es la inteligente combinación de humor y lenguaje popular. Una combinación que, hunde sus raíces, seguramente, en la larga tradición popular de la “literatura de cordel”, los “coloquios” valencianos y las aucas de ciego. La tradición de comunicación popular basada en la sátira y el humor menos complaciente, que pudo expandirse tras la Guerra de Independencia a pesar de la intermitente persecución oficial, y que pasa por medio de la prensa satírica de finales del XIX de la plaza a la imprenta y a las masas. Un humor sin concesiones que, debido a su “éxito social”, ha servido para fijar el estereotipo del llamado “humor valenciano”, según nos cuenta Martínez Gallego, otro experto en la materia. El referente actual de esa clase de humor desacralizador quizá sea el propio Xavi Castillo y sus astracanadas y “brofegaes” sin cuento. Sólo que ahora recurriendo al “directo”, al YouTube y la viralidad digital. Humor lleno de sexo y de imágenes malsonantes, la ilustración por encima del texto, la caricatura y el grafismo como códigos directamente comprensibles. Y luego el lenguaje descarnado: en sus inicios y hasta el año 1931 en que se expandió a todo el estado español, *La Traca* se había escrito en Valencià o, mejor, en “valensià”. Un catalán coloquial y repleto de frases hechas y errores voluntarios. No sólo en escritura fonética, que transcribe directamente la lengua hablada sin ajustarse a normativas, sino incorporando sin complejos ni purismos todo el descosido que la castellanización le había hecho a la lengua de los valencianos desde la Nueva Planta. Esta es, precisamente, otra de las claves del éxito. Y no sólo porque esa forma de escribir acentúe la comicidad, sino principalmente, porque suprime de un plumazo las barreras con los lectores menos ilustrados de las clases populares, destinatarias únicas de la publicación.

Podría quizá conjeturarse, dado el extraordinario y persistente éxito de público, si esa estrategia de dicción no habría podido propiciar una posterior

normativización menos culta y, por ende, más popular de la Lengua, que aquella que consagraron las Normas de Castellón (1932) con deliberado olvido de la llamada “Renaixença d’Espardenya”. Si no habría podido mantenerse vivo un canal de comunicación con la tradición popular que quizá le habría dado mayor fuste a las señas de identidad valencianas. Nunca lo sabremos, porque el experimento fue abortado prematuramente, pero hay aquí una buena serie de interrogantes sobre la trayectoria del valencianismo en su vertiente cultural y política que valdría la pena volver a transitar. Una reflexión que, si ha de basarse en un sólido conocimiento del pasado, no podrá prescindir del trabajo de Antonio Laguna. Y no solo de este referido al gran Carceller y su criatura *La Traca*, que ahora glosamos, sino los que dedicó a Blasco Ibáñez (1998) y su diario *El Pueblo* (1999), el *Levante*, *El Mercantil Valenciano* (1992) y su ya legendaria *Historia del Periodismo Valenciano* (1990).

El juicio y muerte de Carceller tiene, dada su trayectoria de agitación cultural y compromiso político, toda la pinta de una venganza. Lo que se juzgaba en él, lo que se condenaba y se fusilaba era esa cultura popular inasimilable e insurrecta. Lo que se enterró en el cementerio de Paterna era la posibilidad misma de un valencianismo popular y de izquierdas que hubiera podido ocupar el sitio del claudicante “per a ofrenar noves glories a Espanya”.

No sólo muerto, sino silenciado y sus publicaciones requisadas y destruidas sistemáticamente. De no haberse cortado en seco ese tronco, quién sabe qué diferente curso habría tenido el valencianismo político durante la transición democrática y durante aquella malhadada “batalla de Valencia” en la que el conservadurismo se apropió de la simbología y la potencia del valencianismo popular, y de su expresión organizada en el mundo fallero, transmutándolo en blaverismo. Los procesos históricos no son reversibles, pero tampoco son deterministas: las cosas habrían podido ser de otro modo.

Un salto adelante en los estudios de historieta

José Joaquín Rodríguez Moreno

(NW-Cádiz Program, University of Washington)

[jj_rodriguezmoreno@hotmail.com]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 263 - 265

Barrero, M. (2015). *Diccionario terminológico de la historieta*. Sevilla: ACyT Ediciones.

Investigar la historieta puede llegar a resultar una experiencia realmente tormentosa. Y es que quien se adentra en el estudio de las viñetas se encuentra con no pocas dificultades, puesto que escasean las propuestas metodológicas, los espacios de debate y la terminología específica. Existe, además, cierta idolatría hacia los trabajos clásicos, que en no pocas ocasiones se leen como verdades absolutas e indiscutibles, obviamente en detrimento de otros estudios más recientes, concisos y críticos. Todo ello juega en contra de este campo de estudios, pues es difícil avanzar cuando la mirada tan solo repara en el camino que ya hemos recorrido, sin ni siquiera pararnos a observar el sendero que recorreremos ni el que nos queda por andar.

Por fortuna hay investigadores que se niegan a aceptar estas inercias, realizando trabajos que, como este *Diccionario terminológico de la historieta*, ayudan a modernizar el estudio de las viñetas y facilitan el trabajo a quienes intentamos afrontar estos temas desde el rigor y el análisis crítico.

Manuel Barrero explica al principio de este trabajo que, a pesar de sus esfuerzos, este diccionario no es una obra cerrada ni definitiva, pues la

terminología crece y se modifica según pasan los años (en ocasiones, los meses). Por supuesto, tiene razón. Pero eso es cierto para todas las obras de investigación: quien investiga acepta que no es un artista realizando una obra maestra, sino un artesano aportando una pieza a un conjunto que nunca deja de crecer. Y visto desde ese prisma, Barrero ha aportado una pieza realmente sólida y útil.

El diccionario recoge varios cientos de términos que abarcan desde el tebeo español y las *bandes dessinées* francobelgas al cómic estadounidense y el manga japonés, tocando aspectos técnicos, narrativos y empresariales. Puesto que no es una enciclopedia, quedan fuera elementos como pueden ser resúmenes de obras, biografías de autores, análisis de editoriales, etc., si bien sí que se hace alusión a obras, autores y editoriales cuando es necesario ejemplificar algún término, ya sea mediante el uso de una breve explicación o la inclusión de una imagen.

La primera ventaja que uno halla en este trabajo es que estamos ante un texto realmente científico, es decir, que Barrero no lo ha realizado pensando en sus gustos, sino que es fruto de una búsqueda intensa entre estudios nuevos y clásicos, tanto españoles como internacionales. Por lo tanto, lo que se nos ofrece no es su visión de cuál debería ser la terminología, sino una terminología ya establecida a través de diversas obras dispersas, y que aquí encontramos reunida, ordenada y explicada con claridad.

Otro aspecto positivo que salta a la vista es que hay un aparato crítico importante. Barrero no se ha limitado a recoger términos, sino que los analiza, reflexiona sobre ellos y, cuando es necesario, los discute. Eso permite que las explicaciones no solo sean claras, como ya mencioné, sino que además estén razonadas y, si es necesario, contextualizadas.

Finalmente, el diccionario ha optado por resultar lo más inclusivo posible, es decir, recoge modalidades artísticas que no todos los críticos coinciden en considerar historietas. La obra se enriquece gracias a estas aportaciones y se vuelve una herramienta útil también para quienes estudian el humor y la sátira. De hecho, Barrero, con ese tono crítico del que hace gala en toda la obra, justifica bastante bien su inclusión.

El diccionario termina con una amplia selección bibliográfica en la que se incluyen libros que van desde mediados de los años cuarenta del siglo pasado hasta obras de reciente publicación. El propio autor advierte que no

es un listado completo de todas las obras relevantes sobre la historieta, pero indudablemente es una recopilación bastante extensa que cualquier persona que quiera introducirse en la materia debería de ojear en busca de materiales que le puedan ser útiles.

En resumidas cuentas, el *Diccionario terminológico de la historieta* es una importante contribución a los estudios de la historieta en tanto que clarifica muchos aspectos del, en ocasiones, excesivamente complejo lenguaje que envuelve el mundo de las viñetas. Su lenguaje formal pero accesible y la meticulosidad con la que ha sido confeccionado son un buen ejemplo de que los estudios sobre la historieta nos son serios o banales en función del tema que traten, sino en función de la seriedad o frivolidad con la que sean afrontados. Y esta obra, no cabe duda, ha sido confeccionada con la máxima seriedad.

El ojo que nos desnuda. Honoré Daumier y la potencia política de la caricatura

M^a Eugenia Gutiérrez Jiménez

(Universidad de Sevilla)

[megutierrez@us.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 267 - 271

Puelles Romero, Luis (2014). *Honoré Daumier. La risa republicana.* Madrid: Abada Editores (Serie Estética).

Nunca como en el siglo XIX se advirtieron tantas variables en gestos y actitudes, nunca resultó tan evidente que no eran sino manifestación de una personalidad que, a su vez, sólo era eso, su manifestación. Cuando la apariencia es fundamento de la vida cotidiana, la caricatura tiene la obligación de estar presente.

Valeriano Bozal, *El siglo de los caricaturistas.* 2000, p. 13.

La mirada del artista y litógrafo marsellés Honoré Daumier (1808-1879) sobre el mundo social decimonónico y su modo crítico-cómico de revelar la condición humana debieron pesar en la elección de Luis Puelles Romero, profesor titular de Estética y Teoría de las Artes de la Universidad de Málaga. Bajo el título de *Honoré Daumier. La risa republicana* (Abada, 2014), Puelles Romero presenta un ensayo sobre la ridiculización como arma de combate a partir del estudio del

uso que el litógrafo marsellés hizo de este recurso en las 4.000 litografías¹ que componen su obra.

Daumier, asumiendo el papel del flâneur, se detiene en su deambular entre la multitud para mirar: “[...] Parece que se tratase, no tanto de ver al otro en su apariencia, sino de esperar a tomarlo desnudo en su evidencia” (p. 7). De modo que “...expuestos al ojo que sólo mira, lo que nos viste es lo que nos desnuda” (p. 8). Este es el sentido que funda la potencia política de las imágenes satíricas del artista marsellés, según Puelles Romero, ya que el que observa “se apresura entonces a tomar de nosotros lo que quiere; y lo que quiere no es más que nuestra imagen –volvemos ella– [...]. Así, el escrutador se apropia de lo que analiza. Se distancia hasta hacernos objeto [representación]” (p. 8).

La finalidad de “reducir” a imagen el mundo y los tipos sociales que lo conforman no es otra que desvelar mediante un aspecto exterior cómico la “fealdad moral” que sustenta tanto su forma de pensar y actuar como de sentir. De esta forma, el litógrafo marsellés combina a lo largo de su obra tanto la función correctiva, que predomina en el periodo que abarca desde la Revolución de 1830 hasta las leyes de censura de septiembre de 1835, con la función acusatoria, basada en desautorizar lo representado, y que caracteriza su obra a partir del año 1835. Es en este momento cuando se forja “la mirada más personal de Daumier” (p. 38), convirtiendo los tipos representados no en retratos individuales sino en figuraciones –o figurantes– del teatro mundo.

Para llevar a cabo su principal objetivo, el autor inicia en la introducción una reconstrucción del entramado social en que se desarrolló la vida del artista así como su relación con otros nombres contextuales artífices de la sociedad intelectual que dio origen al mito de París como capital de la modernidad: Nadar, Aubert, Baudelaire, Champfleury, Víctor Hugo, Delacroix, Courbet, Gavarni, Grandville, Traviés, entre otros. Incluso fundamenta, rastreando el paradigma estético de la época, las razones que llevaron a Baudelaire a elegir al dibujante y pintor francés Constantin Guys en lugar de a Daumier en su relato histórico sobre la modernidad. Posteriormente, la figura de Daumier sería resarcida al ser

1 La Biblioteca Nacional de Francia ofrece un recorrido virtual por sus litografías más destacadas a partir de una pertinente clasificación temática. Disponible en: <http://expositions.bnf.fr/daumier/expo/salle1/index.htm> [Consultado el 28 de septiembre de 2015].

referida por Walter Benjamin en su *Libro de los pasajes* como el artista revelador de ese otro relato sobre la modernidad.

En un segundo orden, Puelles Romero se plantea historiar el sentido cultural de las imágenes satíricas realizadas por Daumier, objetivo que desarrolla en ocho de los nueve epígrafes de los que consta el libro. Sus primeros años en París son reconstruidos en el segundo epígrafe: “De lo sublime a lo cómico y lo patético”, donde la litografía se convierte en síntoma de la creación de una cultura visual dirigida a las masas. “El desencanto de 1830” es tratado en el tercer epígrafe mediante las caricaturas de oposición a la Monarquía de julio; los tipos y las fisiologías de la vida cotidiana son analizados en el cuarto apartado, titulado “El teatro mundo”; el burgués atribulado protagoniza el quinto epígrafe: “Cómicos sin saberlo”; el periodo que abarca de la Revolución de 1848 al segundo imperio se trata en el sexto: “La fiesta republicana y la fraternidad popular”; las transformaciones de París ocupan un papel importante en la encrucijada de 1860 (apartado séptimo); el mundo del arte en el segundo imperio cobra relevancia en el epígrafe octavo: “Los placeres del espejo”; y en el noveno se reconstruye “El retiro creador en Valmondois” de Daumier mediante el análisis de sus obras sobre muertes, saltimbanquis, quijotes y artistas. Todo ello se completa con el discurso que comprenden las 180 litografías y que ilustran la obra de Puelles Romero.

La excepción en este orden la marca la generalidad del método con el que se acerca a la obra de Daumier. El profesor de la Universidad de Málaga, también autor de *Mirar al que mira. Teoría estética y sujeto espectador* (Abada, 2011)², opta por una “ética hermenéutica de la complejidad” (p. 11), con la que piensa demostrar el falseamiento que supone leer las litografías del artista marsellés bajo el prisma del paradigma estético que concibe al espectador como contemplador de la belleza. El primer razonamiento se sustenta en la función ideológica que cumplen estas imágenes. La ridiculización comprende un ataque, luego las litografías no nacen “queriendo ser *autónomas* ni receptoras de una mirada estetizada o contemplativa [teorizada por Kant]”. Además, son imágenes pragmáticas, “cuya prioridad no es estética” (p. 11), pues forman parte del discurso periódico de un producto mercantil asequible para las clases medias.

2 La obra fue galardonada con el II Premio Iberoamericano de Investigación Universitaria Ciudad de Cádiz. Además, en el año 2011 fue asesor académico de la exposición “El factor grotesco”, auspiciada por el Museo Picasso de Málaga.

Son imágenes de radicalidad moral, política, propagandística, ideológica; imágenes que toman posiciones fuera de los formatos y medios más nobles y con independencia de los sistemas de institucionalización de legitimidad académica (p. 11).

Por lo que promueven otro modo de ver la vida moderna. Las caricaturas de Daumier son principalmente políticas, de oposición a lo instituido, de ahí la fuerza de las mismas. En un escrito temprano titulado *Des Artistes* –refiere Puelles Romero– y publicado en el semanario *La Silhouette* en 1830, Balzac explica que aunque el fresco y la escultura representen la “historia viva”, la caricatura se caracteriza por la potencia, esto es, la *puissance*. Por ello es considerada como representativa de un “nuevo régimen de las artes” en el siglo XIX:

marcado por un incremento de los vínculos entre lo visual y lo industrial -vínculos generadores de nuevas *technés*- que en su anverso nos sitúa en el origen del arte de masas y, en su reverso, nos aparta de la vieja ontología estética de las bellas artes para adentrarnos en una ontología de definición pragmatista de las imágenes de reproducción mecánica y de difusión y consumo masivos; unas artes [...] bien de finalidad ideológica, de crítica y de propaganda (pp. 23-24).

Pero también lo es de un posicionamiento político, el que adopta el que mira, el observador. Este es el argumento que esgrime Puelles Romero para justificar en su primer epígrafe “la triple dimensión política de la caricatura”, que se origina en la vinculación del dibujante con la actualidad, con la ciudad y con la ironía. Según las palabras atribuidas al propio Daumier, el autor moderno “Il faut être de son temps”, porque ridiculizar implica criticar, tomar una posición frente a la actualidad y hacerse responsable de ella. Cabría, por tanto, decir del caricaturista que

su modo de estar en la realidad es enfrentándose a ella, en una ética de la distancia crítica y capaz del juicio desilusionado de

la actualidad. Desde ahí se erige la representación incrédula e inoquista, el valor desestabilizante y desacralizante de la imagen satírica (p. 39).

Todas las anteriores constataciones llevan al autor de *Honoré Daumier. La risa republicana* a plantear la “posibilidad civilizatoria de la ficción” y el nacimiento del espectador –que no receptor– en el consumo de estas imágenes políticas y de oposición que activan la imaginación como fuerza creadora en la interpretación de otro relato alternativo –y verosímil– de lo real, además de promover la emancipación perceptiva del público espectador. En palabras del propio Puelles Romero, extraídas de su anterior obra *Mirar al que mira*, “las artes de la ficción [donde puede ubicarse la caricatura] contribuyen [a construir otra mirada] dándonos a imaginar *lo posible*” (p. 326). He aquí la potencia política de las caricaturas de Daumier. Sin olvidar, por otro lado, la reivindicación en la concepción de la ridiculización o ironía como modos de expresión de lo cómico legítimos en la traducción de lo real. Por consiguiente, cabría pensar que las expresiones de lo cómico no pueden ser concebidas como un producto menor de la vida cultural sino como una de las creaciones fundamentales de la cultura popular y del arte para las masas.

La historia más completa del "grito en la pared"

Inmaculada Casas Delgado

(Universidad de Sevilla)
[icasas@us.es]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 273 - 276



Checa Godoy, A. (2010). *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda.*
Sevilla: Advoook.

Sumergidos en una sociedad sobreinformada el cartel subsiste como un “grito en la pared”, que todavía sabe cómo llamar nuestra atención, a pesar de los mensajes que bombardean a diario nuestros sentidos en la radio, la televisión e internet. La dilatada existencia de este viejo medio de comunicación –que se remonta al Imperio Romano– no tiene fecha de caducidad, a pesar del dominio del soporte audiovisual; tal y como apuesta Julián Naranjo Donoso:

Pareciera que en la era digital y del movimiento, el cartel –como medio– está viviendo sus últimos momentos [...] en un mundo cargado de medios vertiginosos y en movimiento, el cartel –como soporte– constituye un descanso, una pausa, y este noble recurso jamás morirá. ¡Viva el cartel! (Checa, 2014: 192).

Augurar una larga vida al cartel no es una afirmación carente de sentido, vista la opinión de diversos expertos en el ámbito publicitario, como el

profesor titular de la Universidad de Sevilla, Antonio Checa Godoy, quien lejos de caer en el optimismo, basa su argumentación en la capacidad de adaptación de este soporte. La fórmula para persuadirnos a comprar un producto o seguir una idea continúa siendo la misma: una imagen atractiva junto a una frase impactante, pero el formato está cambiando con el paso del tiempo. El cartel ya no está hecho sólo de papel o azulejo, sino también está en una valla luminosa publicitaria o en la pequeña pantalla de un móvil.

Checa es autor de reconocidas obras de referencia sobre la Historia de la Comunicación, entre las que debemos incluir su último trabajo, *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda* (2014), que será –sin lugar a dudas– un ensayo clave para estudiantes y profesionales de este ámbito. Es más, el propio autor no oculta “el origen académico de este trabajo”, fruto de muchos años de docencia universitaria. La aparición de la litografía como aliado en el desarrollo del cartel, la dignificación de la publicidad a través del arte (modernismo, vanguardias y postmodernismo) o el uso político del cartel en las grandes guerras y revoluciones del siglo XX son algunos de los temas abordados con el rigor científico que caracteriza la prolífica labor de este docente de La Hispalense, que sabe compaginar la exhaustividad de los datos aportados con una narración amena que invita a especialistas e iniciados a descubrir más sobre este asunto.

Este libro hace un extenso recorrido por la historia del cartel desde su desarrollo en el siglo XIX hasta la actualidad, mediante una óptica amplia, divulgativa y adaptada a las nuevas tecnologías. Consciente de la necesidad de un ensayo que abarque este medio desde una perspectiva universal y completa –dado el eurocentrismo y la especialización de otros estudios similares, los cuales sólo abordan una época, país o autor concreto– Checa ofrece al lector un riguroso repaso por los hitos de este soporte publicitario tanto en Occidente como en Oriente y en sus diversas modalidades: cinematográfico, turístico, propagandístico... De este modo, hace compatible la presentación de célebres artistas como Cheret, Toulouse Lautrec, Leete, Toscani o Mariscal junto con otros menos conocidos como Xun, Sugiura, Brasch o Rodchenko, a los cuales, se les dedica su merecida mención en el prolongado recorrido de autores internacionales que realiza esta obra. Visto lo cual, confiamos en que este volumen se convertirá en referencia imprescindible dentro de la bibliografía específica sobre el cartel, dado su completo tratamiento, hecho novedoso hasta el momento.

Por un lado, se observa el uso más puramente comercial de los carteles, cuya único objetivo es la venta de un producto. No obstante, en numerosos casos los carteles, aparentemente sencillos, han marcado también toda una época calando en el imaginario colectivo popular hasta tal punto que pierden su inherente carácter efímero para traspasar las fronteras del tiempo e instalarse en nuestra memoria durante décadas. Pues, ¿quién no conoce el toro de Osborne, diseñado por Manuel Prieto Benítez en la década de los cincuenta y que perdura en la actualidad como todo un símbolo nacional?

Por otro lado, “la revolución se vive y casi se decide en los muros” debido al decisivo papel de los carteles como instrumento agitador de las masas durante la Revolución Francesa y en posteriores acontecimientos sociopolíticos que han marcado la historia hasta nuestros días. De hecho, Checa reivindica la “vigencia absoluta” de este medio actualmente, el cual recupera su influencia tras las crisis sufrida a finales de la pasada centuria. En concreto, se refiere al protagonismo que adquiere el cartel en el siglo XXI, en especial, su rol en el 15M y otros movimientos de indignados en todo el mundo, donde asistimos a la renovación de este soporte basado en eslóganes sencillos, pero de tal ocurrencia que consiguen no pasar desapercibidos entre la muchedumbre.

Mediante la lectura de este trabajo observamos la riqueza de este medio de comunicación que es mucho más que un recurso comercial, ya que es fiel reflejo de los cambios de toda clase experimentados por la Humanidad, porque “esa sociedad y esa democracia han ido transformándose y el cartel ha ido caminando a su vez adherido a ellas, reflejando tanto la evolución del arte, del que algunos lo ven cual hermano menor, como de la economía, pero también de las ideologías y de las culturas”.

Cabe señalar, la sugerente edición de este libro –como no podía ser menos tratándose de un estudio sobre el cartel– repleta de imágenes a todo color, ejemplos y enlaces de internet, que ilustran el texto y posibilitan una mayor profundización de los temas tratados. Asimismo, y siguiendo con ese fin de aportar más información complementaria, se incorpora una galería de carteles a través de un código QR, que amplía lo expuesto a lo largo de las más de 200 páginas de este interesante estudio. Además, esta publicación supone el total apoyo del autor a una joven editorial, Advook, especializada en marketing de comunicación y ligada a la Facultad de Comunicación de la Universidad de

Sevilla, institución donde Checa ha dedicado sus esfuerzos como investigador y docente desde su fundación hace 25 años.

Esta publicación no sólo mira al pasado, sino que se atreve a vaticinar el futuro que le espera al cartel, recogiendo los testimonios de varios especialistas que apuestan por su vigencia, incluso en el formato papel, aunque con menor fuerza que el soporte digital, el cual le va tomando terreno. “Seguirá el papel, esa publicidad clásica que nos llama desde la pared, desde la parada del autobús, desde algún panel o columna urbana, alguna sala o pasillo del aeropuerto, pero ya no tendrá el monopolio”. En definitiva, esta obra demuestra que todavía hoy podemos oír el “grito en la pared” tan fuerte como en los *graffiti* electorales de Pompeya, las tesis colgadas en las puertas de las iglesias medievales, los pasquines revolucionarios de “Liberté, égalité et fraternité” o los carteles del icónico Tío Sam llamando a los jóvenes norteamericanos a alistarse, porque “el cartel sigue dominando la ciudad”.

Sistema y periodismo: crisis de nula simbiosis

Daniel Moya López

(Universidad de Sevilla)
[damopez@gmail.com]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 277 - 280

Reig, Ramón (2014). *Crisis del sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio.* Barcelona: Gedisa Comunicación.

Uno de los axiomas que Paul Watzlawick dogmatizó en su teoría de la comunicación humana es la imposibilidad de no comunicar, pues la no comunicación, en sí, implica un modo de compartamiento y por tanto ya es un acto comunicativo. Ésta es la premisa que subyace en *Crisis del sistema. Crisis del periodismo*, la última obra del Catedrático en Estructura de la Información por la Universidad de Sevilla, Ramón Reig. Publicado en marzo de 2015, el libro de Reig se une a su amplia bibliografía que analiza los entresijos que conforman la estructura mediática y que se esconden –y determinan– tras el periodismo.

Las verdades ineludibles han de ser cogidas con alfileres, pero parece claro que, en efecto, como decía Watzlawick, los seres vivos comunican hasta cuando no hacen ninguna labor de comunicación. La no comunicación es comunicación, simplemente. Ya que comunicamos indefectiblemente, ¿por qué no decidir qué comunicar? La gran estructura que sostiene al sistema, que Ramón Reig califica de “político-financiera”, abrazó al periodismo para designarlo como brazo derecho y prolongación del primer poder. Una herramienta con la que dirigir el mensaje a la masa. Y así el sistema, y su mastodóntica estructura

en lo que a poder se refiere – cuantitativamente son muy pocas manos – elaboró el discurso a calar y una ideología única y hegemónica.

Ramón Reig habla de crisis pero en absoluto se refiere a la crisis económica que estalló en 2008, la cual considera superficial. Como abanderado del enfoque estructural va más allá, y la crisis tanto del sistema como del periodismo es mucho más que números, sean verdes o rojos, e índices económicos. La vida siempre se juega en algo más profundo. El sistema está en crisis puesto que su subsistencia se ha quedado obsoleta. Ha devorado todo lo que tenía que devorar. Y el periodismo, fiel aliado desde que se integró en pactos con las grandes corporaciones que poco o nada tenían que ver con la comunicación, ha caído con él. La falta de credibilidad, para ambos, es una daga que les mantiene en un desprestigio del que el periodismo, más que el sistema, tendrá difícil salir. En realidad es mucho más débil.

La obra del catedrático sevillano analiza los hilos que han construido esa red por la que sistema y periodismo están unidos. Es un todo en el que factores muy diversos comparten un interés común para trazar las sinergias. Y todo subyace a la esencia sobre la que se construyó tal sistema de poder, que viene de lejos y se conformó tras la II Guerra Mundial. De hecho, la ideología política ha quedado subvertida a la única ideología que vale en el sistema: el mercado. Reig critica cómo sectores conservadores o socialdemócratas juegan a lo mismo, se alimentan de lo mismo y apenas les separan matices (leyes sobre el aborto, cuestiones sociales, etcéteras) que, a la hora de la verdad, resultan irrelevantes. Lo intocable es aquello que de verdad corretea por los engranajes del sistema, y los gobiernos ni siquiera están en la sede central de la fábrica. Puedes atacar a un gobierno u otro, pero jamás a la estructura que conforma el sistema. “Por encima de las tendencias políticas aceptadas por el sistema – de diferencias irrelevantes – está la defensa del *establishment*”, (pag. 97). Los medios de comunicación juraron amor a sus dueños. Nunca morderán las manos que les dan de comer. Se abalanzarán contra rostros, pero no contra hábitos arraigados en el devenir de las cosas.

Por ello, Ramón Reig explica el sarcasmo que supone el baño de pluralismo que se dan medios de comunicación y sus corporaciones. Un caso cercano, en España, es el de *Atresmedia*, conglomerado mediático que dispone de dos cadenas de televisión de líneas editoriales opuestas: Antena 3 (conservadora), La Sexta (progresista). Como si de equipos de fútbol se tratase,

condenarán a unos y otros por filias y fobias. Y aunque no parezcan tener nada en común, sí les une un propósito: no criticar a los de arriba. La editorial Planeta, principal accionista del grupo *Atresmedia*, tendrá dos fantásticos entes de comunicación para difundir su ideología de mercado, entre ellos sus negocios editoriales (sólo son noticias sus premios literarios y certámenes de sus medios, cercenando la pluralidad que realmente existe en la realidad, por jugar con las palabras). Pero nunca dejará en evidencia a grandes bestias como El Corte Inglés o el BBVA, accionistas que financian y ponen dinero a sus medios. Información que jamás será contada. Es más, para hacer un anuncio, el BBVA se valdrá de creadores de opinión, líderes de información, periodistas a nómina de *Atresmedia*. El pluralismo mediático se resume en absorber cuantos más nichos de mercado, mejor.

Si las ideologías políticas han sido banalizadas, ¿qué alternativas hay? Aquellas que se salgan de la hegemonía impuesta por el mercado. Reig, consciente de ello, presta especial atención a los interesantes acontecimientos de América Latina. La izquierda sudamericana ha alcanzado el poder y ha hecho esfuerzos por cambiar las cosas. El resultado ha sido una agresividad inapelable por parte de los medios de comunicación afines a Occidente. Estos han dibujado en la mente del consumidor el imaginario de dictaduras, represiones y pucherazos con tal de desprestigiar a una verdadera amenaza. El periodismo se ha vendido al mejor postor, hecho caso omiso a su deontología y deber. No importa que Ecuador, Venezuela, Argentina o Bolivia hayan demostrado ser una alternativa – ni mejor ni peor, simplemente un alternativa –. Se ha tergiversado la realidad hasta convertir el fenómeno latinoamericano en un reducto negativo y condenable. A las fuerzas emergentes que aparecen recientemente por Europa les espera el mismo recibimiento mediático. Un linchamiento continuo que, de hecho, ya se ha producido. Bien es cierto que, de todos modos, Ramón Reig no tiene mucha confianza en estos movimientos europeos.

Por último, y esencial, hay lugar para la autocrítica. Más allá de todos esos enlaces estructurales, el autor se va directo al periodismo para ver cómo gestiona toda esta problemática. Encuentra errores y malas prácticas aquí también. Considera a los periodistas cómplices por su permisividad ante el panorama que vive la profesión. Desde los más privilegiados, hasta las bases, aunque estos son los menos, quizás por la excusa de que hay que comer, como reconoce el propio Reig. Desgrana cómo se desenvuelve el periodista

en esta época de trincheras para su dignidad y cómo se ha hecho con unos procedimientos impuestos por los intereses superiores que limitan al periodismo. No se olvida de la universidad, a la que critica, porque probablemente no hace lo suficiente. Reparte culpas entre profesores viciados y alumnos indolentes. La universidad con una pata coja.

La obra, por tanto, mantiene la línea continuista de Ramón Reig, vistas en obras anteriores como en *Dioses y diablos mediáticos* (2004), *Los dueños del periodismo* (2011) o *Todo mercado* (2012). De hecho, muchos datos son una recopilación de estas obras a las que se han añadido pequeñas actualizaciones que el avance del tiempo dejó escapar en anteriores párrafos. He aquí que para los lectores habituales de Reig quizás los datos no susciten tanto interés como el mensaje transversal que recorre cada una de las páginas. Para los nuevos, se encontrarán con un discurso oculto y criminalizado por el sistema a través de vocablos ya desfasados pero que siguen en el imaginario colectivo. La doctrina del miedo.

A esta línea continuista le sigue, como no podía ser de otra forma, el estilo propio del catedrático de la Universidad de Sevilla. Fresco, desenfadado, mucho más cotidiano, que ofrece esa sensación de cercanía del que pretende difundir más el mensaje que edulcorar la grandeza de sus conocimientos. No hace uso de excesivos tecnicismos, ni se pierde en definiciones teóricas. No es un libro académico desde una perspectiva tradicional. Sí de contenido, en tanto a que son investigaciones científicas, pero no de continente.

El periodismo debiera ser un eslabón para la libertad, y el sistema garante de la misma. Patrañas utópicas que en tiempos de crisis podrían ser una buena ventana al cambio, pero que permanecen arrinconadas por el leitmotiv 'gatopardiense'. Ramón Reig analiza la amistad en tiempos revueltos de dos amigos que deberían permanecer opuestos. Una amistad de nula simbiosis para el progreso. Por eso están en crisis.



ic

REVISTA CIENTÍFICA DE
**INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN**

Presentación

IC, Revista Científica de **Información y Comunicación** (ISSN: 1696-2508; E-ISSN: 2173-1071), vinculada al Departamento de Periodismo I de la **Universidad de Sevilla**, trata de compaginar una declarada vocación científica con las intenciones de servir de plataforma de proyección de nuevas perspectivas, nuevos acercamientos y posturas de académicos y pensadores de reconocido prestigio y jóvenes investigadores. **Es una revista de acceso abierto y libre a la información científica académica** que desea contribuir al análisis, la reflexión, el debate y la crítica teórica de aquellos para los que la comunicación no se restringe a un conjunto de técnicas y saberes profesionales.

Editada por el Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, IC es un anuario abierto a la aportación de múltiples disciplinas y campos de conocimiento que se encuentren con el hecho socio-comunicativo en su matriz epistemológica, como la filosofía, la sociología, la psicología, la filología, la historia o la economía. El contenido y política editorial del anuario presta, no obstante, preferente atención a las áreas, materias y subcampos de la investigación comunicológica tanto básica como aplicada.

Sin que las siguientes líneas supongan la exclusión de propuestas diversas para los autores interesados en colaborar en nuestro proyecto, IC ha privilegiado, desde su puesta en marcha en 2003, ciertas aproximaciones a la información, la comunicación y la cultura, a saber:

Epistemología de la comunicación

Teorías de la información y la comunicación orientadas al cambio social

Historia social de la comunicación

Reflexión en torno a la “cultura popular mediática” y análisis del discurso asociado

Cultura de los Medios Digitales

Un servicio público para la comunidad universitaria

En IC, Revista Científica de Información y Comunicación, tenemos vocación de servir a la comunidad universitaria de distintas formas:

Mediante la publicación de artículos sobre temas socialmente relevantes que requieren de un debate riguroso basado en datos y experiencias de investigación.

Ofreciendo a los autores un proceso de revisión orientado a potenciar la originalidad, amplitud de miras y encaje social de los textos presentados, y realizado en un lapso de tiempo razonable y reglado de forma transparente.

Desarrollando y sosteniendo una política de acceso abierto para todos, inclusiva, y con publicación en Creative Commons.

Ejercemos nuestra tarea de acuerdo con un código deontológico y una declaración sobre malas prácticas que puede ser consultada en nuestra web: www.icjournal.org

Secciones de IC

CLAVES

Se trata de una sección de artículos invitados, reservados a personalidades de gran trayectoria y prestigio, o en algunos casos a aportaciones de una especial relevancia para nuestro campo de estudio.

TIPO DE SECCIÓN: **artículos invitados / cerrada**
TIPO DE EVALUACIÓN: **por el comité editorial**

SELECTA

Configura el espacio central de la revista. Incluye aquellos trabajos que dan cuenta de los estudios y avances científicos especializados, dirigidos por expertos en las diversas áreas de investigación en comunicación. La selección de trabajos sigue un exhaustivo proceso de evaluación ciego por pares, es decir, que cuenta con evaluadores externos al Consejo Editorial de IC y a la Universidad de Sevilla.

TIPO DE SECCIÓN: **abierta / recepción de originales**
TIPO DE EVALUACIÓN: **pares ciegos**

BIBLIOGRÁFICA

Sección dedicada al comentario y la discusión de fuentes de interés para la investigación en comunicación, especialmente libros. No se dedica, por tanto, exclusivamente al comentario crítico de novedades editoriales, sino también a la “recuperación” de clásicos o la puesta en valor de otras fuentes como revistas académicas, bases de datos, museos o portales de Internet.

TIPO DE SECCIÓN: **abierta / recepción de originales**
TIPO DE EVALUACIÓN: **por el Consejo Editorial**

TRIBUNA

Esta sección ofrece un cauce para difundir conferencias magistrales de elevado valor para nuestro área de conocimiento, que han sido pronunciadas por académicos notables. No se trata de una sección permanente en la revista y no suele contar con más de un artículo por número. Los artículos de Tribuna también son seleccionados por el comité editorial de la revista.

TIPO DE SECCIÓN: **artículos invitados / cerrada**
TIPO DE EVALUACIÓN: **por el Consejo Editorial**

Información para los autores

Los originales se enviarán mediante la plataforma OJS de la revista.

<http://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/login>

Como norma general, los plazos de recepción de artículos están abiertos entre diciembre y mediados de abril, pero los autores tendrán información actualizada en:

www.icjournal.org

Los contenidos en IC se publican bajo bajo licencia “CC BY-NC-ND 3.0” Creative Commons. Para una mayor información sobre este aspecto, véase:

<http://creativecommons.org/>

Los trabajos enviados a IC deberán seguir las normas de estilo de la APA (American Psychological Association)

En la página web de IC (www.icjournal.org) los autores podrán encontrar una guía de estilo detallada:

<http://ic-journal.org/normas-e-informacion-para-autores/>

Seis características y normas básicas de los artículos publicados

1 IC acepta artículos en español e inglés.

2 La extensión de los artículos estará comprendida entre las cuatro mil y nueve mil palabras, excepto las reseñas, que tendrán un máximo de mil cuatrocientas. Sólo en casos excepcionales se admitirán trabajos que superen dicha extensión.

3 Los artículos originales deben ir precedidos de una hoja en la que figuren el título del trabajo, el nombre del autor (o autores), su dirección y teléfono y el nombre de la institución científica a la que pertenece o a la que están vinculados.

4 Los trabajos se harán llegar mediante la página OJS de la revista, en la siguiente dirección:
<http://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/login>

5 Los autores son los únicos responsables del contenido de los artículos.

6 La revista declara su preferencia por publicar en la Sección Selecta artículos con formato IMRAD (Introducción, Metodología, Investigación y Discusión de Resultados).

Proceso de evaluación de artículos

El proceso de evaluación de artículos puede definirse como ciego, anónimo y por pares. Los artículos que se presenten en IC serán enviados a dos “evaluadores externos”, cuyo perfil ha de aunar dos características: en primer lugar, ser especialistas en el ámbito del artículo y, en segundo lugar, ser ajenos tanto a la Universidad de Sevilla como al Consejo Editorial de IC. La revista IC acoge a un cuerpo estable de evaluadores, pero además utiliza evaluadores especialistas ad hoc cuando la naturaleza temática del texto así lo requiere. El tiempo máximo dedicado a la evaluación del artículo será de 75 días.

Si hubiese disconformidad entre los evaluadores, el artículo podría ser enviado a un tercer evaluador. En este caso es posible que el proceso de evaluación se alargue. IC envía un informe a los autores, en el que se detallan las razones de la decisión tomada por los evaluadores (aceptación, rechazo o aceptación condicionada a la realización de determinadas modificaciones).

El número 12 de IC, del año 2015, ha recibido un total de 10 artículos, de los cuales se publican 5 en la sección de Selecta. A continuación ofrecemos el listado de los evaluadores externos que han participado en el proceso de revisión de los originales que publicamos:

Natalia Meléndez Malevé

(Universidad Málaga)

Juan Antonio García Galindo

(Universidad Málaga)

Raquel Gutiérrez Sebastián

(Universidad de Cantabria)

Enrique Bordería Ortiz

(Universitat de València)

Adolfo Carratalá Simón

(Universitat de València)

Luis Puelles Romero

(Universidad Málaga)

José Luis Valhondo Crego

(Universidad de Extremadura)

Blanca Muñoz López

(Universidad Carlos III de Madrid)

Miguel Ángel Gamonal Torres

(Universidad de Granada)

Claudia Molés Pintor

(Universitat Jaume I de Castellón)

