

EL ARTE PARODIADO

HUMOR Y CARICATURA DEL MUNDO
ARTÍSTICO EN ESPAÑA, 1860-1938

CARLOS REYERO

EL ARTE PARODIADO
HUMOR Y CARICATURA DEL MUNDO
ARTÍSTICO EN ESPAÑA, 1860-1938

GRANDES TEMAS
CÁTEDRA

1.ª edición, 2022

Ilustración de cubierta: «El crítico: ¡Estupendo, estupendo, estupendo!
Pero no me diga lo que representa; solo quiero saber si es animal,
vegetal o mineral», Fuente, *El Crítico*, en *Buen Humor*,
11 de enero de 1928. Madrid, Biblioteca Nacional de España

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



© Carlos Reyero, 2022
© Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S. A.), 2022
Juan Ignacio Luca de Tena, 15. 28027 Madrid
Depósito legal: M. 19.791-2022
ISBN: 978-84-376-4503-2
Printed in Spain

Introducción

Cualquiera que haya manejado fuentes periodísticas del siglo XIX y primeras décadas del XX, con independencia de cuál sea su curiosidad, habrá reconocido el gran papel que ocupan, en un sentido físico no menos que figurado, la caricatura y el humor gráfico. Su importancia cuantitativa es indiscutible, no solo por el número y calidad de publicaciones específicas, sino también por la presencia de este tipo de dibujos en la prensa política, cultural, de amenidades o sicalíptica. Incluso en los diarios de información general se cuelan, cada vez con más frecuencia, efigies distorsionadas de gobernantes y chistes sobre la actualidad, como si fuera necesario poner un contrapunto ligero a la crudeza de la información. El lugar en el que se inserta el material objeto de estudio en este libro queda, por lo tanto, muy lejos de suponer un hallazgo inesperado. Todo él se encuentra al alcance de cualquier ojo lector. Los historiadores de las ideas políticas, de la literatura y de la comunicación visual, entre otros, llevan décadas trabajando sobre este tipo de imágenes. También los historiadores del arte gráfico han prestado reiterada atención a los dibujantes o a los temas tratados, desde diferentes puntos de vista, hasta conformar un corpus bibliográfico

que crece sin cesar. Todo ello no hace más que subrayar, a su vez, la dimensión polisémica de estas ilustraciones, así como su carácter interdisciplinar, capaz de suscitar atención intelectual desde distintas áreas de conocimiento.

El primer problema, por lo tanto, no ha sido encontrar el material, sino acotarlo para convertirlo en un objeto de estudio coherente y manejable. Este requisito, imprescindible en cualquier investigación, se ha resuelto en función de tres coordenadas: los motivos representados, la naturaleza de las imágenes y el marco espaciotemporal de producción.

Los asuntos representados se refieren siempre a manipulaciones burlescas del mundo del arte en todas sus variables: incluye, por consiguiente, tanto la parodia de pinturas y esculturas, reales o ficticias, como cualquier alusión a los tipos que forman parte del sistema del arte o a sus prácticas, ya sea porque se ridiculizan, ya porque se imitan para provocar risa. De acuerdo con este criterio, han quedado fuera las caricaturas de artistas concretos, contemporáneos o clásicos, que, por sí solos, representan un conjunto tan numeroso, a la vez que necesitado de un análisis individualizado caso por caso y tan dependiente de otras formas de caracterización

fisionómica en otros soportes, que escapa a los fines y métodos aplicados aquí. Por no añadir que su frivolidad tiene un cariz muy distinto, ligado a su fama, que la caricatura potencia, muy lejos de desacreditarlos: como a veces sucede con sus obras, «no ser caricaturizado es una especie de injuria» (Chabanne, 1990: 15).

La naturaleza genérica de esas imágenes es la ilustración de prensa. Es evidente que dicha *materialidad* dista mucho, en cuanto soporte físico, de producir resultados homogéneos. Como se sabe, las funciones que cumplen las ilustraciones en las publicaciones periódicas son complejas. Su heterogeneidad ha sido, de hecho, uno de los principales obstáculos para seleccionarlas y justificar, así, un tratamiento global de un cierto número de ellas. Tras esa dimensión objetiva, como es el motivo artístico burlado en una publicación periódica, se esconden dos lenguajes visuales distintos: de un lado, la caricatura, ya sea política o de otra índole, y de otro, el humorismo gráfico, que incluye tanto la viñeta aislada como la historieta. Reunirlas aquí ha sido una propuesta un tanto aventurada, pero tiene su lógica y, cuando menos, resulta práctica: intentar separarlas, considerando que presentan tantos puntos de contacto, suponía crear una frontera artificial aún más difícil de justificar. Se ha valorado, además, que el argumento radica en el asunto abordado, que es común, y no en el lenguaje. Por supuesto, este ha sido tenido muy en cuenta.

El motivo argumental combina, por lo tanto, dos formas de expresión visual, a las que se ha procurado dar un tratamiento diferencial. En primer lugar, se encuentra la caricatura, una sátira visual con una larga tradición histórica, que adquirió en el siglo XIX rango de género artístico. Como se sabe, el término deriva de *caricare*, «cargar» en italiano, que alude a la exageración de algún rasgo identificativo del cuer-

po o a la modificación burlesca de comportamientos, indumentaria, atributos o leyendas explicativas. Aunque se pueden rastrear ejemplos anteriores, es a partir del Renacimiento —Leonardo, El Bosco, Callot, Carracci— cuando se manifiesta un creciente interés de los artistas por explorar las posibilidades expresivas del dibujo caricaturesco. La convergencia en el siglo XVIII de los discursos teóricos sobre la belleza, el interés hacia la fisonomía y la monstruosidad, las innovaciones en la reproducción de imágenes y, sobre todo, su utilización como forma de ataque moral y político en una nueva sociedad fomentaron el crecimiento de la caricatura, que se convirtió en un lenguaje internacional, verdadero punto de partida de su uso posterior (Baridon-Guédrón, 2015: 6 y ss.).

No obstante, determinar el alcance preciso de la palabra, incluso si se restringe al ámbito de esta investigación, constituye una tarea compleja. Los distintos términos susceptibles de ser empleados para referirse al material visual aquí recogido dan idea del territorio impreciso que abarca: dibujo de prensa, sátira gráfica, dibujo humorístico, dibujo crítico o dibujo de actualidad, entre otros, aluden, engloban o sustituyen a la caricatura, pero a su vez tienen otras implicaciones. No son menos diversos los adjetivos que califican este tipo de imágenes, que advierten de objetivos específicos: burlesco, paródico, grotesco, imitativo, bromista, chistoso, irónico, impertinente, provocador, subversivo, degradante.

Desde Baudelaire, se ha atribuido a la caricatura, a diferencia del humor, una dimensión diabólica y misteriosa: «Solo el diablo puede reírse de un defecto o de una tara, mientras el sabio no ríe más que temblando» (recogido por Tillier, 2005: 13). Entra en conflicto con el canon, en cuanto hace visible una anomalía, un sinsentido, aunque la frontera entre lo diverti-

do y lo perturbador siempre resulte imprecisa (Hofmann, 1958: 11-13). En gran medida depende del contexto cultural y estético que sostiene el modelo de verdad, al que siempre remite. Por eso la percepción de lo caricaturesco no permanece a lo largo del tiempo: algunas caricaturas pueden resultar más inquietantes hoy que en el pasado, y a la inversa, como por otra parte sucede con cualquier otra imagen. La caricatura es, pues, una imagen poliédrica. Su comicidad puede adquirir un sentido polémico o panfletario, o incluso diluirse, en aras de un compromiso ideológico (Tillier, 2005: 14-16).

En segundo lugar, tenemos el humorismo gráfico. Comparte con la caricatura su condición de lenguaje visual que presenta el lado ridículo de la realidad. Se ha dicho que una diferencia esencial entre ambos radica en que el caricaturista solo se fija en la fealdad, en la anomalía, lo que potencia la amargura, mientras que el humorista busca la gracia y la aprecia (Morin, 1913: 18). En efecto, en el dibujo de prensa, la caricatura funciona, con frecuencia, como una denuncia concreta, ya sea sobre tipos, costumbres, gustos, personajes o acciones identificables. Su reivindicación puede ser hiriente para quien no comparte su ideología. El humorismo gráfico, en cambio, suele ser más abstracto e inofensivo, sin pretensiones de cambiar el mundo, por lo que puede provocar la risa incluso en aquel de quien se ríe, a modo de catarsis.

En la práctica, las investigaciones sobre caricatura y humor gráfico han asumido los puntos de contacto. Carlos Abreu Sojo (2000), en uno de sus trabajos sobre periodismo iconográfico, engloba «dibujo satírico, dibujo humorístico, chiste gráfico y caricatura». Bazán de Huerta (2005: 304) prefiere sustituir el término «caricatura» por el de «humor gráfico», «al entenderlo más adecuado para el ámbito espa-

ñol, aunque el tratamiento de ambos se concibe de forma muy abierta». Guijarro Alonso (2012) opta, en cambio, por el término «caricatura» en su libro sobre la utilización del arte como motivo humorístico durante las primeras vanguardias, a pesar de que sus principales fuentes son, de hecho, chistes gráficos. En su posterior tesis doctoral dedica un documentado epígrafe a los problemas terminológicos y de contenido que supone hablar de caricatura en época moderna, advirtiendo de que su significación va más allá del humor (Guijarro Alonso, 2017: 23 y ss.): el empleo de los términos «humoristas» y «caricatura» en su título subraya la existencia de una dualidad de forma bien explícita.

El punto de contacto entre la caricatura y el humor gráfico es la parodia. Una gran parte de las imágenes estudiadas aquí, sean caricaturas o viñetas humorísticas, poseen un componente paródico. La cuestión tiene suficientes implicaciones con el desarrollo de este trabajo como para necesitar un tratamiento específico en algunos capítulos. En todo caso, el concepto de parodia es muy abierto: llega a confundirse con la caricatura y con el humor porque sus fines y medios son comparables. Las imágenes paródicas, como sucede, en general, con la caricatura y el humor, resultan paradójicas, por cuanto ponen en entredicho el valor de la normalidad. En ellas coexisten la profundidad y la distancia, la observación y la deformación, la fidelidad y la exageración, el registro y el descarte, lo serio y lo cómico (Tillier, 2005: 204).

En cuanto al marco espacial de producción y difusión, si bien el título alude a España como referente político-cultural en el que estas imágenes fueron concebidas, y desde luego se sabe que las publicaciones llegaban a distintos puntos del territorio, está ligado, ante todo, a ciudades concretas, donde los procedimientos caricaturescos y humorísticos presentan particu-

laridades propias, como se verá a lo largo del libro. En ese sentido, el hecho de haber tenido en cuenta publicaciones de Barcelona y de Madrid, principalmente, ha permitido comprobar la idiosincrasia de cada una, variable que se corrobora cuando se recurre a imágenes procedentes de Sevilla y de Valencia. Ello demuestra la relevancia del factor urbano —de su sociedad, de sus tabúes, de sus problemas, de su sentido del humor, de su socialización cultural y política— en el uso de unas u otras caricaturas y en un específico sentido del humor. No obstante, se ha adoptado un punto de vista global, que permita entender cada caso en paralelo y en relación con experiencias internacionales.

Por lo que se refiere a la cronología, aunque la edad de oro —si como tal puede llamarse— de la caricatura y el humor en torno al mundo del arte en España se extiende, aproximadamente, entre los últimos años ochenta del siglo XIX y los años veinte del siglo XX, este libro comienza en 1860 porque desde ese año empiezan a proliferar, sobre todo en Barcelona, pero también en Madrid, las primeras parodias que utilizan el mundo del arte de forma satírica. Acaba en 1938, cuando se ha localizado el último chiste que utiliza el arte para persuadir con una sonrisa, unos meses antes de que se cierre un periodo de la historia de España.

El acceso a esas fuentes resulta hoy relativamente sencillo gracias a los esfuerzos de digitalización de los principales fondos hemerográficos españoles: de la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España, del Arxiu de Revistes Catalanes Antiques y de la Biblioteca Virtual del Ministerio de Cultura proceden la mayor parte de los recursos gráficos utilizados. A ellos hay que añadir los de la Biblioteca Valenciana Digital y los del fondo antiguo digitalizado de la Universidad de Sevilla, así como algunas colecciones hemerográficas no digitaliza-

zadas del Arxiu Municipal de Barcelona y de las hemerotecas municipales de Madrid y Sevilla. Ahí no se termina, por supuesto, una cantera que, sin duda, es aún mucho más rica del ingente material que ha llegado a manejarse y, por supuesto, del que ha sido posible reunir en este libro.

De hecho, cuando tomé la decisión de estudiarlo, apenas sospechaba las posibilidades que encerraba el objeto de investigación. Si se me permite la parodia, soñé, como Colón, que me dirigía por Occidente hacia unas islas con frutos prometedores y me encontré con un continente más cercano y más extenso. Así que se imponía la necesidad de cartografiar el territorio. Naturalmente no he sido el primero en pisarlo, por lo que justo es reconocer la labor de quienes me han precedido, particularmente de Bazán de Huerta (1989, 2005, 2020), Caparrós-Gamonal (2010), Laguna Platero (2003 y 2015b, y en colaboración con Martínez Gallejo, 2014, 2016, entre otros), Mornat (2016), Marinas (2021) y, sobre todo, Guijarro Alonso (2012, 2017). Sin sus investigaciones este libro no sería lo que es. Aunque mi interés hacia la presencia del arte en la caricatura y el humor no es reciente (1984), debo añadir que el manejo de revistas satíricas barcelonesas, a raíz del trabajo sobre *La alegoría de Barcelona* (2020), terminó por animarme a abordar el tema de forma global.

El objetivo general ha sido, pues, calibrar la importancia del mundo del arte como recurso humorístico en España, durante un periodo en el que estaba omnipresente en la vida cultural y política, a través de la prensa. Eso ha implicado reconocer cómo, por qué, para qué, cuándo y con qué consecuencias el imaginario artístico llamó la atención de los humoristas gráficos y gozó de fortuna pública. Al fin y al cabo, la comicidad es un instrumento para analizar com-

portamientos y también para codificarlos y, por tanto, comprenderlos: está demostrado que ha proporcionado modelos de conducta individual y colectiva (Hannoush, 1992: 309).

En un sentido más concreto, este libro también pretende poner en valor el lenguaje paródico y la risa en un ámbito de la cultura, como es el arte, que históricamente ha sido dominado por la seriedad. Si la ironía constituye una dimensión del arte moderno, nada mejor que acudir a los lenguajes que la utilizan por antonomasia.

Para conseguirlo se ha estructurado en tres partes, cada una de las cuales presenta una cierta independencia en su contenido, en su uso temporal y en su alcance cultural y estético. La primera de ellas, «La caricatura artístico-política», aborda la manipulación de obras o prácticas artísticas con fines políticos, a través de un análisis sobre su fortuna visual, la especificidad de su lenguaje, el recurso de la citación, la parodia de grandes pinturas, el uso de iconos artísticos estereotipados y la parodia de monumentos.

La segunda parte, «El estilo del humor», se ocupa de la caricatura de obras de arte contemporáneo como instrumento de juicio y de diversión: se tiene en cuenta el papel de la crítica visual en las exposiciones; los procedimientos empleados para caricaturizar la pintura, fundamentalmente ligados a la exageración de defectos formales o a la invención arbitraria del dibujante gráfico; el modo de caricaturizar la escultura, y el dibujo de monigotes como arquetipo de la incorrección representativa.

La tercera parte, «La ridiculización del sistema del arte», está dedicada a la presencia del ámbito de la creación en el humor gráfico: incluye la contribución de la risa al cuestionamiento del canon estético, la utilización bromista de las obras de arte, la burla a los monumentos y la imagen que los chistes ofrecen de

los artistas, de los promotores y de los públicos del arte.

A partir de la recopilación, descripción y ordenación del material objeto de estudio, el método de trabajo ha seguido particularmente dos líneas. Por un lado, detectar la función de las imágenes, en relación con el contexto político, estético o cultural en el que se produjeron, con objeto de explicar la conexión entre los temas elegidos y la intención comunicativa. Por otro lado, analizar los procedimientos de alteración de la imagen o del modelo canónico como recursos risibles.

En esa tarea ha resultado fundamental la comparación con ejemplos europeos, en particular británicos, donde la parodia del mundo del arte aparece en la caricatura desde el siglo XVIII, y, sobre todo, franceses, dada la importancia de las revistas satíricas (Gardes-Houdré-Poirier, 2011) y de la caricatura salonista (Chabanne, 1990), que, sin duda, proporcionó los principales ejemplos a imitar.

Por último, debo hacer constar que una parte de esta investigación, la que se refiere a la conexión con una dinámica internacional, en concreto francesa, fue posible gracias a una estancia de investigación en el Centre de Recherche sur l'Espagne Contemporaine de la Université Sorbonne Nouvelle (Paris 3), dentro del programa «Salvador de Madariaga», del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España en el año 2018. Deseo hacer constar mi gratitud a los miembros del Atelier sur la Satire, la Caricature et l'Illustration Graphique en Espagne (ASCIGE), de dicha universidad, que tan generosamente me acogieron, en particular a Marie-Linda Ortega y a Marie-Angèle Orobon, así como a todos los investigadores que participaron en el coloquio internacional *Caricature et vie politique en Espagne (1830-1918)*, celebrado en París en mayo

de 2018, y en los seminarios que tuvieron lugar aquel año en la Maison de la Recherche. Por otra parte, debo agradecer igualmente a Antonio Calvo Maturana su invitación a formar parte del proyecto de investigación «El humor y su sentido: discursos e imágenes de lo risible desde la Ilustración hasta hoy» (HAR2017-84635-P), financiado por el Programa Estatal de Fomento

de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Gobierno de España. El congreso internacional sobre ese tema, que reunió a los miembros de aquel equipo en la Universidad de Málaga en mayo de 2019, fue una ocasión para intercambiar ideas y madurar propuestas, antes de disponer del tiempo y la tranquilidad necesarios para culminar esta empresa.

PRIMERA PARTE

La caricatura artístico-política

1

La fortuna visual de la caricatura artístico-política

Las principales causas que convirtieron el mundo del arte en una fuente de motivos risibles para el caricaturista político están ligadas a su mitificación y a su difusión visual. Los dos factores se alimentaron entre sí. Por un lado, la utilización de algo tan sagrado como el arte, concebido para permanecer, frente a la política y el humor, que de suyo son cambiantes, encerraba grandes posibilidades para conseguir un mensaje impactante en virtud de su contradicción. Los principios intocables y los tabúes han sido siempre preferidos por los humoristas. El hecho de que la risa no tenga ninguna legitimidad en el ámbito académico de las artes —se ha dicho que en el museo no hay lugar para ella (Grojnowski-Riou, 2015: 13-14)— invita precisamente a que ocupe su lugar fuera.

Por otra parte, la reproducción de imágenes artísticas no solo contribuyó a la familiarización de los motivos utilizados, sin la cual no habrían tenido el alcance que tuvieron entre los humoristas políticos, sino que también facilitó la práctica metartística y el uso de códigos forma-

les y semánticos comunes. Además, los nuevos soportes en los que se reproducían las obras —grabados populares, ilustraciones de prensa, fotografías— propiciaron una visualidad circunstancial, propia de las formas de comunicación contemporánea, frente a la voluntad de permanencia que habían tenido las obras originales en el pasado.

Se produce, así, un uso paródico del arte, ligado a circunstancias políticas. Esta utilización coincide con la posición que ocupa la caricatura en el periodo histórico aquí considerado. Al igual que otro tipo de imágenes satíricas, comparte con estas un mismo lenguaje. En ese sentido, puede decirse que la fortuna visual de la caricatura artístico-política es inseparable de las funciones comunicativas y de los procedimientos expresivos de la caricatura, en general. El arte, no obstante, por cuanto impone otra ficción dentro de la ficción, acentúa la simulación que, de suyo, posee el género y, paradójicamente, insinúa una verdad visual distinta.

La caricatura política sirve, ante todo, para atacar al adversario, pero también para reafirmarse en las ideas de quien la utiliza, igual que cualquier otro tipo de humor. Este se difunde en un ámbito espacial concreto, que genera un sentido de pertenencia. Como *low art*, se relaciona con otras formas de entretenimiento frívolo, ligadas al doble sentido que siempre implica la risa.

UN ARMA DE ATAQUE MÁS

La utilización de la caricatura como arma de ataque político es bien conocida (Tillier, 2005; Dixmier *et al.*, 2007; Fontcuberta, 2011). Por supuesto, no toda la que remite al mundo del arte fue concebida con esa intención. Pero no cabe duda de que los iconos relacionados con el sistema del arte ofrecían muchas posibilidades burlescas. Al fin y al cabo, un rasgo inherente a la caricatura política es la burla, percibida como un arma poderosa para desacreditar. En Francia, conoció un auge durante los periodos de cambio de régimen. Durante la Revolución Francesa los ataques visuales contra las facciones en lucha tuvieron un carácter devastador y profundamente agresivo (Vovelle, 1988; Langlois, 1988; De Baecque, 1988; Burlingham, 1988; Vaillant-De Villeneuve, 2013). La producción de imágenes injuriosas en el entorno de la Revolución de Julio de 1830 fue más intensa que nunca (Kerr, 2000: 13 y ss.). También en España se produjo una eclosión de revistas satíricas a raíz de la Revolución de 1868 (Sobrequés i Callicó, 1965).

Al quedar en ridículo, el personaje o la decisión que toma deja de ser respetable y, por tanto, pierde legitimidad. En lugar de producirnos prevención o miedo, nos hace reír. Risa y sátira política van, pues, de la mano (Minois,

2000: 441). El modo más eficaz de diluir el imaginario del poder —envidiado y, al propio tiempo, temido— es reírse de él. En la medida en que el arte ha servido históricamente como la mejor carta de presentación del orden establecido, su parodia constituye el instrumento ideal para cuestionarlo. La inversión de papeles resulta perfecta.

Solo se estima lo serio. Por eso, en los grandes valores públicos —y aún más en los principios religiosos—, la risa resulta intolerable. La subversión simultánea del arte y el poder es demoledora porque su visualización simula una apariencia noble, pero resulta una farsa. La universalidad del lenguaje artístico se convierte en una propaganda sesgada. Al manipular la solemnidad de los argumentos religiosos e históricos, o de las mismas prácticas artísticas, que siempre encierran algo de sagrado, se potencia la atención sobre el mensaje, que proporciona el auténtico sentido a la caricatura.

A diferencia de lo que sucede con otras pretensiones que acompañan a la risa, no siempre evidentes, el ataque político que encierra una caricatura de arte constituye un objetivo intencionado y consciente. Eso supone que la cita artística es un instrumento más de los posibles con los que cuenta el caricaturista, que suele ser un militante político, implicado y comprometido (Tillier, 2005: 65-81). Eduardo Sojo, «Demócrito», por ejemplo, autor de algunas de las mejores parodias artísticas [1], estuvo vinculado con el republicanismo y fue perseguido por sus ideas durante la Restauración (Laguna Platero-Martínez Gallego, 2014, 2016). Pedro Antonio Villahermosa, «Sileno», uno de los grandes dibujantes satíricos de principios del siglo xx, no ocultó su germanofilia durante la Primera Guerra Mundial (Francés, 1918: 14), lo mismo que Gerardo Fernández de la Regue-



[1] Eduardo Sojo, «Demócrito», *La rendición de Toreno, El Buñuelo*, 6 de mayo de 1880, Madrid, Hemeroteca Municipal.

ra, «Areuger», autor, por ejemplo de una parodia de monumento a Jacinto Benavente, convencido germanófilo que se eleva sobre sus obras, frente a la rana francesa (*El Mentidero*, 21-8-1915).

La dimensión política de la caricatura está muy condicionada por lo que de ella esperan sus destinatarios. Por supuesto se dirige a un grupo social que comparte ideología y referentes culturales. Pero también interfiere globalmente en las relaciones entre los gobernados y el poder. En Francia, por ejemplo, la Revolución de 1830 animó a las clases populares a sen-

tirse partícipes de la política (Kerr, 2000: 146). Todo recurso satírico que afecta a un tabú—los valores artísticos igual que las creencias, el sexo o la escatología— encierra grandes posibilidades de conectar con capas de población a las que inicialmente no iba dirigido el mensaje.

De igual manera, los objetivos políticos de la imagen satírica se plantean de modo específico según se interioriza el ejercicio del poder en cada lugar. En consecuencia, el uso que se hace del referente artístico es diferente en cada caso. Incluso se observa una preferencia por unos modelos o por otros. En el caso español se apre-



[2] *El beso de Judas*, *L'Avi*, 27 de marzo de 1907, Barcelona, Biblioteca de Catalunya.

cian diferencias entre ciudades, en la medida en que en cada una percibe su relación con los gobernantes, sean municipales o nacionales, de manera distinta. En Barcelona, por ejemplo, se prefiere parodiar asuntos de la pasión de Cristo que no siempre remiten a modelos artísticos concretos. De ese modo, se sacraliza la patria, encarnada en la ciudad, en Cataluña o en España. Los dirigentes son percibidos como culpables ajenos, que solo contribuyen a su desgracia. El ejercicio de la política se presenta, así, como un calvario, al final del cual hay un destino ideal. Por ejemplo, *El beso de Judas* es el título de una viñeta en la que una personificación de Cataluña, vestida de blanco y con barretina, ocupa el lugar de Cristo; el traidor Lerroux, en el papel de Judas, está a punto de

besarla, antes de que un grupo de malhechores, caracterizados como canallas de Madrid, vaya a prender a la figura virginal. Los perros que ladran, en primer término, hacen referencia a los periódicos de la capital *El Liberal* y *El Imparcial* [2].

Aunque en Madrid también se transmite una idea torturadora de la política, las imágenes artísticas, que responden a modelos reconocibles, tienden a revelar, más bien, una farsa interna, que sirve para deslegitimar a unos gobernantes frente a otros. En una parodia de *La Campana de Huesca* de José Casado del Alisal, la figura del rey aragonés es sustituida por la personificación de España, a modo de advertencia de su poder, que está por encima de los políticos [3].



[3] Diógenes, *La gran campanada, Don Quijote*, 26 de julio de 1895, Madrid, Biblioteca Nacional de España.

LA REAFIRMACIÓN EN LA VERDAD POLÍTICA

En la medida en que la risa contribuye a reafirmar la identidad del yo burlador frente al otro burlado (Taouichet, 2014), alimenta un sentimiento de orgullo en quien la provoca y en su receptor. Tradicionalmente, ese sentimiento se ha identificado como una reacción de superioridad grupal, de la que ya advirtió Baudelaire (Hannoush, 1992: 26 y ss.; Monro, 1988: 349-355). En el caso del humor gráfico, el fenómeno supone un reconocimiento cultural, ligado a la clase social que lo posee y lo exhibe. La cita artística exige comprensión, conlleva exclusión y, paradójicamente, genera frustración.

La superioridad se fundamenta en la erudición necesaria para su comprensión (Martin,

1998: 15 y ss.): captar el doble sentido en el que nace el juego visual requiere una capacidad que solo la persona culta posee, frente a la ignorante. Es preciso identificar el modelo artístico que se parodia para que la risa sea efectiva. Es cierto que la utilización de ese modelo banaliza la cultura visual, pero al propio tiempo reclama la sofisticación que esta posee para comprender el grado de banalización. Esa dicotomía requiere sutileza. Lo que en la imagen artística es heroico o sagrado se convierte en trivial o profano. Por eso, la risa de la caricatura de arte no es ingenua. Los procedimientos populares y aparentemente torpes que emplea van dirigidos a un público adiestrado en el doble sentido de las imágenes y de las palabras (Minois, 2000: 428).



[4] Pedro Antonio Villahermosa, «Sileno», *La mona vana, Gedeón*, 18 de marzo de 1904, Madrid, Biblioteca Nacional de España.

Todo sentimiento de superioridad implica un desprecio. Por tanto, la caricatura de arte funciona también como un instrumento de exclusión. Deja fuera al ignorante que no comprende la gracia del chiste, por supuesto. Pero, además, en el caso de su uso político o estético, rechaza al adversario o a quien no comparte un determinado gusto, que es una seña distintiva de clase. La exclusión es radical: al presentar una imagen falsa, incongruente, opuesta a lo que se conoce, a lo que debe ser, no solo fortalece la supuesta normalidad de un grupo, sino que codifica la anormalidad de otro. El que ríe reafirma su lógica natural, mientras que el bur-

lado es presentado como irracional. Se trata de un rasgo común a toda caricatura, desde luego, pero la utilización de un modelo artístico potencia esta exclusión: frente a una imagen solemne, nos encontramos con una imagen ridícula. El político degradado carece de toda legitimidad para ser tenido en cuenta. Por ejemplo, Antonio Maura, caricaturizado como la «mona vana», aunque ocupa el puesto de Antonio Cánovas del Castillo, carece de la respetabilidad que sugiere el retrato de este [4]. En esa visión vejatoria, se reafirma, pues, la dignidad de un orden quebrado, que debe recuperarse, y de una verdad mancillada, que ha de corregirse.

Sin embargo, en la medida en que funciona como una estrategia defensiva frente a lo inaceptable (Martin, 1998: 28 y ss.), la risa no termina de destruir, por sí misma, el objeto de burla. La reafirmación en un pensamiento no supone necesariamente la eliminación del adversario. Antes al contrario, su reiteración prueba la existencia de una obsesión sin resolver. En ocasiones, la caricatura implica un grito de resistencia heredado de la obra de arte: la parodia de *El Tres de mayo*, de Goya, por ejemplo, donde el pelotón de los franceses encarna la acción ministerial disparando con el pueblo, fomenta la negatividad de la política sin alternativas (*Gedeón*, 3-5-1908).

Toda broma posee, pues, una dimensión inquietante. La cuestión tiene que ver con el hecho de que el humor gráfico y la caricatura, como armas de ataque, no presentan una realidad en positivo. Nos instala en un pesimismo frustrante. Baudelaire (1925) advirtió de lo cómico como una señal del dualismo humano, extraña combinación entre superioridad e inferioridad. La naturaleza dual de la caricatura de arte acentúa la contradicción. La alteración de una belleza que suponemos universal e

intocable constituye, al fin y al cabo, una violación de lo sagrado. La ironía, por lo tanto, siempre introduce una complicación, una salida en falso.

UN MARCO NACIONAL

El carácter efímero de la caricatura de arte, originada a raíz de una circunstancia que se diluye o se pierde, junto a la universalidad de su lenguaje y su movilidad, puesto que, por su naturaleza, termina por quedar desligada del lugar donde se concibió (Tillier, 2005: 83, 103 y 107), pudiera inducir a pensar que su contribución al afianzamiento de una conciencia nacional —y, por lo tanto, su comprensión en ese contexto— constituye una circunstancia secundaria.

Ningún fenómeno cultural —y mucho menos en un periodo en que el nacionalismo se coló por todos los rincones— puede desligarse de un marco político tan inclusivo y excluyente como la nación. Es cierto que los procedimientos utilizados por los humoristas no conocen fronteras; se imitan y adaptan los mismos chistes de unos lugares a otros; muchos conservan su capacidad de hacer reír; e incluso se reproducen con éxito en la prensa de distintos países. Pero, en la medida en que el humor tiene historia, la identidad grupal es indisociable del espacio y del tiempo en que se produjo.

Al respecto es muy significativo que, con frecuencia, la palabra «humor» se encuentre adjetivada por un atributo nacional (Minois, 2000: 453). Aunque no pocas veces se hace para desmentir esa relación, tampoco faltan justificaciones. Suele asociarse el humor inglés con una cierta continencia displicente, relacionada con una superioridad de clase, que mezcla sonrisas y lágrimas (Cabrera Infante, 2003; Sánchez Benedito, 2009). La risa francesa, en cambio, ha

sido considerada aristocrática y desacralizadora, pero dirigida a un público heterogéneo (Vaillant-De Villeneuve, 2013: 14). Se dice que el humor español es «acre, violento, descarnado» (Pérez, 1993: 42). Ya el escritor y crítico de arte Claude Roger-Marx (s.a.: s.p.) hablaba, al referirse a la tradición caricaturesca del arte español, del «temperamento impresionable de los españoles» y de una parte de España que le resultaba «feroz, ebria de contrastes».

En el caso del humor y la sátira producidos en España mediante la caricatura de arte, las peculiaridades propias —y por lo tanto su contribución al fomento de una identidad nacional— no se encuentran, desde luego, en los procedimientos, sino en los instrumentos, los objetivos y la lengua.

El hecho de que la mayor parte de las obras artísticas parodiadas sean españolas o pertenezcan a las colecciones del Museo del Prado, siendo escasos los ejemplos extranjeros, permite deducir que las caricaturas asumen, explícita o implícitamente, la connotación identitaria de estas: Velázquez, Murillo o Goya son *nuestros modelos*. La importancia, en concreto, que tiene la pintura de historia —género nacionalista por excelencia— refuerza una asociación intrínseca entre la imagen utilizada como instrumento sarcástico y un sentimiento de pertenencia. Numancia, La Campana de Huesca, los Carvajales o los Comuneros son *nuestros asuntos*, aunque sus protagonistas resultaran más heroicos que los del presente: las víctimas de entonces son sustituidas por la Moralidad, la Libertad y la Patria [5].

Los objetivos de la caricatura de arte realizada y difundida en España son exclusivamente españoles: dibujantes y editores eligen artistas españoles, se fijan en el tipo de público que en España acude a las exposiciones, critican la política española, se lamentan de la situación de la

tico nacional susceptible de mantener una correspondencia con la caricatura. Como todo nacionalismo, ese relato combina orgullo y victimismo, trasladados ambos al humor. La caricatura de los grandes artistas del momento, por ejemplo, constituye una forma de honra colectiva; igual que la constante amenaza de enemigos internos y externos representa un testimonio de esa tendencia a considerarse víctima. En todo caso, los héroes históricos y contemporáneos, junto a las imágenes canónicas creadas o vinculadas a ellos, funcionaron como elementos legitimadores de una idea nacional, a la que la caricatura se unió como un lenguaje visual más.

En Barcelona, en cambio, el nacionalismo fue alimentado a través de personajes conmemorados, más que mediante grandes relatos pintados, al tiempo que se aprovechó el potencial victimista de la iconografía religiosa para la parodia política en clave catalanista.

LA FASCINACIÓN POR LA FARSA

Toda sátira tiene una dimensión carnavalesca, reparadora, cicatrizante, en la medida en que aleja de nosotros el dolor y la muerte (Burucúa, 2007: 61). Permite imaginar una utopía donde el bien triunfa y el culpable se condena. En definitiva, donde reina el humor, el mal no existe (Minois, 2000: 428). La utilización de iconos artísticos potencia aún más esa sensación. Al fin y al cabo, el arte es simulacro. Ante una imagen nunca se viven auténticos dramas. Todo es pura apariencia.

Aunque los poderes políticos y religiosos tienden a recelar de la risa (Vaillant-De Ville-neuve, 2013: 5), su presencia en el ámbito público es más tolerada cuando se enmascara. En el fondo, una farsa visual no exige particula-



[6] *Proposición sensacional, L'Esquella de la Torratxa*, 23 de julio de 1914, Barcelona, Biblioteca de Catalunya.

res prevenciones. Lo que cuenta es una inocua mentira. Nadie debería ofenderse por eso.

Cuando una obra artística se parodia, se diluyen sus pretensiones trascendentes. Incluso si se trata de crítica política, que siempre es más ácida, nos reconforta su desenmascaramiento. El humor siempre hace tolerable la anomalía (Behrens, 1977: 165).

Por otra parte, la fortuna visual de la parodia es indisociable de las formas de ocio de la clase social que la imaginó, en concreto, el teatro y los bailes de disfraces [7]. Entre las actividades lúdicas de la época se constata una auténtica fascinación por la farsa histórica. En gran medida ha de relacionarse con el modo de disfrutar de las obras de arte, percibidas como es-



[7] Madrid. Fiesta de caridad en el conservatorio. Los cuadros vivos, *La Ilustración Española y Americana*, 15 de abril de 1900, Madrid, Biblioteca Nacional de España.

cenar fantaseadas con protagonistas insólitos, susceptibles de ser revividas de forma ficticia. Las clases medias y altas, en concreto, se sintieron atraídas con la posibilidad de disfrazarse como los personajes de los cuadros que admiraban. Por un momento se sentían como ellos;

entraban a formar parte de un mundo ilusorio sin responsabilidades. La caricatura que recurre al mundo del arte juega igualmente con la aparente inocuidad de lo que no es del todo cierto, y, por eso, tampoco hay que preocuparse demasiado. Por lo menos, a veces.