



El humor y la Cultura en la España contemporánea

Josep Lluís Gómez Mompert

Francesc A. Martínez Gallego

Enrique Bordería Ortiz (eds.).

Hacer Editorial, Barcelona, 2018

247 páginas

Reseña por José Luis Valhondo Crego

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.13>

¿QUÉ HA HECHO LA SÁTIRA POLÍTICA POR NOSOTROS?

Parfraseando aquella pregunta pythoniana que pretendía ser retórica pero terminaba en paradoja humorística, ¿qué ha hecho la sátira política por nosotros? Nos referimos a toda esa tradición satírica de la prensa española que arranca en el siglo XIX y llega hasta nuestros días. La obra *El humor y la cultura política en la España contemporánea* responde ofreciendo al lector una cuidada síntesis de la evolución de la sátira periodística.

El libro que reseño continua la estela de las investigaciones del equipo de la Universitat de València GRICOHUSA (Grupo de Investigación en Comunicación, Humor y Sátira), del cual Josep Lluís Gómez Mompert fue Investigador Principal y ahora dirige la colección "Cuadernos Gricohusa" (breves monografías de revistas satíricas históricas). Con anterioridad este equipo publicó dos textos: *La risa periodística: teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (Tirant Lo Blanch, 2010) y *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)* (Biblioteca Nueva, 2015). Este nuevo volumen se publica en Hacer Editorial, reconocida en el ámbito de la Ciencias Sociales y la Comunicación con ediciones de obras de referencia como *Medios de comunicación y poder* de James Curran y *Sistemas mediáticos comparados* de Daniel C. Hallin y Paolo Mancini. Aunque el libro lleva fecha de 2018, su publicación es de inicios de 2019.

La obra pone de manifiesto que la sátira puede funcionar a modo de populismo mediático, intentando reconfigurar la Cultura Política de la ciudadanía y situando en el centro del relato al ciudadano común. La sátira revisa y desplaza los significados de los discursos hegemónicos para reconfigurar esa Cultura Política. El populismo resulta más una estrategia política que una ideología. Como estrategia puede ser igualmente esgrimida por los que mandan o por los que obedecen, en sistemas democráticos o en dictaduras. Es muy revelador comprobar cómo ese populismo se despliega en la sátira a lo largo de toda nuestra historia contemporánea, justo desde la aparición de la prensa de masas. Las dos caras del discurso populista se enfrentan en el examen que realiza Reig Cruaños (Capítulo 6) de la contestación de las revistas satíricas del tardofranquismo al discurso basado en los mitos del franquismo sociológico. El lector encontrará viñetas que combaten, por ejemplo, el tópico franquista de la idiosincrasia española que justificaba el inmovilismo político del régimen en su última etapa.

Francesc Martínez Gallego se centra en José Nakens y su publicación *El Motín* (Capítulo 2). Su explicación de la razón populista permite al lector comprender la potencia del discurso de una sátira que se remonta nada menos que al último cuarto de siglo XIX. Sin imágenes sobre la Realidad es imposible imaginar la agencia política de los actores sociales. Éstos necesitan en primer lugar representarse el campo de juego político para, llegada la oportunidad, actuar sobre él. Como bien nos explica Martínez Gallego, eso era lo que hacía José Nakens desde *El Motín*: brindar al lector representaciones del poder suficientes para generar un campo de batalla político, un relato de buenos y malos; sobre los mitos y ritos de la España monárquica y católica de la época.

La brillantez de *El Motín* radica en su capacidad para adaptar, a través de las caricaturas, la Alta Política a las posibilidades de un pueblo (semi)analfabeto. Se suele criticar la personalización como rutina periodística en la prensa seria, pero parece olvidarse que gracias a esas rutinas denostadas es posible acceder a la abstracción política. La personalización puede ser un primer paso para llegar a un debate de ideas, dentro de

un modelo construccionista del conocimiento. Diferente es que todo quede en esa figuración teatralizada. Como con cualquier estrategia, el problema es el uso que se hace del instrumento, no el instrumento en sí mismo. Requerimos para la pedagogía política de estrategias que nos permitan “ver” a través de relatos, intentado evitar equiparar la esfera política sólo a esos relatos. Los caricaturistas creaban y celebraban un mundo a escala en el que encarnaban posturas y actitudes políticas en caricaturas que discutían. Frente a ellos, el ciudadano podía tomar partido.

Una constante a lo largo de la historia que cubre esta obra es la hegemonía del discurso de la Iglesia. El poder monárquico se defendía en último término con el Ejército pero en el día a día su capilaridad, esa microfísica del poder que denunciaba Foucault, se vehiculaba a través de la institución eclesiástica. De ahí que los caricaturistas lucharan por emancipar al pueblo a través de desactivar el capital simbólico de la Iglesia. El concepto que acuño como escalamiento es pertinente en este debate. Escalar se puede referir a subir a través de una escala o a modelizar un objeto. Ambos significados concuerdan con la labor de la sátira que permite crear prototipos a escala de la vida política que permitan juegos dialécticos en el seno de las clases populares para ensayar la verdadera batalla política. Nakens desde *El Motín*, o Carceller desde *La Traca* (ya en la Segunda República) transformaban el tamaño del debate para hacerlo manejable. No podemos perder de vista que bregaban con una intrincada esfera política plurinacional de varios millones de ciudadanos y decenas de temas en la agenda pública.

Nakens aprovecha que el sistema informativo a finales del siglo XIX era parcialmente inviable para el ciudadano común: en un sentido económico y cognitivo. Grandes capas de población eran pobres y analfabetas. Siguiendo la lógica de la razón populista, situó en el centro de su relato a esas clases populares, como sujeto colectivo. Adaptó los discursos que el pueblo conoce para desplazar sus significados hegemónicos y alcanzar sus mentes, corazones y bolsillos. Las revistas ilustradas del momento eran caras y crípticas en sus debates.

La sátira rebajaba a los dioses y ensalzaba a los mortales. Ridiculizaba a la Iglesia y brindaba a las clases populares una religión laica republicana, una fe revolucionaria con horizonte infinito. Nakens era un anticlerical pero no antiespiritual. Lo que criticaba el gaditano era la gestión de esa espiritualidad por parte de la Iglesia. Como señala Martínez Gallego, Nakens transformó a Cristo en Jesús, lo humanizó del mismo modo que haría un siglo después Nikos Kazantakis en su texto *La última tentación de Cristo*, adaptado al cine por Scorsese.

En ese discurso populista de la sátira, los autores no sólo construyen a un Líder al que seguir o un Ellos que emplaza como enemigo, también encarnan una imagen del propio pueblo: Juan Lanás, por ejemplo, representa a ese pueblo como un gigante dormido y parasitado por las elites. En vez de crear monumentos de piedra a los poderosos, la sátira recuerda al pueblo su tamaño y su fuerza adormecida.

La sátira no sólo desplazaba significados de los mitos, sino que pretendía combatirlos con sus propios ritos. Como señala Antonio Laguna en el Capítulo 3, una revista como *La Traca* concedía relevancia a los ritos laicos dionisiacos en los que las clases plebeyas celebraban su identidad al margen de las Iglesia. Por ejemplo, a través de la promoción de las Fallas valencianas. De esa manera, la sátira contribuía a fraguar una identidad de pueblo sin tener que recurrir al dogma cristiano.

A lo largo del texto, en los diferentes capítulos que componen el panorama histórico de la sátira contemporánea, advertimos temas comunes en la agenda política que se relacionan con la tríada Rey-Ejército-Iglesia. Son temas concatenados que se expresan a través de otras cuestiones de calado de la España reciente, desde el debate territorial, tal y como tratan Pich Mitjana y Conteras (Capítulo 4) y Ridao (Capítulo 5) hasta la reconfiguración de la Cultura política de la izquierda durante la Transición, tal y como expresa Gómez Mompert en el Capítulo 7.

El texto está organizado cronológicamente. Ese orden tiene la ventaja de entender la evolución de la sátira en siglo y medio de historia. Sin embargo, si pretendemos hacernos una idea temática del poder de la sátira, una ruta alternativa comenzaría por el Capítulo 7. Las condiciones materiales del ciudadano común determinan en gran parte su opinión tanto como la interpretación que hace de esas condiciones en base a la Cultura Política hegemónica, ese conjunto de cogniciones, afectos y opiniones que, como nos recuerda Gómez Mompert, constituyen la primera aproximación clásica al concepto de Cultura política. Esa Cultura sirve de marco para la jerarquización y encuadre de los problemas políticos de la esfera pública. Desde el Capítulo 7 podemos transitar hacia el Capítulo 3 (Martínez Gallego) y Capítulo 4 (Antonio Laguna) donde podremos familiarizarnos con los mecanismos que empleaba la sátira como estrategia populista. En el Capítulo 1, Pere Gabriel expone cómo la nueva prensa de mediados de siglo XIX se empeñó en erigirse como ilustradora de las clases populares, tarea que consumó en gran medida la prensa satírica. De esa ilustración, por contraste, los Capítulos 6 (Reig Cruañes) y 8 (Pelai Pagés) nos introducen en la resistencia simbólica a la Cultura Política (des)movilizada por el tardofranquismo y la Transición.

En definitiva, el libro propone un recorrido riguroso y divertido por la tradición satírica española en prensa a través de la investigación periodística, cultural, política e histórica, conectando temas de la agenda pública que hoy en día tienen vigencia con estrategias populistas que podemos contemplar en el infoentretenimiento televisivo actual.