

Humor y discurso político:

**El humor como recurso de opinión y crítica en
la prensa contemporánea griega y española.**

Tesis doctoral
Zavitsanou Theofylakti

ÍNDICE

1.	PRESENTACIÓN	7
1.1.	INTRODUCCIÓN	7
1.2.	JUSTIFICACIÓN	8
1.3.	ESTRUCTURA DE LA TESIS	9
2.	APROXIMACIÓN TEÓRICA AL ESTUDIO DEL HUMOR POLÍTICO	10
2.1.	EL HUMOR COMO OBJETO DE ESTUDIO	10
2.1.1.	Definición y teorías del humor	10
2.1.1.1.	Teorías del humor	10
2.1.1.2.	Humor y conceptos afines	14
2.2.	HUMOR POLÍTICO. BREVE RECORRIDO HISTÓRICO	16
2.2.1.	La comedia, un producto cultural de la democracia	17
2.2.2.	Comedia y sátira latina	18
2.2.3.	La risa popular en la edad media y el renacimiento	19
2.2.4.	Humor político en la sociedad burguesa. La prensa satírica	21
2.2.4.1.	Humor gráfico y primeras manifestaciones de la prensa satírica en España	23
2.2.4.2.	Humor gráfico y primeras manifestaciones de la prensa satírica en Grecia	24
2.3.	EL ESTADO DE LA CUESTIÓN	26
2.3.1.	El humor político en la comunicación social	26
2.3.2.	Investigación sobre humor gráfico	28
2.4.	EL HUMOR GRÁFICO COMO GÉNERO PERIODÍSTICO. CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS	30
2.4.1.	Cuestiones terminológicas	30
2.4.2.	Un mensaje de código mixto	32
2.4.3.	“Un periodista que dibuja”	33
2.4.3.1.	Un mensaje condensado	36
2.4.3.2.	Un mensaje que deleita	37
2.4.3.3.	Intertextualidad y carácter metadiscursivo	39
3.	HUMOR Y COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ACTUALIDAD	42
3.1.	INTRODUCCIÓN	42
3.2.	ESFERA PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	42
3.2.1.	Cuestionar la esfera pública habermasiana	44
3.2.2.	Actualización del concepto de esfera pública	46
3.2.3.	Dimensión estructural de la esfera pública	50
3.2.4.	Dimensión representativa de la esfera pública	53
3.2.5.	Nuevas voces	56
3.3.	EL HUMOR POLÍTICO EN LA DELIBERACIÓN PÚBLICA	58
3.3.1.	El humor político como discurso crítico	58
3.3.1.1.	El humor como discurso subversivo	58
3.3.1.2.	El humor político de los políticos y sobre los políticos	61
3.3.1.3.	El humor político subversivo en los medios	62
3.3.2.	Humor político: control o resistencia	65
3.3.2.1.	El humor político como control	65
3.3.2.2.	Humor como resistencia social	70

4.	CUESTIONES METODOLÓGICAS	73
4.1.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	73
4.2.	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	74
4.3.	SELECCIÓN DE MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	76
4.4.	HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS	78
4.4.1.	La ficha de análisis de contenido	78
4.4.2.	Entrevista en profundidad	85
4.5.	EL UNIVERSO Y LA MUESTRA	85
5.	EL HUMOR GRÁFICO EN LA PRENSA GRIEGA Y ESPAÑOLA RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	88
5.1.	CARACTERÍSTICAS FORMALES	88
5.1.1.	Tipo de unidad	88
5.1.2.	Combinación entre texto e imagen	90
5.1.3.	Tipo de texto	93
5.2.	ESTRATEGIAS NARRATIVAS. METÁFORAS Y SIMBOLISMOS	96
5.2.1.	Estrategia narrativa y referencias culturales	96
5.2.1.1.	La cultura clásica griega	97
5.2.1.2.	La aventura marítima	98
5.2.1.3.	La cultura popular y el arte	99
5.2.1.4.	El símil de la enfermedad y la muerte	101
5.2.1.5.	Herramientas para el recorte	102
5.2.1.6.	La metáfora geográfica	103
5.2.1.7.	Referencias bíblicas	104
5.2.1.8.	Otras metáforas recurrentes	105
5.2.2.	La escenificación discursiva	106
5.2.3.	Tipo de actantes	111
5.3.	EL HUMOR. ESTRATEGIAS HUMORÍSTICAS	114
5.3.1.	Estrategias humorísticas aplicadas en la muestra	116
5.3.1.1.	La ironía	116
5.3.1.2.	El chiste	120
5.3.1.3.	Otras estrategias de humor verbal	122
5.3.2.	Estrategias humorísticas y finalidad del mensaje	129
5.4.	ANÁLISIS DEL CONTENIDO POLÍTICO-IDEOLÓGICO DE LAS UNI- DADES DEL HUMOR GRÁFICO DE LA MUESTRA	129
5.4.1.	Referencias contextuales	129
5.4.2.	Perfil ideológico-político de los medios escogidos	146
5.4.3.	Análisis de los temas, la argumentación y los objetivos críti- cos del humorismo gráfico en la muestra	149
5.4.3.1.	El poder político nacional y europeo	149
5.4.3.2.	El poder económico. La Banca y el sistema finan- ciero	181
5.4.3.3.	La sociedad ante la crisis	197
5.4.3.4.	Los Medios de Comunicación	209
5.4.3.5.	Cartoon Movement	211
5.5.	EL DISCURSO DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA PRENSA ESPA- ÑOLA Y GRIEGA	217
5.5.1.	Defender el poder establecido	217
5.5.2.	Atacar el poder establecido	219
5.5.3.	La articulación de los principales discursos ideológicos en	

la prensa española y griega escogida	221
5.5.4. Coincidencia político-ideológica o voz alternativa al perfil editorial del medio	224
5.6. LA FUNCIÓN DISCURSIVA DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA PRENSA GRIEGA Y ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA	227
5.6.1. El humor gráfico político como control social	228
5.6.2. El humor gráfico político como resistencia social	229
5.6.3. Valoración final de la función de las unidades del humorismo gráfico de la muestra	232
6. CONCLUSIONES	234
7. BIBLIOGRAFÍA	240

EJEMPLOS / ILUSTRACIONES / TABLAS

Ejemplo 1	89	Ejemplo 52	172	Ejemplo 103	214
Ejemplo 2	91	Ejemplo 53	173	Ejemplo 104	215
Ejemplo 3	93	Ejemplo 54	174	Ejemplo 105	215
Ejemplo 4	94	Ejemplo 55	175	Ejemplo 106	216
Ejemplo 5	95	Ejemplo 56	176		
Ejemplo 6	97	Ejemplo 57	176	Ilustración 1	90
Ejemplo 7	99	Ejemplo 58	177	Ilustración 2	92
Ejemplo 8	100	Ejemplo 59	178	Ilustración 3	96
Ejemplo 9	101	Ejemplo 60	179	Ilustración 4	110
Ejemplo 10	102	Ejemplo 61	180	Ilustración 5	113
Ejemplo 11	103	Ejemplo 62	181	Ilustración 6	128
Ejemplo 12	104	Ejemplo 63	182	Ilustración 7	220
Ejemplo 13	105	Ejemplo 64	183	Ilustración 8	221
Ejemplo 14	106	Ejemplo 65	184	Ilustración 9	233
Ejemplo 15	107	Ejemplo 66	184		
Ejemplo 16	108	Ejemplo 67	185	Tabla 1	132 - 145
Ejemplo 17	109	Ejemplo 68	186		
Ejemplo 18	112	Ejemplo 69	186		
Ejemplo 19	113	Ejemplo 70	187		
Ejemplo 20	118	Ejemplo 71	188		
Ejemplo 21	119	Ejemplo 72	189		
Ejemplo 22	120	Ejemplo 73	190		
Ejemplo 23	121	Ejemplo 74	191		
Ejemplo 24	123	Ejemplo 75	191		
Ejemplo 25	124	Ejemplo 76	192		
Ejemplo 26	126	Ejemplo 77	193		
Ejemplo 27	127	Ejemplo 78	193		
Ejemplo 28	128	Ejemplo 79	195		
Ejemplo 29	150	Ejemplo 80	195		
Ejemplo 30	151	Ejemplo 81	196		
Ejemplo 31	152	Ejemplo 82	197		
Ejemplo 32	152	Ejemplo 83	198		
Ejemplo 33	153	Ejemplo 84	198		
Ejemplo 34	154	Ejemplo 85	199		
Ejemplo 35	155	Ejemplo 86	200		
Ejemplo 36	156	Ejemplo 87	201		
Ejemplo 37	157	Ejemplo 88	201		
Ejemplo 38	158	Ejemplo 89	202		
Ejemplo 39	159	Ejemplo 90	203		
Ejemplo 40	161	Ejemplo 91	203		
Ejemplo 41	161	Ejemplo 92	205		
Ejemplo 42	162	Ejemplo 93	205		
Ejemplo 43	163	Ejemplo 94	206		
Ejemplo 44	164	Ejemplo 95	207		
Ejemplo 45	165	Ejemplo 96	208		
Ejemplo 46	166	Ejemplo 97	209		
Ejemplo 47	167	Ejemplo 98	210		
Ejemplo 48	168	Ejemplo 99	210		
Ejemplo 49	169	Ejemplo 100	211		
Ejemplo 50	170	Ejemplo 101	212		
Ejemplo 51	171	Ejemplo 102	213		

1. PRESENTACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Si, motivados por la curiosidad, observamos la presencia del discurso humorístico en los medios de comunicación de las sociedades occidentales contemporáneas, caeremos en la cuenta de que estamos ante una práctica discursiva extendida y recurrente que, según el contexto mediático, aglutina diferentes temáticas. Entre ellas, sobresale la temática política.

Hallamos esta temática en los populares programas televisivos de sátira política, en programas humorísticos radiofónicos o en textos humorísticos que pueblan blogs o páginas web de carácter informativo. En la prensa política, observamos la utilización del humor y la ironía como recursos discursivos en textos como los artículos de opinión y los comentarios periodísticos y, a veces, incluso en los titulares de los periódicos.

Sin embargo, el tipo de discurso humorístico que destaca en la prensa diaria y en las revistas satíricas es el de las tradicionales viñetas que comentan, a su modo, la actualidad y los protagonistas de la vida política y que, precisamente, constituyen el objeto de estudio de esta investigación.

Este trabajo parte de la convicción de que el humor gráfico político, como los demás discursos humorísticos de la misma temática que son producidos en el marco de los medios de comunicación, constituye un firme e ineludible referente de la crítica periodística a la vida económica, social y política, al menos en los países occidentales, y un estímulo vibrante que consigue captar la atención del lector e incitarlo a participar en la *res publica*.

Refiriéndose a éste atractivo del humor en la comunicación social, Marshall McKenzie (2007) sostiene que el humor y la sátira política hacen que la sociedad civil vuelva a prestar atención a la política y constituyen un nuevo elemento de socialización y politización de los ciudadanos, mientras que las formas tradicionales de participación política (como es afiliarse a un partido, votar, etc.) están en declive.

Ejemplos no faltan para ilustrar la afirmación de McKenzie, (el éxito sin precedentes del programa satírico televisivo *The Daily Show* de John Stewart en EEUU y la resonancia internacional del trabajo de humoristas gráficos como Carlos Latuff son dos ejemplos contemporáneos representativos), lo que falta son estudios que nos permitan obtener datos y llegar a conclusiones constatadas sobre el fenómeno.

En efecto, tanto el impacto que pueda tener el humor político en la ciudadanía, como la crítica que se ejerce a la vida política a través del humor, y otros aspectos relativos a la forma, el contenido y la frecuencia de este género discursivo en los medios de comunicación, no han ocupado un lugar digno en la agenda científica de los investigadores en comunicación social a pesar de su importancia evidente.

Si, como afirma Carmelo Moreno (2008), hay una clara tendencia hacia una creciente hiperhumorización de las sociedades modernas y si el discurso humorístico ocupa un lugar considerable en los medios de comunicación y en la vida civil, ha llegado el momento de pasar de la simple observación del fenómeno a la investigación y al análisis científico riguroso.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Estudiar el discurso humorístico en los medios de comunicación contemporáneos ofrece amplias posibilidades y presenta ciertas dificultades por tratarse de un objeto de estudio poco investigado, como anteriormente indicamos. En este trabajo hemos optado por centrarnos en la dimensión crítica del discurso humorístico y, en concreto, en la crítica que se ejerce a la vida política a través del humor gráfico en los periódicos y las revistas satíricas.

Esta investigación considera prioritario estudiar el ejercicio de la crítica a la vida política, por considerarlo una función sustancial y neurálgica del periodismo. Por este motivo se ha elegido el género del humor gráfico, al tratarse de uno de los géneros humorísticos más representativos y consolidados en la comunicación social.

La crisis financiera o crisis de deuda de los estados periféricos europeos, entre los que se encuentran España y Grecia, la crítica a las instituciones políticas y financieras por causar y/o no poder resolver la crisis y las reacciones sociales de los ciudadanos ante las políticas impuestas en este marco, constituyen el triple eje temático utilizado como criterio de selección del humor gráfico analizado en la presente investigación. La crítica que se ejerce desde el punto de vista humorístico a estos temas es la cuestión central de este trabajo.

El estudio del humor gráfico periodístico de diferentes realidades nacionales se justifica si pensamos que la referencialidad de los discursos producidos en la era contemporánea no corresponde necesariamente a los límites de las fronteras nacionales. Bloomaert (2005) llama la atención sobre la influencia de la estructura del sistema mundial (*the structure of the world system*) en los eventos comunicativos y subraya la necesidad de contextualizarlos y estudiarlos en marcos más amplios de los que ofrece un sólo país.

El argumento de Bloomaert se refuerza aún más si tomamos en consideración el marco común de la Unión Europea y la coyuntura de la crisis de deuda que ha afectado, aunque con diferente magnitud, a los dos países en cuestión. Vista desde este ángulo, la crítica ejercida desde el humorismo político de la prensa española y griega a las autoridades políticas y financieras competentes tanto a nivel nacional como europeo se enmarca en el mismo contexto sociopolítico y económico.

Además, la prensa española y griega pertenecen al mismo modelo comunicativo, el modelo mediterráneo o “pluralista polarizado” y comparten ciertas similitudes en lo que se refiere a sus sistemas políticos, a su reciente historia y a las relaciones que se configuran en estas sociedades entre los medios de comunicación y el poder político y económico (Hallin y Mancini, 2004).

Los objetivos de esta investigación responden a la necesidad de estudiar el discurso del humorismo gráfico periodístico de forma global, es decir, tanto al nivel formal como a nivel de contenido. A nivel formal, por un lado, es preciso definir sus elementos constituyentes y la función que tienen en el sistema semiótico de este peculiar código óptico-verbal de carácter humorístico; a nivel de contenido, por otro, es preciso analizar la estructura de su significado y la función argumentativa y opinativa que desempeña en su calidad de discurso periodístico.

A partir del anterior análisis, se propone el estudio de la dimensión crítica que posee el humorismo gráfico periodístico en la prensa española y griega contemporánea ante las autoridades políticas y económicas establecidas. Dimensión crítica que se puede

relacionar con la vieja tradición de la sátira política y su principal objetivo: el de atacar al poder. Investigar si el humorismo gráfico periodístico en la prensa española y griega cumple con esta condición es el objetivo final de esta investigación.

1.3. ESTRUCTURA DE LA TESIS

Este trabajo se estructura en seis capítulos. El primero lo constituye esta presentación mientras que en el resto de capítulos encontramos lo siguiente:

El segundo capítulo, es una aproximación teórica al estudio del humor político, que incluye la definición del concepto del humor y la exposición de las principales teorías explicativas del mismo. A continuación, realizamos un recorrido histórico del humor político desde sus orígenes en la comedia griega hasta las primeras manifestaciones de la prensa satírica en las sociedades burguesas. El humor gráfico político y su configuración en la prensa satírica española y griega merece especial atención puesto que es el antecedente histórico del humorismo gráfico que se produce en la actualidad.

El estado de la cuestión en cuanto a los antecedentes académicos del estudio del humor político en general y del humor gráfico en particular es el siguiente tema que nos ocupa en este capítulo, que concluye con un análisis detallado de las cualidades y características del humorismo gráfico como género discursivo.

El tercer capítulo se ocupa del papel de los medios de comunicación en la esfera pública actual, contextualizando el humor político dentro del debate político que tiene lugar en los medios de comunicación. El análisis del concepto habermasiano de la esfera pública, las críticas que ha recibido y la necesidad de actualizarlo y adecuarlo a la nueva era mediática digital son los puntos que ocupan la atención de la investigadora. Este análisis conduce a una aproximación crítica de la dimensión estructural y representativa de la esfera pública contemporánea y concluye con la presentación de corrientes regeneradoras del discurso periodístico que reivindican nuevas formas de financiación, organización y función social para los medios de comunicación.

La segunda parte de este capítulo está dedicada al papel del humor político en el debate público. En este marco estudiamos el humor político como discurso crítico y su presencia en los medios de comunicación. Finalmente, desarrollamos los términos del debate sobre la función social del humor político y analizamos las dos principales perspectivas teóricas al respecto: la que considera que el humor político funciona como control social y la que considera que funciona como resistencia social, es decir, como práctica social emancipatoria.

El capítulo cuarto está dedicado a las cuestiones metodológicas de la investigación. En primer lugar, se establecen los principales objetivos y la hipótesis de investigación y en segundo, se presenta y justifica la metodología y las herramientas metodológicas escogidas. Por último, se presenta el universo y se define la muestra que constituye el corpus de esta investigación.

En el capítulo quinto se presentan los resultados de la investigación divididos en tres bloques. En el primero, se presentan los datos relacionados con las características formales del humorismo gráfico de la muestra y los datos relacionados con las estrategias narrativas y humorísticas explotadas en su discurso.

El segundo bloque, se centra en el análisis del contenido político-ideológico de las

unidades del humorismo gráfico de la muestra, una vez establecida su referencialidad contextual e histórica. En el tercer bloque, se proporciona un análisis de la estructura conceptual de los relatos ideológicos de la muestra, la articulación de los principales discursos ideológicos en la prensa española y griega estudiada, la relación de los textos del humorismo gráfico con su contexto mediático y, finalmente, la función discursiva que desempeñan todas y cada una de las unidades del humorismo gráfico en la prensa escogida.

En el sexto y último capítulo de esta tesis se presentan las conclusiones.

2. APROXIMACIÓN TEÓRICA AL ESTUDIO DEL HUMOR POLÍTICO

2.1. EL HUMOR COMO OBJETO DE ESTUDIO

2.1.1. Definición y teorías del humor

La definición del humor, según comprueba quien recurre a la bibliografía relativa al mismo, ha sido siempre una tarea ambigua y compleja. Tanto desde el punto de vista de la filosofía, la psicología, la lingüística, como la comunicación, los estudiosos coinciden en la dificultad de identificar las características propias de ese fenómeno humano sin caer en la ambigüedad o la definición circular, es decir, sin caer en el error de definir utilizando lo definido.

Las diferentes aproximaciones dependen de épocas, corrientes teóricas y autores y no faltan quienes declaran abiertamente, caso del teórico italiano Benedetto Croce (citado en Pirandello, 2002), que es mejor ahorrarse el esfuerzo dado que un fenómeno tan complejo (cognitivo, mental, físico, psíquico y, por supuesto, social) es por naturaleza escurridizo y de difícil, si no imposible definición.

En el presente trabajo no se pretende exponer y analizar exhaustivamente la problemática que subyace a la definición del humor, sino presentar una panorámica del humor como objeto de estudio y detenerse en las aportaciones más relevantes a fin de llegar a una definición que sea concisa y válida para nuestros propósitos.

Para eso es preciso, en primer lugar, atender a las teorías básicas sobre el humor y, en segundo, definir el humor en relación con conceptos afines como la ironía y la sátira.

2.1.1.1. Teorías del humor

Según la bibliografía sobre el tema, las diferentes definiciones del humor han ido insertándose en tres teorías básicas según la clave explicativa que se haya elegido en cada caso ante este fenómeno: la Teoría de la Superioridad, la Teoría de la Descarga y la Teoría de la Incongruencia.

El primero en proponer esa división fue John Morreall (1983) y Simon Critchley (2002) celebra su decisión como acertada, algo que se comprueba, además, por la innumerable serie de estudiosos que la han adoptado. (Tsakona, 2004; Attardo, 1994; Sosa,

2007; Llera, 2003a; entre otros).

Sin embargo, Morreall presenta las tres teorías refiriéndose a la risa mientras que el resto de estudiosos hacen referencia a las tres teorías básicas del humor que es el término más aceptado en la actualidad. Lo que ocurre es que la risa y el humor son fenómenos tan estrechamente interrelacionados que, a veces, pueden funcionar como semánticamente equivalentes.

A fin de resolver esta imprecisión y aclarar los conceptos, remitimos a Villy Tsakona (2004) y a su definición de la risa como “principal efecto del humor” (Tsakona, 2004:22). No obstante, esta aclaración no siempre se toma en consideración como comprobaremos en la breve exposición de las tres teorías básicas que presentamos a continuación.

• Teoría de la Superioridad

La risa como característica distintiva del ser humano es algo que se ha observado repetidamente desde la antigüedad, teniendo como principal referencia la conocida definición de Aristóteles en la Poética según la cual la risa es una característica exclusiva del ser humano, pues éste es el único ser vivo que ríe. Son, en efecto, los filósofos griegos los primeros en intentar definir la risa.

La risa, cuando ocupa el interés de los diálogos platónicos, es vista como la expresión de un sentimiento de superioridad ante otros humanos o circunstancias que consideramos inferiores. En el diálogo crítico Filebo, Platón comenta la satisfacción maliciosa que sentimos ante los padecimientos ajenos, iniciando así la línea de la Teoría de la Superioridad.

El humor, y su principal signo corporal, la risa, provienen, para esta perspectiva, de las desventuras o los desaciertos de otras personas, y de ahí que impliquen un carácter de competencia, de antagonismo entre las personas y los rasgos de su identidad personal y social.

Sin embargo, como indica John Lippett (1995), es Thomas Hobbes, el filósofo inglés, el que analiza en detalle ese mecanismo de “superioridad” en su obra *Leviathan*. En esta obra Hobbes llega a la conclusión de que la risa no es más que un sentimiento de “triumfo repentino”, (*sudden glory*), según sus palabras, (Lippett,1995:55), que surge al hacer una comparación con un elemento que pone en evidencia nuestra supremacía ante un acto inferior de los demás o propio acontecido en el pasado.

Henri Bergson (1986) en su ensayo sobre la risa considera además a este mecanismo como una fuerza de corrección social, un modo de castigo social ante los actos imprudentes de sus miembros. Sosa (2007) considera a Bergson como uno de los principales exponentes de la teoría de la superioridad y destaca el carácter autoritario y agresivo en su interpretación de la risa y el humor.

La teoría de la superioridad es hoy considerada una propuesta anacrónica, lo que ha llevado a algunos autores a intentar reformularla. Es el caso de Charles Gruner (1997) que opina que cada situación humorística implica los roles de vencedor y vencido, aunque también resalta el elemento de la sorpresa que, como veremos, es una de las claves de la Teoría de la Incongruencia.

• Teoría de la Descarga

La Teoría de la Descarga se basa, sobre todo, en el trabajo de Sigmund Freud (1991) sobre el chiste y su relación con el subconsciente e indaga la relación del humor y la comicidad con el estado psíquico de las personas. De ahí la etiqueta de teoría psicológica o psicoanalítica que se le adscribe a esa corriente.

El argumento central de la teoría es que el humor sirve para descargar la tensión que crean en el sujeto humano las inhibiciones y restricciones sociales. Los mecanismos humorísticos le permiten tratar temas tabúes como el sexo y la muerte de un modo socialmente aceptado. Esa salida indirecta de la tensión espiritual y psicológica que provocan ciertos estímulos sociales en el individuo le proporciona placer y alivia su estado anímico.

En su libro *Laughter and Ridicule: toward a social critique of humor*, Miguel Billig (2005) estudia en profundidad la teoría de Freud sobre el humor y realiza su propia elaboración de los conceptos freudianos que son analizados en su dimensión social, como el título indica. Nos vamos a detener en un aspecto específico de este trabajo por considerarlo relevante en el proceso de definir y demarcar el concepto del humor político.

Freud en su teoría sobre el humor distingue entre dos tipos de chistes (*jokes*): los chistes inocentes que no tienen objetivo y apuntan sólo a la obtención del placer, y los chistes tendenciosos que pueden ser hostiles u obscenos o las dos cosas y nos permiten expresar pensamientos que serían censurados si no incorporaran el marcador de “no serio” o “humorístico”.

Cuando no podemos atacar a nuestro “enemigo” directamente podemos hacerlo a través del humor puesto que ridiculizándolo logramos superarlo de modo indirecto. Y ese hecho explica por qué los chistes abundan donde rigen las prohibiciones sociales.

Pues bien, Billig en base al concepto freudiano del humor tendencioso, elabora su propia propuesta y distingue entre dos tipos de humor: *el humor disciplinario* que mofa a quien rompe las normas sociales y de esa manera fortalece y reproduce estas normas y *el humor rebelde* que se mofa de las normas sociales y de este modo las desafía y se rebela ante ellas. Billig utiliza como ejemplo del humor rebelde a la caricatura política de la prensa satírica de los orígenes de la República Británica. Según esta perspectiva, el humor descarga el descontento político de las clases oprimidas y se utiliza como un ataque indirecto hacia los opresores.

En el marco de la teoría de la descarga se incluyen también enfoques, como el de Rod Martin et al. (1993), que estudian los efectos positivos del humor en la psicología del individuo a la hora de reducir el estrés o el interesante estudio de Ofra Nero (1993) sobre la relación entre el humor y la tolerancia al dolor físico refiriéndose, sobre todo, a las personas capaces de producir el humor.

• Teoría de la Incongruencia

Si en las anteriores teorías el énfasis se da en el aspecto de las relaciones sociales (superioridad) y de la psicología del individuo (descarga), en el caso de la teoría de la incongruencia el acento cae en el aspecto cognitivo del fenómeno humorístico.

Según Salvatore Attardo (1994), en la Teoría de la Incongruencia se busca definir la esencia del humor y establecer las condiciones que permiten su aparición. Avro Kirkmann (2007), por su parte, destaca que la Teoría de la Incongruencia posee un mayor poder explicativo que las anteriores y de ahí que haya tenido mayor repercusión y transcendencia. De hecho, es la más extendida, y a la vez, la más desarrollada en la actualidad.

Según ese enfoque, el humor relaciona dos ideas, conceptos o situaciones dispares entre sí, y lo hace de una manera sorprendente que rompe las expectativas del oyente. Así, el humor resulta de la incongruencia entre lo que se espera y lo que finalmente ocurre en un texto oral, visual o escrito o en una situación vivida.

Immanuel Kant es considerado el fundador de esta corriente al observar en la *Crítica del Juicio* que: “Laughter is an affection arising from the sudden transformation of a strained expectation into nothing», (en Martin, 1998:25) apuntando justamente a este cambio repentino de expectativas y definiendo así la función cognitiva del humor y su principal efecto: la risa.

Sin embargo, es otro filósofo alemán, Arthur Schopenhauer, quien aporta el concepto de la incongruencia como clave explicativa del humor cuando afirma que:

« (...) the cause of laughter in every case is simply the sudden perception of the incongruity between a concept and the real objects which have been thought through it in some relation, and laughter itself is just the expression of this incongruity” (en Martin,1998:25).

Romper las expectativas del oyente y sorprenderlo puede, sin embargo, tener también efectos negativos, como la ira, el enfado, o el asombro ante la incapacidad de procesar cognitivamente la información recibida, así que no es válida una ecuación simple del tipo incongruencia igual a humor, como Morreall (1987) indica en su ensayo *The Philosophy of Laughter and Humour*.

Este aspecto es relevante para una aproximación cognitiva al humor porque señala la importancia de la disposición mental de las personas a disfrutar o no de la incongruencia y, según circunstancias individuales o sociales, optar por interpretar en clave de humor un texto o una situación vivida. Podemos llegar así a la conclusión de que el humor es, ante todo, una postura tomada ante la realidad, una especial visión del mundo que consiste en la negación de tomar en serio las cosas serias, según anota Willibald Ruch (2002).

Henri Bergson (1986), entre otros estudiosos, ha indicado que condición *sine qua non* de la interpretación humorística es la distancia que pueda mantener el sujeto ante lo ocurrido (visto, oído o leído podríamos añadir), puesto que difícilmente interpretamos en clave de humor asuntos críticos para nuestra condición física, psicológica o social.

Tendremos ocasión más adelante de estudiar en detalle este aspecto en relación con el humor político. Aquí, no obstante, nos interesa destacar que nuestra aproximación al humor se encuadra en la Teoría de la Incongruencia y, en concreto, en el avance que ha supuesto para la misma el enfoque cognitivo y lingüístico de Viktor Raskin y, sobre todo, de su sucesor Salvatore Attardo.

Raskin y Attardo han desarrollado un modelo metodológico completo para el

análisis de textos humorísticos. Este modelo es introducido por Raskin (1985) en su Teoría Semántica del Humor Verbal (TSHV), en la que explica el mecanismo cognitivo del humor en base a la oposición de esquemas (*script opposition*) que constituye la estructura semántica de los textos humorísticos.

Según esta aproximación el receptor interpreta el mensaje humorístico recurriendo a un esquema cognitivo que finalmente es subvertido inesperadamente por otro, que resulta ser el válido.

Su discípulo, Salvatore Attardo, crea la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) a fin de completar la primera teoría y poder abordar textos más amplios y más complejos de los textos de un solo chiste (*single-joke-carrying-texts*) (Raskin 1985), que eran el objeto de estudio hasta aquel momento.

Según la TGHV de Attardo (2001) hay seis factores cognitivos que se deben tener en cuenta a la hora de analizar un texto humorístico: la oposición de esquemas, el objetivo del humor, el mecanismo lógico, la situación, la estrategia narrativa y la lengua¹. El modelo de Attardo es, a su vez, continuado por estudiosos de diferentes campos que aplican su método de análisis a los cuentos cortos, a las series televisivas y, lo que a nosotros nos interesa, a los textos de humor político tanto gráfico como verbal.

2.1.1.2. Humor y conceptos afines

La dificultad para definir el humor se pone de manifiesto al intentar distinguirlo de conceptos afines como la ironía, la comicidad, la sátira, la parodia, etc., puesto que comparten ciertos rasgos semánticos y tienen en común un importante efecto comunicativo: la risa

Willibald Ruch (2002) ha realizado una extensa investigación semántica del término humor en distintas lenguas europeas y distintas épocas históricas. Además, este autor ha intentado encontrar una solución que permita superar a los problemas de la polisemia de este vocablo, puesto que considera que esta cuestión no es solamente terminológica sino un asunto sustancial para poder avanzar en el estudio del humor.

La conclusión a la que llega Ruch es que el término humor es un concepto general (*umbrella term*), que hace referencia a todos los fenómenos relacionados con la hilaridad y también a la capacidad humana de interpretar y crear modos de comunicación que no sean ni serios ni convencionales.

Ruch explica que actualmente y a nivel internacional la tendencia que prevalece es considerar el humor como un término general en el que se incluyen todos los conceptos afines, caso de la ironía, lo cómico, la sátira, el chiste, la parodia, etc.

En este trabajo hemos adoptado la definición de Ruch por considerarla válida y útil para la presente investigación ya que consigue ordenar prioridades y esclarecer el paisaje confuso que presenta la bibliografía relacionada con el tema. Utilizaremos pues, a partir de aquí, el término humor bajo esta acepción terminológica. Sin embar-

¹En el caso de la lengua Attardo ha elaborado diferentes categorías de mecanismos verbales del humor como el juego de palabras, los neologismos, la mezcla de diferentes registros, etc., realmente útiles a la hora de analizar esos textos.

go, vale la pena detenernos, antes de proseguir, en los conceptos de la ironía y la sátira por ser atributos muy frecuentes del humor político y porque una explicación más detallada parece ser importante para este estudio.

• Ironía

La ironía está considerada desde la Antigüedad clásica como una figura retórica basada en la contradicción entre lo que el hablante expresa y el sentido que le asigna, es decir, cuando el hablante dice lo contrario de lo que quiere decir.

En su primera definición clásica la ironía está relacionada con el disimulo, la interrogación y el fingir ignorancia al modo socrático, de ahí la apelación de “ironía socrática”.

Sin embargo, en sus definiciones actuales destaca, por una parte, la contradicción entre lo dicho y lo entendido que ya hemos mencionado y, por otra, su carácter ofensivo hacia personas, cosas o situaciones y la actitud crítica del hablante ante éstas. Tsakona (2004), Attardo (2001) y Barbe (1995), en su esfuerzo para aclarar los rasgos que diferencian humor e ironía, consideran que esta última funciona en el discurso como un ataque verbal y le atribuyen un mayor grado de agresividad que el que atribuyen al humor.

En oposición, otros autores sostienen que es erróneo equiparar ironía y ataque verbal puesto que la ironía es un fenómeno multifuncional en la comunicación humana, relacionado con el contexto de comunicación, la intencionalidad del hablante, etc., e incluso puede llegar a funcionar como un recurso de cortesía verbal, como indica María Belén Alvarado Ortega (2005).

En un esfuerzo de síntesis, Linda Hutcheon (1992) aporta una escala de valoración negativa y positiva de la ironía según las diferentes funciones complejas que ésta puede desempeñar en los diferentes contextos comunicativos. A modo de ejemplo, la ironía puede tener bien un carácter exclusivo, al implicar la superioridad del que la usa ante su/s interlocutor/es subvalorado/s, bien un carácter inclusivo, al destacar las ideas y posturas que comparten los hablantes y funcionar como un elemento de cohesión de su identidad colectiva.

Sin embargo, eso no significa que el fenómeno pueda ser estudiado sin tomar en consideración su inherente carácter crítico. María Belén Hernández González (1999) aborda la ironía como uno de los “discursos transgresores” del registro cómico.

Según Hernández González, la ironía tiene dos aspectos: por una parte, es un proceso intelectual analítico a través del cual “(...) se descubren verdades que están ocultas o latentes bajo falsas apariencias” (1999:230) y, por otra, es un proyecto de desmitificación, puesto que la contradicción entre lo que se dice y lo que se piensa intenta desenmascarar una determinada visión del mundo y restar legitimidad a las lógicas que la sustentan.

El carácter crítico de los “discursos transgresores de lo cómico”, en términos de la autora, constituye uno de los principales objetos de este trabajo y no se limita al fenómeno de la ironía, como Hernández González reconoce en su estudio.

Volvemos, pues, a comprobar el grado de complejidad que implica el humor y sus conceptos afines y la necesidad de evitar la ambigüedad que esta compleji-

dad conlleva. Con este objetivo, remitimos al lector al principio de este apartado y a la definición del humor como *umbrella term* para afirmar que la ironía, a pesar de los rasgos diferenciales que pueda tener, no deja de ser una subcategoría de esa etiqueta más general que es el humor.

• La sátira

El término sátira, en primer lugar, hace referencia al género literario de la tradición latina tal y como lo cultivaron autores como Lucilio y Horacio, y que tenía como principal característica la actitud crítica del autor ante personas, y situaciones concretas, y la evidente intencionalidad de ridiculizarlas.

Sin embargo, en la modernidad el término rompe con el referente estrictamente literario para llegar a definir más bien un estilo, un tono jocoso, un espíritu determinado que puede insertarse en diferentes tipos de discursos, como explica Paul Simpson (2003), manteniendo intacta su principal finalidad: ridiculizar al objetivo.

No hay discordia entre los estudiosos del fenómeno ante el devenir histórico del término y su posterior significación, aunque sí aportación de diferentes matices. Así, el citado Simpson comenta que se trata de un género que utiliza la crítica, el humor y la ironía para conseguir sus objetivos, Robert Elliot (1960) le atribuye como principal característica la actitud crítica, el reírse de algo o alguien y Matthew Hodgart (1969) habla de un proceso de ataque a través de la ridiculización, utilizando todo tipo de medios para conseguir unos determinados fines.

Hodgart estudia también las principales temáticas de la sátira, entre las que destacan las relaciones sexuales y, en general humanas y, por supuesto, la política. Este autor analiza también la técnica principal de la sátira que consiste en reducir, infravalorar la dignidad de la víctima, creando un simulacro ridículo, una caricatura de ella, tal y como funciona la caricatura de los políticos en la prensa satírica.

2.2. HUMOR POLÍTICO. BREVE RECORRIDO HISTÓRICO

En este apartado nos centraremos en el tipo de humor que constituye el objetivo central de esta investigación, el humor político. Aunque el objeto de estudio de esta investigación es un género del humor político contemporáneo, el humor gráfico en la prensa griega y española, se considera oportuno, para un acercamiento lo más íntegro posible al fenómeno, hacer un breve recorrido histórico al género del humor político desde la Antigüedad hasta nuestros días.

Sin embargo, en primer lugar hay que determinar qué entendemos por humor político, cómo se define y qué tipo de textos pueden incluirse en este género del discurso humorístico.

En la bibliografía relacionada al humor político no se procede a una definición conceptual del término². De este modo, y a fin de agrupar los principales rasgos semánticos del mismo, proponemos la siguiente definición:

²Tsakona V. y Popa E. (2011:5) define el humor político en relación con sus manifestaciones discursivas o géneros, con sus productores (políticos, periodistas, ciudadanos) y con las

El humor político es una clase de discurso humorístico, escrito, oral, o audiovisual, cuya temática se centra en las personas y las estrategias políticas ejercidas en un contexto histórico-social determinado y cuyo objetivo es hacer una valoración crítica de este acontecer político y dirigirla a los sujetos implicados en el mismo. Este discurso es, además, caracterizado por utilizar un código no serio/no convencional para referirse a asuntos serios.

A fin de determinar qué tipo de textos pueden incluirse en este discurso, recurriremos al ensayo de Yorgos Dertilis (1998) *Sátira, ironía y discurso político* y a la definición que aporta de la literatura política.

Dertilis, preguntándose qué tipo de textos literarios se pueden caracterizar como políticos, destaca la necesidad de ampliar la definición estrecha y restringida del texto político y apunta que: "Político es cualquier texto que se refiere críticamente a las relaciones del poder", (1998:38) explicando que para los textos literarios esta referencia no se limita a las relaciones del poder político sino también a las relaciones de poder de todas las manifestaciones de la vida humana (social, familiar, profesional, etc.).

La definición de Dertilis es, a nuestro parecer, concisa y esencial, y si la adaptamos al campo del humor político nos permite establecer un criterio general pero válido del tipo de textos que podemos incluir dentro de la categoría de humor político. De este modo, consideraremos aquí como texto de humor político a cualquier texto humorístico que se refiere críticamente a las relaciones de poder político de un determinado momento histórico.

A continuación, presentamos un breve recorrido de la historia del humor político desde la comedia en la Antigüedad clásica y hasta el humor gráfico de las primeras manifestaciones de la prensa satírica europea.

2.2.1. La comedia, un producto cultural de la democracia

No fue hasta la segunda mitad del siglo V (486 a.C.) en Atenas cuando la comedia se aceptó oficialmente en las festividades de Dionisia (fiestas dedicadas al dios del vino y del éxtasis en las que nació el teatro), y se empezaron a organizar competiciones (*αγώνες*) entre los diferentes autores del género, que ya contaba con amplia aceptación popular.

La etimología misma de la palabra comedia da testimonio de su origen festivo y del ambiente de libertad de expresión en el que nace y evoluciona: *κῶμος*, fiesta o marcha festiva y *ωδή*, canto, y de ahí *κωμωδία*, es decir, canto de una marcha festiva o comedia.

La principal característica de la comedia en su origen es la expresión sexual no censurada, la burla sin límites y el libertinaje, aunque tan pronto como el género se formaliza y se establecen sus convenciones se convierte en uno de los foros de crítica social y política más pujantes de la Grecia clásica. Según Alexis Solomos (2009), dos son los lugares donde se articula el discurso público en Atenas: en la asamblea de los ciudadanos atenienses (*Ecclesia de Demos*), donde se discutían los asuntos públicos y se tomaban decisiones, y en el teatro.

funciones que cumple en la comunicación, sin embargo no encontramos una definición del contenido del concepto a través de sus características esenciales. Del mismo modo operan, Schultz Charles (1977), Powell, C. y Paton, G (1988) y otros.

Aristófanes (Atenas, 444 a.C.-385 a.C.), el único representante de la comedia antigua cuya obra ha sobrevivido, si bien sólo parcialmente, nos muestra la importancia crucial de la temática política en este género. En efecto, la burla, la ridiculización y la sátira de las personalidades de la vida pública y política de Atenas a las que Aristófanes se quiere oponer ocupa buena parte de la temática de sus comedias, como puede verse en el ataque que profesa a Sócrates en su obra *Las Nubes*, entre otros muchos ejemplos.

Es preciso destacar que ese ataque feroz personalizado es posible gracias a la licencia de la que gozaban los cómicos en ese periodo, el *ὄνομαστί κωμωιδεῖν*, es decir, la posibilidad de ridiculizar abiertamente a una personalidad política con nombre y apellido (Stephen Halliwell, 1991).

Otro ejemplo representativo es el ataque a Cleón (422 a.C.), el político ateniense durante la guerra de Peloponeso, que es uno de los protagonistas de la comedia *Los caballeros* de Aristófanes escrita en 424 a.C. En esta obra el político ateniense es abiertamente criticado por su demagogia y por poner el interés propio por encima del interés del pueblo ateniense.

Y es que en la comedia clásica, como Solomos y Halliwell destacan, es intolerable que el objetivo del poeta sea el Demos, es decir, el pueblo; en cambio, las flechas críticas de los autores cómicos deben ser dirigidas a los ricos, los poderosos, y sin lugar a dudas, a los políticos.

La libertad de expresión es un atributo que define la democracia desde sus orígenes. La Atenas del siglo V a.C. se jacta de la libertad de expresión de la que gozan los ciudadanos. Y la comedia, el género que da vida al humor político de la época, depende de y da expresión a ese ambiente democrático de la cultura ateniense.

Lo importante para nosotros es que el humor político respira, por primera vez, en los orígenes de la democracia y en este contexto de libertad de opinión y expresión adquiere sus características definitorias que, a lo largo de los diferentes periodos históricos, han evolucionado hasta hoy.

2.2.2. Comedia y sátira latina

La Comedia Griega se divide en tres etapas: la Comedia Antigua, que está representada, sobre todo, por la obra de Aristófanes; la Comedia Media, de la que apenas quedan datos, y la Comedia Nueva, cuyo máximo exponente es Menandro (Atenas, 342 a.C.-292 a.C.).

En la Comedia Nueva, dadas las nuevas condiciones económicas, sociales y políticas ha desaparecido la temática política y la crítica a las personalidades de la vida pública. Es una comedia urbana, de tema familiar, una comedia de enredo, que satiriza personajes característicos de la época por su comportamiento y carácter. El humor también forma parte de esta comedia pero no se trata de humor político.

La tradición de la Comedia Nueva será continuada en Roma donde se adaptarán las obras griegas a los escenarios romanos sin incluir tampoco el elemento de la crítica a la vida política.

Fritz Graf considera que la ausencia de crítica política en la comedia romana no se puede explicar únicamente por la tradición de comedia griega que imitan los romanos.

Graf destaca que "(...) la escena política romana era lo suficientemente emocionante y ambivalente" (1999:56) para dar pie a ese tipo de comentarios y de crítica, sin embargo no existía la libertad de expresión para que esto ocurriera.

En efecto, el derecho a referirse libremente a personalidades de la vida pública de la Atenas del siglo V no tiene su correspondencia en Roma, donde se prohíbe por ley la referencia directa a personalidades de la vida política y pública y, en caso de infringirla, se impone la pena de cárcel. Plauto, el principal representante de la comedia romana, consciente de esa realidad evita toda referencia a hechos y personas de la actualidad política de su época.

Otro género latino en el que el humor es rasgo constitutivo es la sátira, que se caracteriza tanto por su forma métrica como por su intención moralizadora. Carmen Castillo García define la sátira latina como un género "(...) agresivo que fustiga los vicios de la humanidad" (1971:149) y que según el autor que lo explota se detiene en uno u otro aspecto de la vida: actitudes, costumbres o reacciones que llaman la atención del poeta y provocan su indignación.

La sátira, comenta García Castillo "(...) es una protesta que intenta corregir defectos humanos como la avaricia, la ambición, la lujuria y la superstición" (1971:150). Otros autores como Clarence Mendell (1920) consideran la sátira como una representación popular de la filosofía y relacionan su carácter didáctico con la corriente filosófica de los Estoicos tan pujante en la era romana.

En todo caso, es necesario distinguir entre la sátira latina, éste género poético regido por ciertas convenciones métricas y temáticas, y la acepción actual de término sátira que Mathew Hodgart define como "(...) el proceso de atacar mediante el ridículo dentro de cualquier medio de expresión, y no solamente en la literatura" (1969:7). Y es en esta acepción de la sátira donde tiene cabida la temática política.

2.2.3. La risa popular en la edad media y el renacimiento

Durante la Edad Media y el Renacimiento no hay constancia de ningún género discursivo que incluya la temática política en clave humorística u otro aspecto de crítica política al poder del clero y la nobleza, los pilares constitutivos del sistema feudal.

Sin embargo, la cultura popular de esa época en su vertiente carnavalesca y burlona ante el poder ha sido y es un habitual objeto de estudio con motivo de la aportación de uno de los semiólogos y teóricos de la literatura y la cultura más importantes del siglo XX, Mijail Bajtín.

Bajtín en su obra *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: El contexto de Francois Rabelais* (1998) se acerca a los textos de este humanista francés, que considera como marginal y no debidamente estudiado en la historia de la literatura, con el objetivo de plantear los problemas de la cultura cómica popular de la Edad Media y el Renacimiento, discernir sus dimensiones y definir sus rasgos originales.

Lo cómico, la risa y la cultura del carnaval es para Bajtín un patrimonio del pueblo que se contrapone a la cultura oficial regida por las jerarquías sociales y portadora de una verdad universal e inamovible. Ante ese status monológico del poder, el pueblo con sus fiestas populares, cuya quintaesencia son los ritos carnavalescos, crea un espacio de liberación transitoria que rompe las barreras sociales, un espacio jocoso, polifónico, donde no hay verdades únicas y donde los signos pueden verse invertidos.

Es el tópico medieval del “mundo al revés”, en el que el bufón se corona rey y el loco es el más sabio.

Bajtín, desde la perspectiva de la crítica literaria marxista, ve la risa y lo cómico como elementos propios del pueblo en oposición a la seriedad del poder político y eclesiástico. Es más, ve en la risa y lo cómico la capacidad de la cultura popular de ofrecer una cosmovisión alternativa a la visión impuesta por los mandatarios. Es la cultura no oficial del pueblo que existe en paralelo a la cultura oficial del clero y la nobleza. El objetivo último del teórico ruso es investigar cómo esa cultura popular, no oficial, impregna y configura los géneros literarios de la época y, en concreto, los textos de Francois Rabelais.

Lo que aquí nos interesa de la aproximación de Bajtín es destacar la función que aporta a la risa y la parodia, los dos elementos fundamentales de los ritos carnavalescos, y comprobar si pueden ser considerados como manifestaciones de un discurso humorístico crítico ante las autoridades políticas de la época.

Pablo Nocera, siguiendo el hilo del pensamiento bajtiniano, comenta que la risa popular, como núcleo de lo que el autor denomina “la ideología carnavalesca”, “(...) permite desacralizar los resortes del poder a través de su función catártica y degradante” (2009:22). La risa, con su carácter burlón y sarcástico, “(...) debilita el miedo a la muerte y a la seriedad del poder” (2009:22) y constituye un arma en manos del pueblo, un arma que deconstruye la cultura y la ideología oficial.

Este carácter crítico al poder es también un rasgo constitutivo de la parodia. Simon Dentith, en su estudio sobre la parodia, opina que esa práctica discursiva se basa en “(...) la imitación y la transformación de un discurso ajeno” (2000:16), siendo la intertextualidad el fondo cognitivo que permite su existencia y funcionamiento. Reproducir un discurso ajeno, con intención cómica y manteniendo una evidente distancia de la producción original, permite cargar el discurso con un nuevo significado.

De ese modo, los actos carnavalescos que tienen lugar en la plaza pública, caso de las parodias del culto religioso, reproducen en clave cómica el discurso oficial de la Iglesia, desacralizándolo. En palabras de Nocera: “(...) la parodia de lo sacro, lo político, genera una distancia que potencia la crítica por medio de una operación de transcodificación” (2009:23).

Ahora bien, esta interpretación del carnaval popular como un discurso subversivo y crítico al poder, como el humor político de la época, no es unívoca y, como ya hemos mencionado, ha generado controversia entre los estudiosos.

Bajtín mismo, aunque califica ese discurso de subversivo, lo diferencia claramente de la sátira política moderna que denomina “negativa” y aclara que la risa provocada por los actos carnavalescos incluye a todos, es decir, también a los sujetos que los protagonizan. La risa carnavalesca para Bajtín es una risa universal, el pueblo se ríe de la cultura oficial pero también se ríe de sí mismo, así que no hay un objetivo ideológico determinado y consciente, es una risa purificadora.

Un paso más en la concepción del carnaval como un acto socialmente subversivo y contestatario lo da el Movimiento Situacionista, que le concede un carácter expresamente revolucionario. Ese movimiento artístico-intelectual de la década de 1960 del siglo XX, basado, sobre todo, en el marxismo y en el surrealismo, que tanta incidencia tuvo en la sublevación estudiantil del Mayo del 1968 parisiense, concibe el carnaval como un acto que invierte la jerarquía social, que reivindica la alegría y el deseo como

fuerzas libertarias ante la autoridad mercantilista y mezquina del capitalismo. El acto carnavalesco o festivo, como se le llama, es un acto a través del cual se busca un cambio radical de la vida personal y colectiva, aquí y ahora.

Gavin Grindon (2004) traza el hilo que une y diferencia el pensamiento de Bajtín y de dos importantes pensadores del movimiento situacionista, Hakim Bey y Raoul Vaneigem, sobre el carnaval, y analiza la evolución y la transformación de las ideas del filósofo ruso en ellos. En este marco apunta que Bey se detiene en la inversión carnavalesca de los valores culturales dominantes y la ruptura de la división entre el arte y la vida que impone a los individuos la sociedad capitalista, mientras que Vaneigem ve en el carnaval la recuperación de la alegría como *modus vivendi* y un acto de liberación inmediata de las restricciones sociales.

Grindon estudia, además, la incidencia de las ideas situacionistas sobre el carnaval en movimientos sociales mucho más recientes como las marchas multicolores y festivas antiglobalización de la década de 1990 en Genova, Praga, y otras ciudades. Del mismo modo, podríamos ver ejemplos de “actos carnavalescos” en las protestas ciudadanas de estos últimos años contra los recortes y la política de austeridad impuesta por las autoridades de la UE en España, en Grecia y en otros países europeos.

En los antípodas de esta concepción de los actos carnavalescos como críticos y ofensivos al poder encontramos el escepticismo ante la efectividad de tales actos y su funcionamiento de descarga psicológica momentánea del pueblo reprimido. Para esta visión, el resultado final sería en realidad afianzar las relaciones de poder.

Es el modelo de la “válvula de escape” como lo describe, Chris Humphrey acudiendo a las palabras de Terry Eaglton a fin de resumirlo breve y eficazmente:

“Carnival, after all, is a licensed affair in every sense, a permissible rupture of hegemony, a contained popular blow-off as disturbing and relatively ineffectual as a revolutionary work of art” (2000:170).

Humphrey opina que ni el modelo explicativo de la “válvula de escape” ni tampoco el del desafío ante el poder consiguen analizar las complejas relaciones entre la cultura popular carnavalesca y la reproducción de las relaciones sociales a través de ella. Y esto es así porque ninguno de los dos modelos aborda las múltiples funciones que desempeñan los actos populares, pues, para conseguir este fin haría falta un análisis estrictamente histórico que tomaría en consideración los factores socioeconómicos que determinan la creación de estos actos populares.

Para definir la dinámica social de una práctica popular como el carnaval, prosigue Humphrey, hace falta situarla en un su contexto social e histórico, de lo contrario caemos en la abstracción y el simplismo. La conclusión a la que llega este autor es útil para las cuestiones que abordaremos en este trabajo, por lo que volveremos a ella posteriormente. Y es que el carácter subversivo de los actos festivos o humorísticos es el punto de partida del análisis de tales discursos, no el punto final.

2.2.4. Humor político en la sociedad burguesa. La prensa satírica

El proceso del auge de la clase burguesa al poder económico en Europa y la abolición del Antiguo Régimen que soportaba la estructura feudal de la sociedad, supusieron una convulsión titánica que transformó completamente la vida y la sociedad del viejo continente dando nueva forma y contenido a la expresión del humor político.

Las revoluciones político-sociales de Inglaterra y Francia donde la burguesía emergente buscó un nuevo lugar en la sociedad y los avances tecnológicos en el sector de la imprenta pero también en otras formas de reproducción como el grabado y la xilografía, dieron a luz los primeros periódicos y permitieron la circulación de panfletos e ilustraciones caricaturescas. Una nueva necesidad de expresión y comunicación había encontrado su medio idóneo.

El primer periódico del mundo de circulación diaria es, según Luis Conde Martín (2005), el *Daily Courant* aparecido en Londres en 1702 mientras que en 1732 circula la primera serie de grabados de caricaturas satírico-moralistas de William Hogarth con evidente intención crítica hacia la sociedad inglesa de la época. Los imitadores de estas iniciativas surgen de inmediato y, evidentemente, no se limitan a las fronteras de esta nación.

Conde Martín menciona también los grabados satíricos de Goya como un ejemplo en el que el humor y el grafismo se dan la mano y los considera un antecedente de la caricatura. Las colecciones de *Los Caprichos* de 1799, *Los Desastres de la Guerra* entre 1810 y 1813 y *Los Disparates* de 1818 son para Martín un ejemplo de "(...) chistes editoriales y de opinión antes de que existieran" (2005:118). Otros autores como Dan Becker (1996) consideran que la caricatura se origina en las exploraciones artísticas de Leonardo da Vinci sobre la deformidad y lo grotesco en contraposición con la belleza ideal. Becker anota, además, como primer ejemplo de caricatura política los panfletos que hizo circular Lutero durante la Reforma a fin de satirizar la conducta de la Iglesia Católica.

Sin embargo, es París tras la Revolución Francesa el escenario en el que comienza y evoluciona el humor político como comentario crítico al poder político dentro del marco de la actividad periodística. La figura emblemática de Charles Philipon, uno de los primeros caricaturistas políticos profesionales y la fundación del periódico satírico semanal *La Caricature* en 1830 son referidos como los hitos que marcaron la trayectoria del humor gráfico en la prensa, entre otros, por Natalia Meléndez Malavé (2008) y Robert Justin Goldstein (1989a.).

Charles Philipon, litógrafo y caricaturista en otros impresos, empezó su actividad como editor con el periódico *La Silhouette*, uno de los primeros periódicos en Francia con ilustraciones y pronto sufrió los estragos de la censura al tener que suprimir caricaturas que satirizaban personajes políticos. Acto seguido, creó *La Caricature* y *Le Charivari*, alrededor de los cuales se reunió un grupo pujante de los mejores humoristas gráficos de la época, entre ellos, Honoré Daumier.

Philipon dibujó para *La Caricature* una caricatura satírica contra el rey Luis Felipe por la que tuvo que ser encarcelado. Daumier corrió igual suerte justamente con una caricatura con el mismo objetivo, el rey Luis Felipe. Y no fueron casos atípicos. Desde sus orígenes el humor político en la prensa está en estrecha relación con la cuestión de la libertad de expresión y de su falta, es decir, la censura o incluso la represión definitiva de la actividad periodística.

Goldstein (1989a) en su estudio sobre la censura de la caricatura política en Francia entre 1815 y 1914 explica como el humor gráfico era más temido por las autoridades que las palabras al ser considerado una amenaza para el orden público. Los panfletos y las hojas volantes con caricaturas políticas circulaban en las calles en precios asequibles para las clases populares iletradas y el mensaje pictórico llegaba de inmediato a ellas sin que su baja o nula educación pudiera obstaculizarlo. Un público de "masas" peligrosas para las autoridades podría ser partícipe de un intento evidente de desvalo-

rización y crítica del poder político, pues, “(...) era iletrado pero no ciego” (1989b:10).

La censura, en menor o mayor grado, siguió presente durante toda esta época (1815-1914) y, según Goldstein, afectó también al contenido de la caricatura política. *Le Charivari*, publicado entre 1832 y 1937, tuvo que atenuar el carácter político del humor gráfico (tras varias persecuciones se prohibieron las caricaturas dirigidas a los ministros del gobierno y al rey) y presentó un nuevo tipo de caricaturas, las caricaturas sociales, que criticaban conceptos más generales como la hipocresía social, la corrupción, etc., sin referencias directas al poder político. Honoré Daumier es considerado un maestro de la caricatura social puesto que con sus dibujos artísticos satirizaba al arquetipo del burgués de la época.

En Londres en 1841 se funda el periódico satírico *Punch or The London Charivari*, en clara alusión al periódico francés que pronto se hizo un punto de referencia obligatoria para la prensa satírica europea. *Punch*, que es el periódico satírico inglés más longevo (dejó de publicarse en 1996), tuvo colaboradores célebres tanto en el humor gráfico, caso de Richard Doyle, como en la literatura, caso de Charles Dickens, y gozó de alta popularidad.

David Kunzle (1983) apunta que *Punch*, que publicaba caricaturas políticas de corte radical durante la década de 1840, empezó tras 1948 a eliminar paulatinamente su sátira política más aguda hasta llegar a obtener un perfil conservador y dirigirse al público de clases medias y altas. Es preciso anotar que para este investigador la fundación de *Punch* coincide con el fin de la “Edad de Oro” de la caricatura política inglesa puesto que ésta pierde su carácter combativo y de reivindicación de los derechos de las clases bajas y “(...) se domestica en tono, forma y contenido” (1983:339).

La caricatura política empieza a circular en las calles de Londres y París en hojas volantes y muy baratas siendo un arma de “los de abajo”, observa Kunzle, para llegar a oficializarse en la prensa satírica de sonrisa compasiva ante lo mal hecho y en las ilustraciones de los periódicos de noticias.

2.2.4.1. Humor gráfico y primeras manifestaciones de la prensa satírica en España

Conde Martín (2005) señala el inicio de la prensa satírica en España en el siglo XVIII con la publicación de las “gacetas burlescas”, primeras muestras de las cuales aparecen en 1726.

Una de las más representativas es el *Duende Crítico de Madrid* publicado en 1735 cuyo autor era el fraile Manuel Freyre Da Silva que, a fin de lanzar sus ataques críticos a la reina y al ministro José Patiño, escondía su verdadera identidad hasta ser capturado y condenado a prisión. La publicación de Da Silva carecía de humor gráfico y se apegaba a la tradición barroca del libelo anónimo escrito en verso que como apunta José Antonio Llera Ruiz “(...) no expira con la llegada del periodismo regular” (2003b:204).

Otra muestra de publicaciones en las que la sátira servía para criticar los políticos surge en España tras la Constitución de Cádiz en 1812 con títulos tan representativos como *El Robespierre español*³ o *la Abeja Española*. Aunque la actualidad política del

³Números de la publicación *El Robespierre Español* se pueden visualizar en la página digital de la Biblioteca de Galicia: www.galiciana.bibliotecadegalicia.xunta.es

momento no deja de ser la principal preocupación de los autores, su escritura se apega más a la literatura que al periodismo satírico y, el humor gráfico es inexistente.

Sería tras la aparición de *La Caricature* y *Punch*, que ya hemos mencionado, cuando podríamos hablar realmente de periodismo humorístico-satírico y de la caricatura política como una herramienta poderosa para la crítica social. Y estas publicaciones marcan también en España el avance del humor gráfico y de la prensa satírica. Conde Martín indica que los españoles relacionados con el oficio que entraron en contacto con estas publicaciones en el extranjero, al volver a la patria, se propusieron a hacer esfuerzos similares.

Entre ellos, destaca la publicación *Gil Blas* fundada en 1864 en Madrid por Luis Rivera. *Gil Blas* se autodefine como “periódico político satírico” y, según Llera Ruiz, es el primer periódico español con humor gráfico propiamente dicho, pues la imagen deja de ser subsidiaria del texto. En cambio, es el texto que aparece al pie de las ilustraciones gráficas por primera vez en España y este es un modelo que “(...) será muy seguido” (Conde Martín, 2005:134). La ideología política liberal es la que sostiene la publicación y le concede un carácter combativo y de ataque mordaz a sus enemigos políticos.

En la misma línea encontramos *La Flaca*, publicación barcelonesa fundada en 1869 que dirige sus flechas, sobre todo, a la monarquía, al clero y a los militares. Valeriano Bozal (1968) llama la atención a un cambio importante que introduce *La Flaca* en relación con la ideología de la prensa anterior y es que protagonista de la caricatura política de este periódico es el pueblo con sus preocupaciones y su exasperación ante la desigualdad social. Todavía más combativa en este sentido es la publicación anarquista *El Motín* (1881) de destacado carácter antimonárquico y anticlerical y en la que el humor se utiliza expresamente como un arma contra el conservadurismo.

“La última gran publicación humorística del siglo XIX” (Conde Martín, 2005:139) aparece en 1895 en Madrid bajo el título de *Gedeón*. Llera Ruiz la considera como el primer proyecto de periodismo moderno en España y opina que con *Gedeón* se dignifica el periodismo satírico y el humor gráfico que ya han empezado a ocupar un lugar importante en la crítica política que se ejerce a través de la prensa.

A través de estos proyectos del periodismo humorístico y los esfuerzos realizados por periodistas y dibujantes, éste género ha conseguido abrir paso en la comunicación social y se han ido estableciendo las pautas que lo rigen, salvadas las diferencias, hasta hoy día. El legado y el bagaje cultural del humor político en la prensa son factores importantes tanto para entender su morfología y semántica como para definir la función social que ha cumplido y cumple hasta la actualidad.

2.2.4.2. Humor gráfico y primeras manifestaciones de la prensa satírica en Grecia

En 1821 empieza en Grecia la Guerra de la Independencia contra el Imperio Otomano que ocupó el suelo griego después de la caída de Constantinopla en 1453. Tras largas guerras en las que están implicadas las potencias europeas de la época (Rusia, Gran Bretaña, Austria, Alemania, Francia) se firma en la Conferencia de Londres en 1832 el primer Tratado de Independencia de Grecia y se escoge como monarca a Otón, príncipe de Baviera.

Es contra esta monarquía y, en concreto, contra el regente de Otón, Ludwig von Ar-

mansperg, a quien se dirige la primera caricatura política griega, según Sapranidis (1975) y Papadaniil (2006). La imposición del monarca bávaro frustra las expectativas de los líderes independentistas griegos que han luchado por un estado libre y autónomo. Una figura emblemática de ellos, el general Makrygiannis, es el cerebro de esta caricatura alegórica en la que Armansperg quita el corazón de la joven Grecia.

La cuestión nacional, el anhelo de la adhesión a Grecia de las zonas del país que siguen bajo ocupación otomana y la oposición a la monarquía extranjera serán las constantes temáticas del humor gráfico y de la incipiente prensa satírica griega cuyas primeras manifestaciones datan de 1848 y 1853, según indica la historiadora Lina Duví (2002). Duví califica de ingenua y naíf la caricatura política que aparece en estas publicaciones, *Bomba*, *Trakatruka* y *Demócrito*, caracterizadas además por un lenguaje agresivo e injurioso.

El primer diario satírico propiamente dicho se fundó en 1860 en Atenas por el periodista y poeta Sófocles Karydis. *Fos* (Luz) contenía noticias, artículos de opinión y caricaturas políticas y su ataque a Otón y al gobierno de la época era incesante. Incesante fue también la persecución que sufrió y que no sólo le costó la cárcel sino también la confiscación de sus bienes y el cierre definitivo del periódico.

En 1863 Otón es expulsado de Grecia (su lugar es ocupado por Georgios I de la familia real danesa), la Constitución de 1864 establece por ley la libertad de prensa y el sistema político de democracia representativa entra en proceso de estabilización. En este contexto el humor gráfico y la prensa satírica cobran nuevo impulso y como anota Lina Duví "(...) constituyen un factor importante en la vida pública" (2002:19).

Aristófanes, periódico satírico semanal, se funda en 1874 y las caricaturas políticas de color, que primero ocupan dos páginas en el interior y luego aparecen también en la portada, son un ejemplo a imitar para las publicaciones satíricas futuras. A parte de la política, en la que expresa el sentimiento popular de nacionalismo patriótico y el anhelo para recobrar suelos perdidos, *Aristófanes* es también una publicación de entretenimiento al incluir narraciones cómicas y comentarios de sociedad.

Según Duví, es la publicación de *Asmodaios* en 1875 la que marca un hito en la historia de la prensa satírica griega. *Asmodaios* es la primera publicación griega de pretensión profesional, creada según las pautas que han marcado en Europa *Le Charivari* y *Punch* ya mencionados. El "periódico satírico publicado cada semana", como es presentado en la portada, es fundado por dos personalidades sobresalientes de las letras y las artes griegas del momento: Emanuil Roidis, escritor que ha inventado un estilo irónico-humorístico único en la lengua y la literatura de Grecia moderna y Cemos Aninos, "el patriarca de la caricatura política griega" (Papadaniil, 2006:89).

Ingenio lingüístico y sátira sutil en lo textual y un dibujo artístico pero no menos sarcástico en lo gráfico son las características fundamentales de *Asmodaios* que, como indica Duví, se dirige a la burguesía progresista del país y es acusado por sus enemigos de elitismo y afiliación europeísta.

Finalmente, cabe anotar la publicación de *Rabagás* "Periódico político-satírico" en 1878 por el periodista Cleancis Triantafylos, sobre todo, por constituir un mito del periodismo combativo en la prensa griega. Triantafylos, defensor de la democracia representativa liberada del signo monárquico, nunca atenuó sus ataques a la corona a pesar de sufrir continuas persecuciones. Fue cinco veces encarcelado hasta llegar, destruido económicamente y desesperado, al suicidio en 1889.

Finalizado el siglo, las características del género del periodismo humorístico y de la caricatura política están bien definidas y ya se ha establecido la base sobre la cual evolucionará y se desarrollará a lo largo del siglo XX y hasta nuestros días.

2.3. EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Los estudios del humor (*humor studies*) incluyen una serie de diferentes aproximaciones del estudio del humor desde campos científicos tan diferentes como la medicina, el teatro, la educación, etc., tal como la International Society for Humor Studies (ISHS) indica en su página web www.hnu.edu/ishs.

Es más, sociólogos, antropólogos, historiadores de la cultura, psicólogos, filósofos y lingüistas han dedicado sus esfuerzos al análisis de este objeto de estudio en sus múltiples manifestaciones en la vida humana.

Sin embargo, es el campo de los estudios culturales y, sobre todo, el de la lingüística los que presentan un mayor desarrollo. En el caso de la lingüística este desarrollo es tanto cuantitativo, por el número considerable de trabajos realizados sobre este tema, como cualitativo, por la metodología y los resultados que se ha conseguido alcanzar en la investigación realizada.

Ya hemos mencionado a Viktor Raskin y a Salvatore Attardo con sus respectivas teorías para el análisis de textos humorísticos, como también la repercusión que estas teorías han tenido en distintas aproximaciones de investigación dentro de los estudios del humor (ver apartado 2.1.1.1.).

La pragmática es la rama de la lingüística en la que encontramos las aportaciones más importantes sobre el estudio del humor. A modo de ejemplo, encontramos estudios sobre el análisis cognitivo de la ironía verbal (Sperber y Wilson, 1992) y sobre el análisis del humor en la comunicación humana desde distintos enfoques como la conversación cotidiana (Neal Norrick, 2003) o la relación entre el género y el humor (Mary Crawford, 2003), entre otros.⁴

También, en la pragmática lingüística encontramos trabajos sobre el humor en los medios de comunicación, tales como el estudio de la relación entre la ironía y la persuasión en la caricatura política contemporánea en México (Carmen Curco, 2004). Un acercamiento pragmático-semiótico es adoptado por Francisco Javier Ruiz Collantes (1986) en su tesis doctoral *La imagen para reír. Semiótica del humorismo y la comicidad en la imagería periodística*, a fin de analizar las estrategias de producción textual y de lectura en las imágenes cómico-humorísticas de la prensa periódica española.

En cuanto a los Estudios Culturales es preciso mencionar la edición de la primera historia cultural del humor (Bremmer y Roodenburg, 1999) en la que historiadores, historiadores de la cultura, del arte, y antropólogos, iluminan desde el punto de vista del humor diferentes aspectos de la actividad humana como la pintura, la narración y la interacción social, en diferentes países y épocas históricas.

⁴Para más información remitimos al vol. 35 de la revista *Journal of Pragmatics*, 2003, titulado *The Pragmatics of Humor* y editado por Salvatore Attardo, en el que se reúnen unos de los estudios más relevantes sobre el humor en pragmática lingüística.

En el ámbito de la comunicación social el humor no ha sido un objeto de estudio sistemático, aunque esto no significa que no haya aportaciones considerables. A continuación, vamos a presentar, en primer lugar, algunos estudios representativos del desarrollo de la investigación sobre el humor político en los medios de comunicación y, en segundo lugar, de la investigación más específica sobre el humor gráfico.

2.3.1. El humor político en la comunicación social

El humor político en los medios de comunicación, sea producido por los políticos mismos o por los periodistas o comentaristas de la vida política ha sido el objeto de estudio de tesis doctorales, sobre todo, en las universidades estadounidenses.

Michael Andrew Phillips-Anderson (2007) en su tesis doctoral *A theory of rhetorical humor in american political discourse*, estudia el humor como recurso retórico en diferentes contextos históricos y desde el punto de vista de la lengua, la psicología y la comunicación para elaborar un repertorio de su uso y funciones retóricas (persuadir siempre figura entre ellas) y ejemplificarlo con los discursos de ciertos políticos estadounidenses.

En la misma línea, encontramos la tesis doctoral de Natalie Guinsler (2008) *Rhetorical humor framework: a communicative approach to the study of humor*, que según indica el título, es una aproximación comunicativa al estudio del humor a nivel individual y colectivo, destacando, entre otras cosas, las diferencias culturales en la producción del discurso humorístico entre los anglo e hispanoparlantes en los EEUU.

Gran interés a los investigadores del humor político en los EEUU ha despertado el caso de los humoristas Jon Stewart y Steve Colbert que desde sus emisiones en la cadena televisiva Comedy Central (*The Daily Show* y *The Colbert Report*, respectivamente) han alcanzado altos índices de audiencia y han llegado a ser un punto de referencia obligatoria para el humor político en esta nación.

Un ejemplo de este interés es el artículo de Don Waisanen (2009) sobre el discurso humorístico de Jon Stewart y Steve Colbert y el estímulo político que supone para la ciudadanía. Según el autor, a través del humor se crea un discurso político que mezcla entretenimiento y argumentación ejerciendo una irrefutable crítica a la vida política.

Jeffrey Jones (2010) define este tipo de discurso que mezcla el entretenimiento con la crítica política como *entertaining politics* y opina que crea un nuevo espacio de participación política en la sociedad americana. Jones estudia los ya mencionados programas de Stewart y Colbert, pero también los programas de Michael Moore (*TV Nation* y *The Awful Truth*) y de Bill Maher (*Politically Incorrect* y *Real Time*) y sostiene que estos programas ofrecen un reportaje político alternativo al romper las convenciones de las noticias tradicionales y transmitir contenidos informativos que cuestionan directamente las autoridades económicas y políticas de los EEUU.

La relación del humor con la participación política ciudadana y el diferente estilo del humor según el grupo político y la intencionalidad del mismo son los temas principales del estudio de Limor Shifman, Stephen Coleman and Stephen Ward, (2007). Los autores analizan los textos humorísticos de diferentes grupos políticos y su aceptación en Internet durante la campaña electoral para las elecciones legislativas de 2005 en Inglaterra.

El papel del humor político como medio de protesta y crítica y su importancia para

la libertad de expresión y por extensión para el buen funcionamiento de un estado democrático son los asuntos que ocupan a Diana Elena Popa (2011) en su análisis de la serie de sátira política de dibujos animados de la televisión rumana *The Animal Planet*. Popa observa que la sátira política de esta serie va dirigida, ante todo, a los altos oficiales de la escena política de Rumania y subraya que en este programa se transmiten mensajes críticos hacia los líderes políticos que no se atreve a transmitir abiertamente ningún otro medio. *The Animal Planet* sufre la intervención de la censura estatal hasta ser completamente eliminado de la televisión rumana.

Digno de mención es, además, el estudio de Clare Waters (2011) sobre la imitación satírica del ex primer ministro de Italia, Silvio Berlusconi, por parte de la periodista italiana Sabina Guzzanti principalmente en la televisión. Waters cuenta la aventura mediática de Guzzanti y de la presentación de “Silvio” en distintos programas y medios, a la vez que analiza el contenido de la sátira y la intencionalidad de la periodista.

Según Waters el objetivo y también el logro más importante del personaje de “Silvio” de Guzzanti es ofrecer una contraimagen del político y magnate mediático italiano. “Silvio” menoscaba la imagen pública de Silvio Berlusconi, una imagen construida laboriosamente por los medios de comunicación y dominante en la conciencia media de la sociedad italiana. Este otro “Silvio” no es un hombre digno y eficaz que ha conseguido ascender social y económicamente gracias a su genio empresarial y a su devoción profesional sino que es un hombre de pasado oscuro, que abusa de su poder y se relaciona con la mafia.

Waters concluye que Guzzanti, a través de la imitación satírica que sigue paso a paso la actividad política y económica de il cavaliere y de la crítica aguda que ejerce, consigue constituir un nuevo polo de oposición política en Italia.

En el ámbito español debemos mencionar el volumen colectivo *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* que presentan como directores Enrique Bordería Ortiz, Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert (2010), puesto que constituye un significativo avance en la investigación de la sátira periodística en España.

Los directores de este trabajo conceden especial importancia en la fundamentación teórica, en la elaboración de propuestas metodológicas completas y en el carácter cultural e histórico de la comunicación satírica. Además, el volumen incluye una selección de investigaciones aplicadas sobre temáticas como las viñetas de Mahoma y la sátira periodística española contra el clero y la Corona e incluso sobre los nuevos géneros de sátira televisiva.

El humor en los medios de comunicación no sólo se manifiesta a través de géneros establecidos (la sátira televisiva, la caricatura, etc.) sino que también constituye una estrategia discursiva en textos periodísticos como la columna de opinión. María Dolores Vivero (2006) analiza los procedimientos discursivos humorísticos en las columnas periodísticas de Francia y España y establece una comparación entre dos contextos mediáticos nacionales y sus correspondientes características en el humor periodístico.

2.3.2. Investigación sobre humor gráfico

Durante los últimos años observamos que los estudios sobre el humor gráfico, este género que constituye una de las primeras manifestaciones del humor político en los medios de comunicación, han ido en aumento. La combinación de la imagen y la

palabra que concede alto valor expresivo a este género y su condición entre arte y periodismo que le convierte en un espacio propicio para la trasmisión de mensajes sociales y políticos ha atraído el interés de los investigadores que se han acercado al humor gráfico desde diferentes puntos de vista.

Villy Tsakona es una lingüista que en su tesis doctoral (Tsakona, 2004), ha aplicado el modelo de la TGHV de Attardo en el discurso narrativo de una selección de cuentos humorísticos griegos. En el marco de los estudios del humor ha realizado también una importante labor investigadora sobre el humor gráfico y verbal de las viñetas en la prensa griega contemporánea (Tsakona 2009).

En la misma línea es de destacar su investigación sobre el humor, la religión y la política en las viñetas griegas (Tsakona, 2011), y sobre la representación humorística de la realidad política en Grecia (Tsakona, 2008).

Además, es de sumo interés su última publicación como editora (Tsakona & Popa, 2011) titulada *Studies in Political Humor*, en la que se presentan los principales aspectos y líneas de investigación de los estudios contemporáneos relativos a este tema, los conceptos básicos, la terminología establecida y, finalmente, los pasos a seguir a fin de responder a retos futuros.

En este volumen (Tsakona y Popa, 2011) encontramos el trabajo de Efharis Mascha sobre el papel de la caricatura política en la prensa satírica italiana durante el régimen de Mussolini. Mascha considera el ejemplo de la sátira política durante el fascismo italiano como un típico ejemplo de contra-hegemonía⁵ puesto que su objetivo principal es subvertir el discurso oficial.

Los dibujantes de la prensa satírica contribuyen a la devaluación del mito fascista y crean un espacio de “libertad” al mofarse del poder. Preguntándose sobre la efectividad de esa resistencia, Mascha llega a la conclusión de que, aunque no puede producir un cambio social a gran escala, la caricatura política puede contribuir a la creación de una conciencia social contestataria.

El humor gráfico en la prensa alternativa argentina es el objeto de estudio de Palmira Massi (2008). Su interés se centra en el contenido y la temática humorística que contiene este tipo de prensa y, sobre todo, en la utilización del humor gráfico como un recurso de crítica aguda y radical contra el poder político establecido.

La caricatura política argentina desde el siglo XIX hasta la actualidad es el objeto de estudio de María Ximena Ávila (2002) que enfoca, sobre todo, en las técnicas y los mensajes políticos transmitidos en diferentes momentos de este recorrido histórico. Del mismo modo, Mara Elisa Burkart (2007), compara cuatro publicaciones de humor gráfico en cuatro diferentes etapas de la historia contemporánea argentina.

En el ámbito español, Natalia Meléndez Malavé (2005) dedica su tesis doctoral al humor gráfico y, en concreto, al humor gráfico en el diario *El País* durante la transición política española (1976-1978). Dentro de este contexto histórico se enmarca el estudio de la autora (Malavé, 2007) sobre las viñetas de Máximo en *El País* y la postura crítica del dibujante ante aspectos de la sociedad española de aquella época como la

⁵Mascha (2011) se basa en el análisis de la *hegemonía* de Gramsci y analiza el ejemplo de la sátira política como un ejemplo típico de *contra-hegemonía* dentro del contexto de la cultura popular y su oposición a las instituciones políticas fascistas de aquella época.

igualdad de sexos y la lucha de clases.

Además, Malavé (2008) estudia la censura que se ejerce al género del humor gráfico desde sus comienzos y opina que por ser un instrumento imparable de propagación de opiniones e ideas, incomoda al poder y provoca la reacción de los gobernantes. En este estudio, examina casos célebres de persecución de autores y editores como el proceso judicial al que fue sometido Charles Philipon por ridiculizar con sus dibujos al rey Luis Felipe de Francia o el asalto de la sede del semanario satírico catalán *Cu Cut* a principios del siglo pasado a causa de su crítica vehemente al ejército español.

El periodo histórico de la transición política española atrae también el interés de Francisco Segado Boj que estudia las viñetas de esta época (1974-1977) en cinco diarios populares (*Abc*, *El Alcázar*, *Informaciones*, *La Vanguardia* y *Ya*) según distintos enfoques temáticos. Su objetivo principal es rastrear las diferentes visiones de la realidad económica social y política de España de aquella época a través del humor gráfico.

El investigador parte de la hipótesis de que "(...) el humor gráfico recoge los prejuicios y preocupaciones que existen en un momento determinado en un sector social concreto" (Boj, 2009:205) y por eso constituye un medio ideal para analizar las diferentes tendencias ideológicas de los medios de comunicación en particular y de la sociedad española en general.

De este modo, analiza cómo es reflejada la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (Segado Boj, 2008), la imagen de la mujer y el feminismo (Segado Boj, 2009) como también el choque generacional y el choque ideológico (Segado Boj, 2007), entre otros temas.

Cristina Peña Marín (2002), por su parte, destaca como el humor gráfico en España durante el franquismo crea un territorio colectivo a través de la identificación y el sentimiento de complicidad que sienten los destinatarios al descifrar su mensaje.

Finalmente, Luisa Martín Rojo (2007) escoge una circunstancia sociopolítica concreta y dedica su estudio al humor político producido en España en torno a la ocupación de Irak y la postura del gobierno de José María Aznar. Rojo analiza las estrategias de deslegitimación de la política gubernamental ante la guerra a través del humor gráfico.

2.4. EL HUMOR GRÁFICO COMO GÉNERO PERIODÍSTICO. CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS.

2.4.1. Cuestiones terminológicas

En el presente estudio se ha elegido adoptar el término mayoritariamente utilizado por los estudiosos para referirse a la manifestación del humorismo político en los medios y, en concreto en la prensa impresa o digital, a saber, el término de *humor gráfico*. Esta opción obedece a su carácter genérico y al menor grado de ambivalencia que ofrece en relación con otros términos equivalentes, como chiste político, tira cómica, dibujo satírico o caricatura política.

Humor gráfico podría considerarse así como un concepto general que incluye todas estas modalidades y que puede funcionar como un *umbrella term* del mismo modo que lo hace el término *humor* en relación con conceptos afines como sátira, ironía, parodia, etc., que ya hemos comentado en el apartado 2.1.1.2. del presente trabajo.

Malavé (2005) en su tesis doctoral sobre el humor gráfico en el periódico *El País* durante la época de la transición española presenta un análisis exhaustivo de los diferentes conceptos que aparecen en la bibliografía relativa, los matices semánticos y las connotaciones que cada uno presenta, como también su breve historial tanto en el aspecto formal como en el aspecto de contenido. De este modo, podemos comprobar similitudes y diferencias entre, por ejemplo, cómic y humor gráfico, o tira cómica y humor gráfico y localizar los aspectos de interrelación e influencia mutua de los conceptos, además de delimitar con precisión los rasgos definitorios de cada uno.

Tras este análisis, la autora llega a la conclusión de que humor gráfico es el término más adecuado para referirse al humorismo periodístico tal y como lo conocemos desde las primeras manifestaciones de la prensa satírica cuando predominaba una de las modalidades por excelencia del género: la caricatura. Y es justamente ésta la modalidad para la que consideramos oportuno añadir aquí algunas aclaraciones, dado que el resto de términos, como ya hemos mencionado, está suficientemente examinado (Malavé, 2005; Salguero y Gross, 2009; Peñamarín, 1996).

Lawrence Streicher (1967), en un estudio clásico de la caricatura, en general, y de la caricatura política en particular, empieza su análisis desde los orígenes del fenómeno, es decir, desde su relación con el arte pictórico. En el Renacimiento, el arte representativo vuelve a cobrar importancia en la pintura y a basarse en la anatomía y la perspectiva superando la abstracción y el simbolismo predominantes durante la Edad Media. En este orden de cosas nace la caricatura como una desviación, una distorsión de la norma representativa de las figuras humanas que provoca la comicidad. El efecto cómico de la caricatura resulta, pues, de la violación de la norma de la representación pictórica que constituía la convención artística de la época.

Lo que es la sátira en el arte literario, observa Streicher, es la caricatura en el arte pictórico y uno de sus recursos principales es la exageración de los rasgos físicos de la persona representada. La caricatura se puede definir, pues, como una representación exagerada de los elementos característicos de una figura humana vistos, por supuesto, desde una perspectiva satírica. Streicher añade más detalles a esta definición generalmente aceptada cuando afirma que:

“It could then be stated in a formal fashion that pictorial «caricature» pertains to grotesque or ludicrous representation of scorn or ridicule of human vices or follies and exaggeration of their most characteristic features by means of graphic images” (1967:431).

El límite para la distorsión caricaturesca, para la exageración cómica de la figura representada es que ésta sea identificable y reconocible por parte del público al que se dirige. En el caso de la caricatura política, que es lo que aquí nos interesa, la diferencia estriba solamente en quienes son sus protagonistas: «Political caricature is understood to deal with the ridicule, debunking or exposure of persons, groups and organizations engaged in power struggles in society», afirma Streicher (1967:432).

La caricatura política está, además, desde sus inicios relacionada con la prensa y el periodismo y ha servido de comentario cómico, burlesco e incluso crítico a los que ejercían el poder. Malavé (2005) comenta que al principio la caricatura fue la única manifestación del humor gráfico en la prensa aunque esto cambió con el tiempo cuando se añadieron más modalidades expresivas (figuras abstractas, personajes ficticios y/o simbólicos, etc.) relacionadas con diferentes corrientes artísticas que determinaron el lenguaje plástico.

A este respecto es interesante destacar que la caricatura, tras una larga tradición histórica, sigue presente en el periodismo impreso y digital actual, siendo realmente difícil encontrar publicación humorística que no incluya importantes personajes políticos caricaturizados. Y no es de extrañar que ridiculizar la figura del poderoso mantenga su fuerza si pensamos en que es una constante del poder revestirse de “seriedad” y de sus oponentes querer desvestirlo de ella.

La caricatura política es una de las modalidades expresivas del humor gráfico en la prensa y de ningún modo se deberían intercalar o confundir los términos puesto que designan conceptos semánticos diferentes. Humor gráfico es, además, el término genérico por el que hemos optado para referirnos al fenómeno del humorismo periodístico tal y cómo este se presenta en la prensa impresa y digital.

También a veces se recurre al término viñeta política puesto que, como observa Malavé (2005), en la mayoría de los casos se trata de una sola escena gráfica, es decir de una viñeta y de ahí que éste término puede ser adecuado, sobre todo, cuando se hace referencia a su aspecto formal.

2.4.2. Un mensaje de código mixto

No podemos analizar el aspecto formal del humor gráfico sin hacer hincapié en su carácter híbrido, pictórico y verbal y en las posibilidades que esta combinación proporciona. El factor verbal es tan importante como el plástico, hecho que ponen de manifiesto numerosas viñetas en las que el contenido lingüístico iguala o incluso supera en relevancia al dibujo.

La aparición de la palabra es, por supuesto, más tardía que la imagen plástica y supuso un avance importante para el género, que de este modo amplió sus posibilidades expresivas y llegó a ser un signo más complejo y cargado de referentes semánticos. En palabras de Stretcher, la introducción de la burbuja, que fue la forma original con la que se introdujo el lenguaje, ha sido “(...) a great innovation which contains not only the words of the speaker, but as it were, his very “breath” or “air”, in short, his reality” (1967:438).

Evidentemente, el bocadillo no es ni mucho menos el único modo de aparición del código verbal en el humorismo gráfico. Los autores del género han explotado todo tipo de posibilidades de aparición de la palabra como los carteles, los rótulos, las pancartas, etc., siendo la creatividad una cualidad indispensable para su trabajo.

El humor gráfico constituye así un *dominio semiótico*⁶ específico en el que la combinación de los dos códigos principales, la imagen y la palabra, y las distintas modalidades que se desarrollan en el seno de cada una, ofrece un amplio espectro de posibilidades expresivas y de significados superpuestos.

Hempelmann y Samson (2007), comentan que la interacción entre código verbal y visual crea un mensaje no lineal y afecta al procesamiento cognoscitivo, que debe ser activado para la interpretación. Malavé (2005), refiriéndose a esta misma interacción habla de las diferentes capas de significado que posee el humor gráfico y de la com-

⁶ MGee define el dominio *semiótico* como:“(…) any set of practices that recruits one or more modalities (e.g. oral or written language, images, equations, symbols, sounds, gestures, graphs, artifacts, etc.) to communicate distinctive types of meaning”(2003:18).

plejidad interpretativa que, a veces, puede conllevar.

Tsakona (2009) destaca que la interpretación de este mensaje no siempre es tan fácil y directa como parece y que por este motivo es necesario estudiarlo y prestar atención a los detalles tanto verbales como visuales de cada una de sus manifestaciones.

En cuanto a las diferentes combinaciones de los dos códigos del humor gráfico, Tsakona (2009), siguiendo a Hempelmann y Samson (2007), propone una clasificación tripartita del humor gráfico basada en el efecto humorístico. Es decir, humor gráfico en el que el efecto humorístico depende de: a). el código verbal, b). el código visual, o c). la interacción de los dos códigos.

En el primer caso estamos ante humor verbal presentado en un contexto visual que sin embargo no contribuye a la incongruencia humorística; en el segundo, no aparece apenas lenguaje verbal y si lo hace es también irrelevante para la interpretación humorística. En el tercer caso, que es el más representativo, la autora analiza una serie de mecanismos a través de los cuales la interacción de los códigos crea el efecto humorístico. Mecanismos como la antítesis entre los códigos, la complementariedad y la metáfora visual (que tendremos ocasión de estudiar más adelante por ser uno de los recursos fundamentales para la construcción del humor gráfico). Finalmente, Tsakona observa la existencia de un tipo de humor gráfico que no posee efecto humorístico alguno siendo en realidad una reflexión dibujada.

Malavé (2005), por su parte, procede a una división puramente formal de las diferentes combinaciones entre imagen y texto que es la siguiente:

“(...) “imagen cero” (ausencia de código icónico, en el interior de la viñeta sólo aparecería un texto); “texto predominante” (la parte icónica está subordinada a la verbal); “integración” (no predomina ninguno de los dos códigos, se complementan de forma equivalente); “imagen predominante” (el texto aparece subordinado al dibujo); y “texto cero” (chiste sin palabras)” (2005:120).

La división de Malavé parece ser más funcional dado que cualquier pieza de humor gráfico puede ser catalogada según esta lista de combinaciones entre texto e imagen sin que se provoque ambivalencia o vacilación alguna sobre la interpretación humorística. Y es que el criterio del efecto humorístico según el uso de los códigos verbal e icónico podría, a nuestro parecer, generar mayor complejidad a la hora de clasificar el material humorístico del presente estudio y de ahí que no se haya optado por este modelo.

2.4.3. “Un periodista que dibuja”

Jean Plantureux, humorista gráfico de *Le Monde Diplomatique*, durante su visita a Chile en 2005 con motivo de la presentación de su libro *Ese trabajo por hacer*, fue preguntado acerca de si es un caricaturista, un artista o un dibujante de prensa. Su respuesta fue que no es nada de eso, sino un «periodista que dibuja», pues con sus trabajos no sólo pone un poco de humor al diario, sino que vincula al lector con otra forma de acceder a la información periodística.

Así que más que un artista o un dibujante, el humorista gráfico es, según Plantureux un periodista que en vez del código verbal utiliza un código óptico-verbal para comentar la actualidad desde su punto de vista. Es un tipo de *periodismo óptico*, en palabras de Maria Kartali (2011) que cumple con la función opinativa de este oficio, tal y como

lo hacen sus colegas de otros géneros como los columnistas de opinión. En este marco no debe extrañarnos la afirmación de Streicher (1967) de que los humoristas gráficos forman parte de la plantilla periodística de un diario.

Josh Greenberg (2002), por su parte, hace referencia a la conocida separación del discurso periodístico entre *hecho* y *opinión*⁷, para incluir el humor gráfico político en la segunda categoría. Destaca, además, los dos elementos que diferencian este género del resto de los géneros de opinión: el humor y, por supuesto, su carácter visual. De modo que define así el humor gráfico político: “(...) a form of satirical journalism and a type of *visual opinion news discourse*” (2002:182) (el subrayado es nuestro).

En el mismo orden de cosas, Greenberg (2002) comenta que el humor gráfico político utiliza convenciones periodísticas como la metáfora, la ironía, y demás figuras retóricas que se suelen emplear en el periodismo de opinión verbal y aclara que la finalidad del género no es exclusivamente persuasiva sino también informativa.

El carácter informativo de la viñeta política es también resaltado por Malavé (2005) al afirmar que el *humor gráfico periodístico*, como esta autora lo denomina, cumple con los tres estilos clásicos del periodismo, es decir, informativo, ameno y de opinión para concluir que, sin lugar a dudas, el estilo que predomina es el tercero. Para Malavé, el acento de este tipo de opinión periodística cae en su carácter crítico, que corresponde, mayoritariamente, a la opinión personal del autor y no del medio en el que está divulgada.

Esta relación independiente entre la opinión del humorista gráfico y del diario en el que publica por la que aboga Malavé no es una constante ni tampoco una verdad general. Basta con pensar en el caso de la viñeta editorial para ver que el humor gráfico puede funcionar como la representación gráfica de la opinión política de un diario.

Ricardo Salguero y Leon Gross (2009) al referirse a este tema observan que esta tradición pertenece casi exclusivamente a la prensa anglosajona. En efecto, en buena parte de los diarios angloparlantes las viñetas editoriales acompañan y/o complementan la columna editorial. En cuanto a España, los autores subrayan que aunque no faltan voces que detectan propósito editorial en la viñeta política, la abrumadora mayoría de autores, editores y estudiosos del tema coinciden en que lo que se expresa es netamente la opinión personal del creador.

Pero incluso dentro de la tradición del *editorial cartooning* hay quienes subrayan la libertad personal del humorista a distanciarse de la línea editorial si se cree oportuno, caso de Scott Stantis, viñetista en *The Birmingham News*, y ex presidente de la Association of American Editorial Cartoonists, (citado en Salguero y Gross, 2009).

El asunto de la afinidad entre la opinión del humorista gráfico y del medio en el que trabaja va más allá de las diferencias entre el modelo anglosajón y el mediterráneo puesto que podríamos cuestionar la supuesta “libertad personal” de los autores dentro del marco de las relaciones profesionales, laborales e incluso ideológicas que éstos mantienen con los editores como también dentro del marco general de la libertad de opinión y expresión que puede ser tolerada dado el contexto socio-político y económico.

⁷ Greenberg distingue entre “(...) hard news discourse, which is purportedly grounded in such uniform criteria as the preclusion of personal bias” y “*opinion news*, which are intentionally biased accounts of social phenomena that proclaim the status of the news outlet as a participant in debates pertaining to matters of cultural or political importance” (2002:182).

co en el que funcionan los medios.

Sea como fuere, Salguero y Gross en su esfuerzo por resolver las contradicciones que surgen al tratar el asunto, afirman que, ante todo, los autores expresan su opinión personal “(...) si bien los periódicos tienden a contratar a viñetistas que reflejen su propia inclinación política, aunque no siempre” (2009:5).

Por lo que aquí nos interesa, los autores al preguntarse sobre la naturaleza de este género no dudan en considerarlo como un género de opinión crítica en estrecha relación con la actualidad política. Según comprueba, además, el estudio de Gross (2007), la sección en la que se publican las viñetas políticas en la prensa española es justamente la sección de opinión.

En un estudio más reciente, Ria Wiid, Leyland Pitt y Anne Engstrom (2011) coinciden también en que el humorismo gráfico no es más que una forma de discurso opinativo en los medios cuyos fines son, sobre todo, persuasivos como en todo género de opinión. En sus palabras: “Opinion discourse of which political cartoon is a variant is an important mean by which public opinion is formed” (2011:137).

Según estos autores, hay dos principales teorías a la hora de estudiar el humorismo gráfico como género de opinión: a) la teoría débil (*weak theory*), que considera que el humorismo gráfico refleja las actitudes públicas y de ahí que sea un terreno propicio para estudiarlas y b) la teoría fuerte (*strong theory*), que considera que el humorismo gráfico persuade y forma la actitud de los lectores sobre asuntos públicos, de modo que se deben estudiar las técnicas de persuasión que emplea con este fin.

El fundamento de la teoría débil no puede ser otro que el sustrato de creencias, conocimientos e informaciones compartidas y dadas por “naturales” que ciertos autores utilizan como materia prima a la hora de producir su obra. Es lo que Tsakona (2011) define como el aspecto conservador que posee este género en los medios de comunicación, al reproducir y reafirmar estereotipos políticos y sociales ampliamente aceptados en una comunidad determinada (ver apartado 3.3.2.1).

La teoría fuerte pone en el centro de la atención la función persuasiva del humor gráfico y su capacidad para formar actitudes del público. Malavé (2005) al concluir en su tesis doctoral sobre el humor gráfico durante la transición española que las viñetas contribuyeron poderosamente al papel que jugaron determinados medios en la formación de la opinión pública, viene a reforzar la óptica de la teoría fuerte. Teoría que acepta William Coupe (1969) al afirmar que: “Like all journalist, the cartoonist is concerned with the creation and manipulation of public opinion” (1969:82).

Sin embargo, un cuadro explicativo de mayor envergadura sobre la función opinativa y/o persuasiva del humorismo gráfico nos lo ofrece Greenberg (2002), que aplica el enfoque teórico del *análisis del marco* del sociólogo Erving Goffman (1974, citado en Greenberg 2002) en el discurso mediático del humor gráfico.

Para procesar, entender y responder a los fenómenos sociales, la mente humana organiza o enmarca la experiencia de la vida diaria. Los “marcos mediáticos” (*media frames*) permiten a los lectores localizar, percibir, identificar y clasificar los múltiples eventos de la vida social de una manera comprensible. Los “marcos mediáticos” funcionan como partes de una unidad mayor de discurso público e implican necesariamente la selección de ciertos aspectos de la realidad percibida, aspectos que sobresalen en un texto determinado de modo que promuevan una definición particular de un asunto social.

De este modo, según Greenberg, el humor gráfico funciona como un “marco mediático” dado que capta visualmente la esencia de un asunto social. El humor gráfico “enmarca” los fenómenos al localizar este asunto dentro del contexto de la vida diaria y al explotar “valores universales” a fin de convencer a los lectores a identificarse con esta imagen y con su significado intencional. Y este sería el mecanismo fundamental de la función informativa y persuasiva del humor gráfico en los medios.

Sin embargo, Greenberg, no acentúa más el aspecto persuasivo de este discurso mediático tal como hacen otros autores como Malavé (2005) o Martin Medhurst y Michael Desousa (1981), que lo definen de por sí como un género de comunicación persuasiva. Para el autor, este “marco mediático” funciona esencialmente igual que otros “marcos mediáticos”.

¿En qué se diferencia, pues, el humorismo gráfico de otros géneros informativos-persuasivos, es decir de otros géneros de opinión periodística? ¿Cuáles son sus características específicas y los rasgos que constituyen su peculiar competencia comunicativa que los estudiosos del género no paran de señalar?

2.4.3.1. *Un mensaje condensado*

“Como la brevedad es el alma del ingenio y la prolijidad su cuerpo y ornato exterior, he de ser breve” reza Polonio en la tragedia de Shakespear Hamlet (citado en Malavé 2005) y, en efecto, la brevedad y la correspondiente condensación del mensaje son características principales de este género que combina con ingenio imagen y palabra.

Randall Harrison (1981), al preguntarse si el humor gráfico posee ventajas o desventajas particulares en cuanto a su eficacia comunicativa, responde que:

“The global answer seems to be: yes, the cartoon is “communication to the quick”, and it has all the advantages of speed and all the dangers of haste. It simplifies and exaggerates, so it has all the advantages of clarity and all the disadvantages of distortion” (1981:12)

La brevedad y el carácter conciso y lacónico del humor gráfico es un punto recurrente en la descripción del género para una buena parte de sus teóricos (Tsakona, 2009; Malavé, 2005; Streicher, 1967; Harrison, 1981; Press, 1981). Lo que debe ser objeto de mayor examinación y análisis es el procedimiento a través del cual dicha brevedad es conseguida.

Streicher, al definir el objetivo del humorista gráfico, comenta que:

“An image maker aims at a purposeful condensation of sometimes complex meanings into a single configuration, a “striking image” in contrast to speech makers and writers” (1967:440).

Una clave, pues, del carácter breve y lacónico del humor gráfico es la condensación de un significado complejo en una representación gráfica sencilla. El significado de un mensaje que si fuera verbal necesitaría un cierto grado de desarrollo y elaboración por parte del emisor y un cierto grado de procedimiento interpretativo por parte del receptor.

Maria Kartali describe lacónicamente a su vez esta peculiaridad del discurso del humorismo gráfico al afirmar que es “(...) un significante sencillo para un significado

complejo” (2011:11). A nuestro parecer, esta peculiaridad semiótica o desproporción entre significante y significado aumenta la eficacia comunicativa del mensaje al atraer la atención del lector y poner de inmediato en marcha el proceso inferencial necesario para interpretarlo.

En otras palabras, el carácter escueto y sencillo de este signo óptico-verbal cargado, en ocasiones, de significados complejos no sólo no limita su capacidad reflexiva sino que la refuerza. Pensemos, a modo de ejemplo, en algunas de las viñetas de El Roto que con escasos medios verbales y visuales proceden a profundas reflexiones filosófico-políticas.

Kartali, además, opina que la condensación del mensaje en el humor gráfico opera en dos niveles: por una parte, se produce la condensación de una idea en una imagen y, por otra, la condensación de los hechos de la actualidad política y de la postura crítica de su creador ante ella en un mensaje.

Para Ray Morris (1993), la condensación, que es uno de los mecanismos retóricos fundamentales de producción de sentido en el humor gráfico, implica la compresión de eventos desconectados o relacionados de forma compleja en un marco de referencia único y común. De este modo, como anota Elisabeth El Rafaie (2003), una imagen estereotípica llega a representar a grandes grupos sociales o incluso pueblos enteros. El ejemplo de El Rafaie es una viñeta sobre la inmigración en Austria en la que una familia típica de inmigrantes representa a todos los inmigrantes de este país. Del mismo modo, en las viñetas de los periódicos que aquí vamos a estudiar observamos la imagen recurrente de una estatua griega rota o afligida para representar a Grecia y a la población griega tras estallar la crisis económica de la zona euro.

Pero no podríamos analizar la condensación del sentido en el humor gráfico sin hacer referencia al fenómeno de la metáfora visual, pues ésta constituye un elemento explicativo básico de su funcionamiento. El Rafaie define la metáfora visual como una expresión pictórica de un modo metafórico de pensar dado que ve la metáfora desde un punto de vista cognitivo y no formal, siguiendo la línea emprendida por Lakoff y Johnson (1986) en el estudio ya clásico *Las metáforas en la vida cotidiana*. Desde el punto de vista cognitivo, la metáfora es, ante todo, un modo de pensar, de acercarse y entender la realidad, y de ahí que se defina como una propiedad del pensamiento y no del lenguaje. En última instancia es la capacidad, tan característica del género humano, de experimentar y de entender una idea a través de otra.

El Rafaie utiliza como ejemplo de su análisis de la metáfora visual viñetas políticas extraídas de algunos diarios austriacos cuya temática gira en torno a las olas migratorias en Austria y en Europa y a la reacción conservadora de ciertos grupos sociales ante el fenómeno. Uno de sus objetivos es demostrar la importancia del contexto sociopolítico para la interpretación de las metáforas visuales de estas viñetas políticas y consolidar la idea de que la metáfora es un discurso en estrecha relación y dependencia del contexto.

Dori Moss (2007), aunque coincide en que la metáfora es uno de los tropos principales para analizar la estructura del significado del humor gráfico político, en su estudio de las viñetas políticas del humorista gráfico Tom Toole en *Washington Post* sobre el ataque de huracán Katrina y la incapacidad del estado norteamericano de reaccionar eficazmente ante la urgencia, estudia también la ironía, la metonimia y la sinécdoque.

Moss (2007) parte del supuesto de que la finalidad del discurso del humor gráfico político es esencialmente persuasiva e intenta dilucidar el procedimiento a través del cual

cumple este objetivo. Según la autora, son los tropos y las figuras retóricas los que posibilitan que el *cartoon* desarrolle un argumento mejor comprendido por parte del público lector y, de ahí, un argumento más convincente.

Del pensamiento de Moss nos interesa destacar la idea de que el texto del humorismo gráfico es un tipo de texto argumentativo y que el uso de la metáfora u otros tropos y figuras retóricas afines se debe interpretar en este marco. Los puntos de vista políticos, comenta la autora, pueden ser expuestos a través de una argumentación explícita o también implícita con el uso de elementos visuales. Evidentemente, el humor gráfico político pertenece a la segunda categoría, como ya hemos comprobado al examinar su valor como género periodístico opinativo.

2.4.3.2. *Un mensaje que deleita*

Hablando del humor gráfico no podemos dejar de mencionar el aspecto plástico o estético y cómo este contribuye a determinar la impresión final del lector que se acerca a este tipo de texto. Estudiosos como Malavé (2005) han prestado mayor atención a este aspecto que, sin lugar a dudas, constituye uno de los atractivos especiales del género.

Malavé estudia las técnicas de la condensación gráfica que se emplean mayoritariamente en el humor gráfico y llega a la conclusión de que se pueden resumir principalmente en dos: la exageración o enfatización de los rasgos más relevantes y la esquematización o reducción de detalles, depuración de líneas, etc.

La esquematización, sobre todo desde el punto de vista plástico, es explicada por Gombrich (citado en Steimberg, 2001) como una simplificación representativa, una estereotipificación que hace el mensaje más accesible a más amplios sectores del público, pero que no puede ser comprendida sin el procedimiento complementario y a la vez opuesto de la experimentación artística.

La experimentación en el humorismo gráfico es esencial puesto que el género rompe con las exigencias pictóricas de la representación realista ya desde sus comienzos en manos de Daumier (ver apartado 2.1.3). Pues, la creatividad de los autores para inventar modos de representar y formar su propio estilo estético es, sin duda, una característica principal del género. Esta línea experimental se ha mantenido hasta hoy en día y ha sido enriquecida por todas las corrientes artísticas de las vanguardias y de la pintura abstracta.

La componente estética del humor gráfico aporta, como ya hemos mencionado, mayor atractivo a ese tipo de texto y determina el efecto placentero que proporciona sin que esto signifique que se podría contemplar como un objeto estético sin más. Siempre se toman en consideración sus demás cualidades intrínsecas, es decir la función opinativa que cumple y la innegable finalidad humorística que tiene, de modo que el componente estético no ocupa casi nunca el primer plano.

Malavé (2005), al comentar este aspecto, afirma que el efecto “deleitoso” del humor gráfico se debe a la combinación del componente estético y del proceso de descodificación de un mensaje ingenioso que busca la sorpresa y la originalidad. Mientras que, en términos similares, Cristina Peñarín (1996), menciona que:

“No son dibujos para ser contemplados como bellos objetos, pero pueden proporcionar el placer estético-intelectual de una metáfora lograda o un hallazgo

expresivo e ingenioso que ilumina un objeto con una asociación inesperada y creativa” (1996:109).

Ahora bien, si resumimos los puntos principales de este breve análisis de las cualidades y características del humor gráfico quizá se nos empiezan a configurar más claramente los rasgos distintivos de este género en relación con el resto de géneros opinativos periodísticos. Breve, denso, inteligible aun transmitiendo significados complejos y ameno, el humor gráfico capta la atención del lector y le invita a reflexionar sobre la realidad sociopolítica que le rodea.

Según Harrison (1981), estas características particulares hacen que el humor tenga mayor eficacia comunicativa que otros géneros de opinión y explican por qué siempre ha sido temido por las autoridades, pues tiene la capacidad de calar hondo en el público lector incluso si éste no está especialmente informado o instruido.⁸

A las antípodas de esta consideración, uno podría sostener que la recepción del mensaje del humor político por parte del público lector no siempre es tan fácil y sencilla. En efecto, dos pueden ser los factores que puedan dificultar o incluso impedir la comprensión y correcta interpretación de este mensaje: por una parte, no compartir el bagaje cultural que acarrea, repleto de referencias históricas, políticas, sociales y simbolismos de todo tipo y, por otra, no poseer la información necesaria sobre la situación concreta a la que hace referencia. Y estos factores nos conducen a pensar en la importancia de la intertextualidad y del carácter metadiscursivo de este género.

2.4.3.3. Intertextualidad y carácter metadiscursivo

La intertextualidad es un concepto que emana de los estudios de crítica literaria de Mijail Bahtín y su convicción sobre el carácter dialógico de todo discurso. El término es introducido por Julia Kristeva (1986) en su estudio sobre el pensamiento y la obra de Bahtín y, a partir de ahí, ampliamente extendido y utilizado en el campo de las humanidades.

La intertextualidad es la relación que un texto mantiene con otros textos ya sean contemporáneos o históricos. El conjunto de textos con los que se vincula explícita o implícitamente un texto constituye un tipo especial de contexto, que influye tanto en la producción como en la comprensión del discurso.

Un ejemplo muy recurrente de intertextualidad explícita en el humor gráfico político es el uso de fragmentos de la declaración de un personaje político; declaración alterada según el punto de vista ideológico del autor y, en todo caso, transformada a fin de producirse el efecto humorístico. Y parece obvio que dicho efecto no podría producirse si el lector desconociera la declaración del político en cuestión.

Tsakona (2007) opina que desconocer la actualidad sociopolítica y las creencias dominantes sobre ésta dificulta seriamente la descodificación del mensaje del humor gráfico y anula el efecto humorístico. Esta autora insiste en que el humor gráfico refleja la opinión pública y se basa en los valores ampliamente reconocidos y dominantes en una sociedad y, por eso, más que un discurso crítico es un discurso conservador

⁸ Harrison aporta al respecto un ejemplo característico de la reacción del magnate económico y político de la ciudad de Nueva York a finales del siglo XIX, Boss Tweed, que ha sido objetivo del humor político de la época y exclamó: “I dont care what they write about me. But those damn pictures – people understand them!” (1981:56)

que los reproduce (ver apartado 3.3.2.1).

A nuestro modo de ver, la intertextualidad y/o el cargo de referencias culturales y contextuales que conlleva el humor gráfico no tiene por qué relacionarse necesariamente con la reproducción de los valores sociales dominantes. Opinamos que este discurso puede insertar en su seno otros discursos para ponerlos en tela de juicio y criticarlos y que el efecto humorístico se activa a causa de la inversión y no de la aceptación de los valores dominantes.

Sonia Sierra Infante (2012), al estudiar el humor como arma crítica contra el poder en los enunciados producidos por el movimiento 15M en España en la red, observa que la intertextualidad suele estar siempre al servicio de la reivindicación vehiculada a través de la comicidad. A este respecto la autora afirma:

“(...) las voces prestadas por todos conocidas –títulos o argumentos de libros, canciones, frases hechas, marcas comerciales, etc.- se incorporan, normalmente tergiversadas y sacadas de contexto, para provocar el humor y, a la vez, realizar una crítica” (2012:614).

Sierra Infante coincide, por supuesto, con Tsakona (2007) en que el efecto cómico deseado no podría lograrse si los receptores no compartieran los elementos de referencia necesarios y añade que, en el caso que estudia, estos elementos eran bien conocidos por una gran mayoría de la población española.

Un ejemplo interesante son las manifestaciones de protesta contra La Caixa en Barcelona en mayo de 2012 y el *hashtag* #LaCaixaEsMordor, creado para publicitarla. En los carteles circulados por la red a través de este *hashtag* aparece la torre negra de las oficinas principales de La Caixa en la avenida Diagonal de Barcelona con un ojo que la transforma en la Torre de Mordor, donde habita el mal en la conocidísima novela de John Ronald Reuel Tolkien *El señor de los Anillos*. La Caixa-Mordor, de la misma manera, es defendida por los “Orcos d’Esquadra” un juego de palabras con clara alusión a la policía autonómica catalana (*mossos d’esquadra*) y la represión de las manifestaciones por parte de la misma.

Aunque se trate de un discurso humorístico crítico que no pertenece al humorismo gráfico (aunque mantiene cierta similitud si pensamos en la importancia de la representación óptica y la brevedad de su discurso), nos puede servir de ejemplo para comprobar como la intertextualidad activa el efecto cómico desde un punto de vista crítico y no reproductivo de la ideología dominante.

Así que dudamos de que la intertextualidad y el uso de referencias culturales puedan determinar el signo conservador o progresista del humor gráfico: lo que sí nos parece incuestionable es que determinan la comicidad de este discurso como también la constitución global de su significado.

Ahora bien, no toda la referencialidad del discurso del humorismo gráfico se puede restringir al concepto de intertextualidad: en efecto hay referencias históricas, geográficas, políticas, mediáticas y un variopinto y largo etcétera. Pensamos que para su estudio sería útil clasificarlas en dos grandes categorías, a saber:

a. Referencias culturales, relacionadas con el conocimiento del mundo, los símbolos que representan una entidad nacional o supranacional, los hechos que determinaron su devenir histórico y, en general, todo lo que representa la conciencia colectiva de una sociedad, el *imaginario social* en términos de Cornelius Castoriades,⁹ y

b. Referencias contextuales, relacionadas con la coyuntura sociopolítica concreta, con los hechos políticos, económicos y sociales que tienen lugar en un determinado momento y lugar y sobre los cuales el humor gráfico político aporta un comentario, una valoración o un juicio determinado.

En el caso de las referencias culturales podría mencionarse una pléyade de diferentes ejemplos correspondientes al uso ampliamente extendido de este recurso para construir el significado: desde el uso de una bandera para denotar un país, la alusión gráfica a cuadros de pintura conocidos (*El grito de Munch* en innumerables variaciones), la alusiones mitológicas de la tradición grecolatina (Zeus con el trueno para denotar ira o enfado), alusiones de la religión cristiana (la serpiente de la sabiduría y la caída del Paraíso), históricas (iconografía medieval con caballeros en Las Cruzadas), literarias (personajes de novelas como Don Quijote y Sancho Panza), cinematográficas (Vito Corleone, Harry Potter o ET) y un sinfín de aspectos diferentes del contexto cultural de una comunidad.

Pues, ser miembro de un grupo o de una comunidad cualquiera, desde el ámbito familiar, la comunidad de vecinos, la ciudad, el país, etc. y hasta el sentido más universal de la existencia humana, implica establecer un continuo diálogo con representaciones culturales y simbólicas a través de las cuales creamos significados a la vez que los reconstruimos y renovamos. Y en este aspecto, el humor gráfico no podría ser una excepción.

Veamos un ejemplo de la creación de sentido a través del uso de referencias culturales en el humor gráfico. Es el ejemplo del uso de la cultura popular estadounidense en los *editorial cartoons* de la campaña electoral de 2004 en EEUU que constituye el objeto de estudio de Joan Connors (2007). Para proceder a este análisis la autora se basa en entrevistas de humoristas gráficos que han sido protagonistas de dicha campaña y que recurren con frecuencia a los símbolos de la cultura popular estadounidense para crear sus viñetas.

Según Connors, la imagen de Frankenstein, uno de los monstruos cinematográficos más populares sirve de este modo para configurar al candidato a la presidencia del Partido Demócrata, John Kerry, mientras que George Bush Junior, su rival republicano, suele ser representado de vaquero. Imágenes irónicas y cargadas de connotaciones para la sociedad norteamericana.

¿Por qué los autores recurren a ellas? Steve Benson, humorista gráfico del periódico *Arizona Republic* explica en una entrevista que las imágenes de la cultura popular le acercan a su público porque las conoce y permiten que el lector se identifique con ellas. En sus palabras: "(...) pop culture helps convey the message to a reader's reality, and tries to communicate to readers on their level" (2007:264).

En cuanto a las referencias contextuales basta con repetir que el humor gráfico político es un comentario periodístico sobre la actualidad política y, como tal, no puede ser

⁹Para un análisis del concepto del imaginario social en Castoriades ver: Olivier Fressard (2006) El imaginario social o la potencia de inventar de los pueblos, *Trasversales*, 2.

entendido si se desconocen los datos de ésta. Como Steimberg (2001) anota el humor gráfico es un discurso sobre discursos, es decir, un metadiscurso.

Malavé (2005) llama la atención a este aspecto cuando afirma que se trata de un *hecho de metacomunicación* pero también a la hora de aportar su propia definición del género resumiendo en qué consiste:

“(...) consiste en una representación de situaciones sociales conocidas mediante la combinación de un código icónico y un código verbal (aunque no en el mismo grado ni de forma imprescindible) que traslada implícitamente reflexiones u opiniones a través de técnicas ingeniosas de condensación de ideas y rupturas de sentido” (2005:117).

Estas *situaciones sociales conocidas* son las referencias contextuales necesarias para que este acto comunicativo pueda realizarse.

Para concluir, podemos afirmar que el humor gráfico político es un discurso periodístico mixto óptico-verbal, breve, atractivo e ingenioso que explota las referencias culturales y contextuales compartidas entre el autor y los lectores para aportar un comentario crítico de la realidad sociopolítica.

3. HUMOR Y COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ACTUALIDAD

3.1. INTRODUCCIÓN

Como ya hemos indicado, el humor gráfico como género periodístico en la prensa diaria está mayoritariamente insertado en la sección de opinión de la prensa impresa o digital al constituir un tipo especial de comentario político, que en vez de optar por un discurso expositivo-argumentativo como el resto de aportaciones de la misma sección, opta por combinar dibujo y palabra para transmitir un mensaje que, a nuestro parecer, se podría traducir y transformar en una argumentación perfectamente articulada.

Aparte de la trasmisión concisa de un mensaje político detrás del que se encuentra una estructura argumentativa determinada tenemos que resaltar también la polémica política que es capaz de levantar este tipo de comentario visual, polémica que en ocasiones ha desembocado en largas discusiones en los medios de comunicación y en la sociedad.

En resumidas cuentas, opinamos que el humor político forma parte del discurso político que se produce en los medios de comunicación y es uno de los componentes de lo que constituiría en la actualidad la deliberación pública y política; en términos habermasianos lo que constituiría en la actualidad la esfera pública. De ahí que, a nuestro parecer, su estudio se encuadre en el campo de la comunicación social y, en concreto, de la comunicación política.

Por esta razón, antes de entrar en detalle en el estudio del humor político, creemos oportuno describir, aunque sea escuetamente, el panorama actual de la comunicación política. Para eso necesitamos en primer lugar averiguar el papel de los medios

de comunicación en la esfera pública de la sociedad actual y la deliberación política que se desarrolla en su seno y, en segundo, fijarnos en las relaciones del sistema de los medios con el sistema político social y económico establecido a fin de explicar el contenido y funcionamiento de esta deliberación política, parte de la cual es el humor político. Nuestra pretensión es ir de lo general a lo particular para contextualizar el estudio del humor político dentro del campo de la comunicación política.

De este modo este apartado se divide en dos fragmentos:

En el primero, nos centramos en el concepto habermasiano de la esfera pública y en algunas de las cuestiones que han surgido con motivo de su análisis y presentamos esta discusión en términos actualizados. A continuación, estudiamos la dimensión estructural y representativa de la esfera pública en la actualidad y presentamos brevemente algunas de las voces alternativas que han surgido en su marco.

En el segundo, nos centramos en el humor político como discurso crítico en general y como discurso crítico en los medios de comunicación en particular y desarrollamos la polémica de la función social del humor político visto en términos de control y/o de resistencia social.

3.2. ESFERA PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En su libro *The Structural Transformation of the Public Sphere* publicado en 1962, el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas (1991) introdujo una noción que iba a tener importante repercusión en el campo de las ciencias sociales y las humanidades y, por supuesto, dentro de ellas en la comunicación social, nos referimos a la noción de la *esfera pública*.

La esfera pública, en contraposición con la esfera privada, distinción que tiene su origen en la democracia de Grecia clásica y la antítesis entre la *polis* y el *oikos*, como anota John Thompson (2011), es el espacio de la vida social en el que "(...) individuos privados se reúnen para formar un cuerpo público" (Habermas, 1974:49). La esfera pública es, según Habermas, un espacio intermedio entre la sociedad y el Estado, y es el espacio donde se forma, a través de la crítica y el intercambio de opiniones razonadas, la opinión pública de los ciudadanos, es decir, la postura que toman ante la situación económica, social y política de la etapa histórica en la que viven.

Este espacio de la esfera pública es nacido, según Habermas, en el seno de la sociedad burguesa del siglo XVIII y está inicialmente vinculado a la lucha de la burguesía contra los estados despóticos, tal como explica John Keane (1997). Este proceso de lucha por la imposición de los imperativos económicos, sociales y políticos de esta nueva clase social y su paulatina implantación como fuerza dominante en las sociedades europeas, hicieron posible el surgimiento de dos factores clave para la consolidación de la esfera pública burguesa: la prensa periódica y los nuevos centros de sociabilidad como los salones y los clubes de la época que se convirtieron en lugares abiertos de discusión pública.

Habermas resalta la importancia de los medios de comunicación y, en este caso de la prensa, como mediadores e intensificadores de la discusión pública. Garantizar el libre acceso del público a la información es una norma para el modelo liberal de la esfera pública y una de las funciones principales de la prensa, al menos, en esta primera fase del capitalismo liberal, según el filósofo alemán (Habermas, 2006). Y eso es así porque no se puede formar una opinión crítica y razonada sobre los asuntos

públicos si no se dispone de la información necesaria. La información suministrada por los medios de comunicación es, pues, considerada como requisito indispensable para la argumentación política y el ejercicio crítico de la razón, derecho y obligación de todo ciudadano en un estado democrático.

Sin embargo, según el autor, con la constitución del estado burgués y la consolidación del dominio económico y social de esta clase, la prensa deja de desempeñar este papel activo en la discusión política y se dirige a prácticas lucrativas y comerciales que la desorientan de su principal función en la esfera pública. Este proceso degradante irá en aumento y determinará la esfera pública de las sociedades contemporáneas del capitalismo avanzado.

Es lo que Habermas denomina “refeudalización” (Habermas, 1974:54) de la esfera pública, refiriéndose al protagonismo que cobran las organizaciones privadas que, en la pugna por hacer que prevalezcan sus intereses económicos, hacen caso omiso a los atributos democráticos que deberían caracterizar la esfera pública. Este proceso de “refeudalización” de la esfera pública es obvio en los medios de comunicación que al ser vinculados con los poderes económicos pierden su independencia y dejan de ser un espacio abierto de deliberación pública.

Pero, antes de entrar en más detalle en la cuestión de los medios de comunicación y su significación en la esfera pública de las sociedades actuales, que constituye nuestra principal tarea en este apartado, es conveniente mencionar algunas de las críticas más constructivas que se han hecho, a nuestro parecer, al concepto base de la esfera pública habermasiana.

3.2.1. Cuestionar la esfera pública habermasiana

Idear un espacio público abierto al razonamiento crítico de los ciudadanos que explotan las oportunidades que les ofrece la prensa y la deliberación pública para llegar a decisiones consensuadas y legítimas en defensa del bien común no deja de ser una abstracción histórica.

Una de las primeras cuestiones que han ocupado el interés de los estudiosos que analizan y critican el concepto de esfera pública de Habermas es justamente su supuesto carácter abierto e inclusivo. De ser verdaderamente abierta, la esfera pública burguesa debería incluir a las mujeres y, por supuesto, a representantes de las demás clases sociales.

Y este es uno de los puntos cardinales de la crítica que ejerce Thompson (1996) al concepto habermasiano de esfera pública, pues, fue supuestamente de acceso universal porque en realidad fue limitada a élites y, en concreto, a la élite burguesa. Además, este autor llama la atención al hecho de que en el periodo histórico de la creación de la esfera pública burguesa, es decir la segunda mitad del siglo XVIII y primera del siglo XIX, se creó también una esfera pública de los movimientos sociales, que Habermas no incluye en su análisis. Es el movimiento obrero en estado embrionario al que le corresponden otros lugares de encuentro y coloquio y otra prensa comprometida con sus propios intereses. Omitir este aspecto significa desacertar en la descripción de la esfera pública de la época histórica estudiada.

Además, como indica Geoff Eley (citado en Thompson 1996) no hay que olvidar que la relación entre estos movimientos populares y la esfera pública burguesa era una relación dinámica y conflictiva que determinó la formación y la evolución del espacio social burgués. Thompson opina que Habermas al no examinar esta dinámica social

en sus verdaderas dimensiones llega a un concepto abstracto e idealizado de la esfera pública burguesa.

Joan Landes (citada en Thompson 1996), por otra parte, centra su crítica en la discriminación de género. En efecto, este espacio público “abierto” tampoco tolera la presencia de las mujeres y reproduce sin más el esquema patriarcal del poder según el cual el intelecto y el espacio público pertenecen a los hombres y el cuerpo y el espacio privado-familiar a las mujeres.

El carácter abierto e inclusivo de la esfera pública no es el único punto cuestionado del análisis de Habermas, también ha sido objeto de críticas el papel que desempeñan los medios de comunicación en ella. Habermas introduce el concepto ya mencionado de la “refeudalización” de la esfera pública para indicar los cambios que los medios de comunicación han sufrido en las sociedades capitalistas avanzadas. La clave de este cambio es la dominación y prevalencia de los imperativos comerciales a los valores democráticos y la consecuente debilitación de la función crítica de los medios de comunicación en esta segunda etapa.

Para poder cumplir esta función crítica y para poder constituir un foro abierto de deliberación pública a través de la cual se pueden formar opiniones y voluntades razonadas, es absolutamente necesario que los medios de comunicación sean independientes del sistema económico y político dominante, según observa Habermas en sus estudios más recientes sobre este tema (Habermas, 2006). Nada más lejos de la realidad en las sociedades occidentales contemporáneas, lamenta Habermas, e indica la inexorable pérdida de este espacio de deliberación pública y la relación asimétrica actual entre los medios de comunicación y sus audiencias.

Sin embargo, parece que Habermas en su análisis parte del presupuesto que en la esfera pública liberal burguesa sí que ha habido una “edad de oro” de los medios de comunicación, una etapa durante la cual fueron el epicentro de la deliberación pública y de la crítica de la sociedad al Estado y al Poder, para luego corromperse y decaer en espacios controlados por intereses particulares.

Presupuesto que, sin embargo, puede ponerse en entredicho si tomamos en consideración las exclusiones de clase y de género ya mencionadas y la imagen histórica esquematizada que describe Habermas al referirse a esta primera fase de la esfera pública burguesa.

Pero incluso cuando se refiere a la esfera pública en la segunda etapa avanzada del capitalismo liberal no acierta, según Thompson (1996), en comprender la relación entre los medios de comunicación y sus audiencias y la reduce a un esquema unidimensional emisor-receptor que remite a la visión pesimista de la Escuela de Frankfurt y al concepto de receptor pasivo y manipulado por los medios.

Empero, la nueva realidad de los medios de comunicación es mucho más compleja y requiere nuevos conceptos para ser captada e interpretada en sus verdaderas dimensiones. Hablar de “refeudalización” de la esfera pública no ayuda a la comprensión de este nuevo panorama, pues, para Thompson, se basa en una comparación equívoca e inadecuada. Además, el concepto de deliberación y diálogo que sustenta toda la teoría de la esfera pública de Habermas, remite más al el diálogo hablado y directo de la asamblea popular de Pnyx en la democracia ateniense que a las sociedades occidentales mediatizadas. Los medios de comunicación han creado una nueva forma de diálogo público y, por ende, una nueva forma de sociabilidad.

Keane (1997) llama también la atención en este aspecto e indica como en la actualidad Internet ha cambiado completamente el sentido de la distinción entre público y privado. En efecto, podríamos preguntarnos ¿Son las discusiones a través de Facebook o Twitter públicas o privadas? ¿Y las narraciones o los textos expositivos y argumentativos de los blogs? Y en última instancia ¿Cómo deberíamos matizar o reformar la clásica distinción público/privado para hacerla corresponder a la nueva realidad mediática? No pretendemos, ni mucho menos responder aquí estas preguntas, lo que nos parece, sin embargo, necesario es actualizar los términos de la discusión alrededor de la esfera pública.

3.2.2. Actualización del concepto de esfera pública

Un esfuerzo por adecuar el concepto a la actualidad mediática ha sido llevado a cabo por Keane (1997) que niega tajantemente el carácter unitario y homogéneo de la esfera pública habermasiana y aboga por el pluralismo y la apertura cognoscitiva de este horizonte teórico. Keane opina que no hay una sino varias esferas públicas que pueden coexistir, entrelazarse o incluso entrar en colisión. En resumen, tres son los niveles básicos en los que se articula la esfera pública en la actualidad según este autor: la microesfera, la mesoesfera y la macroesfera pública.

En la microesfera Keane sitúa la vida pública en el nivel local, en el intercambio familiar y amistoso de opiniones, en la cafetería con los compañeros de trabajo, en el círculo literario o incluso en la parroquia. Destaca que la microesfera pública es el ámbito favorable de los movimientos sociales de pequeñas organizaciones, iniciativas, contactos locales de signo solidario y reivindicaciones para la igualdad de género, de raza, etc. Son movimientos sociales que enfocan su atención en el aquí y ahora de una comunidad dada y que están inmersos en su vida cotidiana.

La mesoesfera pública iría a corresponder al estado-nación aunque su magnitud puede superar las fronteras nacionales y formarse por comunidades lingüísticas, caso del alemán en suiza y, también, del español hablado en diferentes naciones. Los medios de difusión general como periódicos nacionales, *talk shows* televisivos, radiofonía de emisión nacional, etc., son los espacios donde tiene lugar la discusión pública sobre los aspectos que supuestamente son de interés común. Las microesferas presionan “desde abajo” las mesoesferas que se componen de medios tanto públicos como privados.

Las macroesferas públicas son de ámbito mundial o regional, caso de la UE y aquí es donde se da el fenómeno de la concentración internacional de las empresas de comunicación de masas y de la formación de un macropúblico que presta su atención a eventos de interés global. Estos eventos, como son por ejemplo las reuniones cumbres de líderes nacionales o de organizaciones internacionales (FMI, G20, etc.) o incluso competiciones deportivas y culturales, se producen en las macroesferas pero suelen ser reproducidos en las meso y las microesferas. En este ámbito de macroesfera pública se incluiría, sin lugar a dudas, también Internet y las redes globales de comunicación.

Ahora bien, los tres estratos de la esfera pública que propone Keane, sin duda, amplían el marco de referencia de la esfera pública habermasiana y le aportan un carácter más plural y adecuado a la realidad actual, aunque esto no significa que expliquen los cambios cualitativos de la distinción entre lo privado y lo público que conlleva la nueva realidad mediática.

Thompson (2011) al referirse a la proliferación de las nuevas tecnologías de comunicación que en las sociedades contemporáneas invaden continuamente nuestras vidas, resalta la necesidad de reelaborar el concepto de distinción entre lo público y lo privado. En esta reelaboración se deben tener en cuenta los “límites cambiantes” entre estos dos aspectos de la vida social, límites porosos y sujetos a continua negociación y reconsideración de sus términos definitorios.

De este modo, Thompson, basándose en el análisis de Hannah Arendt sobre la vida pública y privada en Grecia Antigua (análisis que también constituyó el antecedente de la teoría de la esfera pública de Habermas) elabora un nuevo concepto, el concepto de la *visibilidad social* que le permitirá plantear bajo una nueva óptica la distinción entre lo público y lo privado.

La vida pública se caracteriza por la presencia de las personas en determinadas coordenadas espaciotemporales, a fin de formar una asamblea en la que pueden deliberar sobre asuntos de interés común y ser informados sobre varios aspectos de la vida de la comunidad. Las personas que participan en esta asamblea son vistas y oídas en directo, son visibles por los demás en su calidad física y también intelectual por cuanto intercambian opiniones y argumentos. Es la visibilidad correspondiente al diálogo público, digamos, clásico que es el punto de referencia de la teoría de la esfera pública de Habermas, la visibilidad del ágora ateniense o de la esfera pública burguesa del siglo XVIII y de principios del XIX.

En cambio, la esfera pública contemporánea creada por los medios de comunicación electrónicos es caracterizada por un tipo de visibilidad diferente. Es la visibilidad mediática *desespacializada*, por cuanto la información y el diálogo sobre asuntos de interés común tienen lugar fuera de las coordenadas espaciotemporales de las personas que participan en este diálogo. Esta visibilidad indirecta puede ser unidireccional, en el caso de medios de comunicación como la prensa, la televisión o la radio, etc., pero también bidireccional o interactiva en el caso de Internet, pero, sea como fuera, lo cierto es que supone un cambio cualitativo para la formación del espacio público y privado de las sociedades contemporáneas.

Y es que en el espejismo de la visibilidad mediática se pierden las fronteras, antes claramente definidas, entre estos dos aspectos de la vida social. Thompson ejemplifica su análisis con los cambios que ha sufrido la imagen pública de los líderes políticos, al publicar datos de su vida privada a fin de crear una sensación de “cercanía” y “familiaridad” a los ciudadanos. Pero más allá de este ejemplo, para Thompson el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación han contribuido a que se diluyan los límites entre lo público y lo privado y a que surjan espacios híbridos como son los medios sociales de uso cada vez más extendido en las sociedades contemporáneas.

La paradoja de este carácter híbrido es también captada por Manuel Castells (2008) al introducir el término de comunicación personal masificada (*mass self communication*) para referirse a esta nueva forma de comunicación social basada en Internet que, por una parte, es masiva porque potencialmente podría llegar a un público global pero, por otra parte, es personal a nivel de contenido y edición. Castells aclara, no obstante, que esta “revolución” en cuanto al medio no determina ni el contenido ni el efecto que puede tener este tipo de mensaje comunicativo. Lo que es innegable es que las reglas del juego han cambiado en la nueva *esfera pública global* constituida por espacios comunicativos multimodales.

Peter Dahlgren refiriéndose a “la transformación cibernética de la esfera pública”

(Dahlgren, 2005:151) y a su contenido y efecto en las sociedades contemporáneas, observa que coexisten dos perspectivas diferentes: por una parte, una perspectiva positiva, según la cual la nueva realidad mediática es un espacio adecuado para la cultivación de iniciativas civiles que traen a la superficie nuevas voces políticas y crean nuevas formas de compromiso político en la ciudadanía y, por otra, una perspectiva negativa, según la cual la deliberación democrática ocupa un espacio minoritario siendo el consumismo, el entretenimiento y el diálogo apolítico las tendencias principales. Y eso es así porque la lógica del mercado rige y domina la esfera pública cibernética y, consecuentemente, determina el contenido de la deliberación desarrollada en ella.

Otra característica importante de la Red, según Dahlgren, es su impresionante heterogeneidad que, en la comunicación política, puede llegar a crear una cacofonía de múltiples actores y mediadores políticos y conducir a la fragmentación y la dispersión comunicativa. Una dispersión que, entre otras cosas, desfavorece una intervención política efectiva por parte de la ciudadanía que al no encontrar la conexión entre la red y la vida real puede caer en la apatía política.

Y este es un punto crítico para la esfera pública cibernética que pone en cuestión su calidad como tal, pues, la deliberación pública o política tiene como fin último, según Habermas, la formación de opiniones consensuadas a fin de tomar las decisiones políticas correspondientes. Así que, una deliberación pública alejada del proceso de la toma de decisiones políticas es de por sí deficiente e insuficiente. Ciertamente es que este no es un problema exclusivo de la esfera pública cibernética sino que atañe al conjunto de la deliberación política que tiene lugar en las sociedades contemporáneas y constituye uno de los huecos más llamativos de las democracias occidentales, aunque ésta es una discusión diferente en la que no pretendemos entrar.

La breve mención a las características de la esfera pública digital obedece a la necesidad de ampliar y adecuar a la realidad actual el concepto de esfera pública habermasiana que fue el punto de arranque por ser el espacio social donde se libra la batalla de la discusión pública y, en última instancia, de la comunicación política. Y sea cuales fueran las críticas y diferentes perspectivas desde donde se puede mirar este espacio social, es indudable que Habermas consigue definir acertadamente su estructura fundamental: la deliberación o diálogo razonado sobre una temática de interés común o público. Así, el espacio de la esfera pública, independientemente del medio en el que se desarrolla y de los cambios que este medio conlleva en la comunicación, no deja de ser un espacio de deliberación sobre asuntos públicos.

Como Dahlgren (2005) anota, a pesar de los problemas y ambigüedades que la noción habermasiana haya provocado, el concepto de la esfera pública sigue siendo operativo tanto a nivel empírico como normativo. Dahlgren, a fin de elaborar analíticamente el concepto en el marco de la comunicación política, distingue tres dimensiones constitutivas de la esfera pública: la dimensión estructural, la dimensión representativa y la dimensión interactiva de la esfera pública.

La dimensión estructural, descrita escuetamente, corresponde a la economía política de los medios, el estado de propiedad, el control económico y la financiación de los medios. También la dimensión estructural se relaciona con asuntos de índole democrática como la libertad de expresión, el acceso de la ciudadanía a los medios y la correspondiente dinámica de exclusión o inclusión de los ciudadanos en estos espacios comunicativos.

La dimensión representativa incluye cuestiones clave de la comunicación política en los medios como la cuestión del *agenda setting*, el discurso y la retórica preferida, la

pluralidad de puntos de vista o la falta de ella, y las diferentes tendencias ideológicas. Intentando ser lacónicos podemos afirmar que esta dimensión se relaciona con las temáticas, los contenidos y los discursos que están representados en los medios de comunicación.

La dimensión interactiva, finalmente, hace referencia a la recepción e interpretación del discurso producido en los medios por el público, por los ciudadanos. Teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la comunicación, Dahlgren establece dos aspectos de dimensión interactiva, el encuentro de los ciudadanos con los medios y el encuentro entre los ciudadanos a través de los medios.

Este análisis nos es útil puesto que nos interesa continuar la discusión sobre la deliberación política que se desarrolla en la esfera pública constituida en la actualidad tanto por los medios digitales como por los convencionales que constituyen las dos fuentes principales del material de la presente investigación.

En concreto, nos interesa entrar en detalle en las dos primeras dimensiones de la esfera pública, la estructural y la representativa para estudiar el marco institucional y discursivo en el que se despliega la deliberación política, parte de la cual es el humor político que constituye nuestro objetivo. Optamos por dejar de lado la dimensión interactiva puesto que expresamente no pretendemos entrar en la cuestión de la recepción del discurso mediático, ni de su efecto a la deliberación pública.

Ahora bien, antes de entrar en estos temas creemos oportuno concluir nuestra breve mención al pensamiento de Habermas con unas observaciones sobre el devenir de su teoría sobre la esfera pública y el diálogo político.

Primero hay que indicar que Habermas mismo en sus escritos más recientes (Habermas, 2006), advierte de la falta de autonomía del sistema mediático y del acceso privilegiado de grupos de intereses a éste y lamenta que la comunicación política producida en los medios de comunicación, aunque sea voluminosa, no dispone de los elementos básicos de una deliberación pública propiamente dicha.

La evolución del pensamiento habermasiano sobre la deliberación pública en los sistemas democráticos conduce a la formulación de la Teoría de la Acción Comunicativa (Habermas, 2011). La acción comunicativa es un tipo de acción social cuyo objetivo substancial es la consecución del entendimiento, condición *sine qua non* para que los humanos puedan coordinar sus acciones sociales. Llegar a un acuerdo significa basarse en mutuas convicciones y eso es posible a través de un diálogo razonado y crítico entre las partes implicadas en el proceso. En este sentido, el lenguaje es para Habermas un discurso comunicativo emancipatorio y constituye el núcleo de la *razón comunicativa* que en contraposición con la *razón instrumental* no busca simplemente la satisfacción de unos fines por sí mismos sino que intenta alcanzar la comprensión mutua de los sujetos sociales.

La *razón comunicativa* es un concepto complementario del *mundo de la vida* (un espacio de significados compartidos, un horizonte comunicativo marcado por la lengua y la cultura) mientras que la *razón instrumental* es relacionada con la *lógica sistémica* (que se refiere, sobre todo, al sistema económico y al sistema administrativo). La patología de las sociedades contemporáneas consiste en la colonización del mundo de la vida por la lógica sistémica, en la imposición de la razón instrumental que busca un fin por sí mismo, el éxito por sí mismo, sobre la razón comunicativa que busca la interacción, la deliberación, el diálogo democrático.

¿Y los medios de comunicación? ¿Son el espacio de la acción comunicativa y de la deliberación pública por excelencia o han sido, al menos en parte, colonizados por la lógica del sistema económico y administrativo y funcionan como sus privilegiados portavoces?

3.2.3. Dimensión estructural de la esfera pública

Ignacio Ramonet (1999) resume en tres palabras la ideología dominante del capital internacional que adquiere el poder económico en la modernidad tardía (un capital que no es industrial como en la época anterior sino financiero y especulativo): el pensamiento único. El pensamiento único es la ideología neoliberal que domina el globo y su dogma principal es que la economía es superior a la política.

Según esta posición ideológica el mercado tiene la capacidad de auto-regularse, la conocida *mano invisible* de Adam Smith (citado en Sotomayor 1999) que cuando es necesario introduce las rectificaciones oportunas, y el estado no debe impedir su función. Menos estado y más mercado y, por supuesto, menos restricciones nacionales o locales para la interminable concentración del capital financiero internacional.

Otras consignas fundamentales del pensamiento único, según Ramonet, son la competitividad, el librecambio sin limitaciones y la mundialización tanto de la producción industrial como de los flujos financieros. Los principios fundamentales de este pensamiento son reproducidos y reiterados monóticamente por los medios de comunicación dominantes y, "(...) particularmente, por las «biblias» de los inversores y bolsistas –*The Wall Street Journal*, *Financial Times*, *The Economist*,..., etc.– propiedad, con frecuencia, de los grandes grupos industriales o financieros" (1999:4).

Repetición equivale a demostración en nuestras sociedades mediáticas, advierte Ramonet, y define los medios de comunicación dominantes como los aparatos ideológicos de la globalización financiera y como los principales defensores del pensamiento único.

Carlos Álvarez de Sotomayor (1999) consiente en que el pensamiento único constituye el imaginario social dominante en la actualidad y remite a Herbert Marcuse y su obra clásica *El Hombre Unidimensional* para ilustrar la supremacía de un sistema ideológico que no admite ningún tipo de oposición y que invade todas las zonas de la vida individual y colectiva de las personas. Para Sotomayor dos son los pilares fundamentales de este sistema ideológico que coincide con el pensamiento único de Ramonet: la *tecnolatría* y la consecución de determinados fines.

La *tecnolatría* es la sacralización de la ciencia técnica, la incuestionable necesidad de mejorar y sustituir indefinidamente los aparatos tecnológicos, el incesante avance técnico y tecnológico; avance que, para esta óptica, es la quintaesencia del progreso humano. La creencia base es que el futuro del género humano depende del continuo desarrollo y de la expansión de sus posibilidades técnicas y tecnológicas. En segundo lugar, la consecución de determinados fines nos remite a la ya mencionada razón instrumental habermasiana, aunque en este caso no hace referencia a fines plurales sino a un único fin: aumentar las ganancias.

La persecución del lucro es, en efecto, la fuerza motriz tanto de las empresas industriales y financieras como también de las mediáticas, siendo la continua innovación tecnológica la base de su desarrollo y expansión mundial.

La persecución del lucro, junto a la estructura de la propiedad de las empresas mediáticas que favorece la continua concentración de los recursos económicos y financieros, constituye, según Herman y Chomsky (2006), uno de los “filtros” a través de los cuales pasa la información política que se edita en los medios a fin de que esta información sea apropiada al discurso hegemónico de las élites “del dinero y del poder”. Este filtro permite la marginación de las voces disidentes a la vez que asegura la difusión del discurso hegemónico a gran escala.

Este punto de la teoría de Herman y Chomsky que, dicho sea de paso, ha sido criticada como simplista y, en última instancia, como una teoría de conspiración (Nikos Demertzis, 2002), no deja de ser relevante por cuanto relaciona el contenido de los medios de comunicación con la estructura de la propiedad y la mercantilización de los mismos, asuntos que nos introducen en el campo de estudio de la economía política de los medios. Pues, sin duda, la estructura de la propiedad de los medios, las condiciones de producción que los rigen y su relación con el resto de los sectores económicos, son factores determinantes para definir tanto su función social como la deliberación política que se puede desarrollar en su marco.

En cuanto a la estructura de la propiedad de los medios de comunicación, en la actualidad son numerosas las contribuciones de los estudiosos que han insistido en la tendencia de concentración de los medios en grandes conglomerados y las consecuencias que este hecho implica para su carácter y funcionamiento.

Una contribución muy importante al respecto es la de McChesney (1999, 2003) que describe en detalle la emergencia de un mercado mediático global dominado por unas cuantas empresas transnacionales estadounidenses, entre ellas, General Electric, Disney, Time Warner, y otras. El modelo de los medios estadounidenses basado en el mito de la libertad de prensa, libertad en el sentido de la falta del control gubernamental y estatal ante la iniciativa privada, y caracterizado por su afán lucrativo, trasciende las fronteras estadounidenses y domina el globo.

A partir de 1980, (McChesney y Schiller, 2003), el neoliberalismo o globalización corporativa impone la dominación de las empresas privadas en todas las facetas sociales, medios de comunicación inclusive, y superpone el valor del “mercado libre” a cualquier otra prioridad de la sociedad humana. Las empresas mediáticas estadounidenses u otras al estilo estadounidense ganan terreno a nivel mundial y monopolizan el mercado de los medios de comunicación que llegan a ser el lugar privilegiado para la publicidad comercial, elemento fundamental de conexión entre las empresas comerciales y las mediáticas.

El mantra de las corporaciones mediáticas internacionales es “expandirse o morir” y a fin de conseguirlo es necesario un continuo proceso de privatización y desregulación de los sectores de los medios de comunicación y de las telecomunicaciones. Según McChesney, (McChesney, 1999) en este proceso de expansión se enmarca la integración de las empresas mediáticas nacionales, cuya estrategia, como bien ejemplifica el caso de Sogecable en España, no es competir con las compañías internacionales sino formar parte de ellas y crear un cartel basado en una compleja y ajetreada red de interrelaciones.

Otro factor crucial en este proceso de expansión, como anota Núria Almiron (2006, 2007) es la relación de interdependencia entre los grupos de comunicación y las entidades financieras, pues su continuo crecimiento exige la inversión de grandes sumas de capital. McChesney and Schiller (2003) señalan al respecto que bancos inversores como Goldman Sacks y Morgan Stanley son las principales fuentes de financiación de

los sectores de los medios de comunicación y las telecomunicaciones a nivel global durante las últimas décadas.

En efecto, la explosión del sector informacional tras las importantes innovaciones tecnológicas y su vertiginoso desarrollo, junto a la necesidad del control de los flujos informativos, han atraído durante las últimas décadas el interés irreductible de las empresas financieras. Según palabras de Almiron: “No es de extrañar que aquellos que buscan rentabilizar sus inversiones tanto en términos económicos como políticos hayan trasladado su foco de atención a este nuevo sector” (2006:68). Pues, según la autora, la fusión de la fuerza económica y el control de la información ha llegado a ser la quintaesencia del poder nacional e internacional.

Almiron (2007) apunta que el estudio sobre las interconexiones del sistema financiero y la industria de la información empieza por Cees Hamelink en los años 1980, por cuanto este autor pone su atención en la convergencia de intereses entre estos dos sectores clave de la economía mundial. Una de las conclusiones más significativas de Hamelink (citado en Almiron 2007) para esta relación es que los bancos, a través de la asignación o no de fondos financieros hacia las empresas informativas pueden influir de modo determinante en los asuntos fundamentales de la política de estas empresas. Es decir, que los bancos a través del suministro de capitales, absolutamente necesarios para la existencia y desarrollo del sector informativo, pueden controlar qué empresas podrán sobrevivir en el mercado informativo y qué tipo de información podrá alcanzar mayor circulación. Existe, pues, una relación de subordinación dado que la banca puede determinar, aunque indirectamente, el carácter y contenido de los medios de comunicación.

Sin embargo, desde aquel momento hasta hoy el capital financiero internacional no ha hecho más que crecer vertiginosamente hasta incluso sobreponerse al capital industrial y productivo, proceso de financiarización de la economía (Almiron, 2007 y 2006), con importantes consecuencias en todas las facetas de la vida económica, social y política y, por supuesto, en la cultura y la información.

Almiron (2007) estudia los cambios que implica la financiarización de la información en las relaciones de poder entre los actores bancarios y los grupos de comunicación y pasa a definir estas relaciones no en términos de subordinación de los segundos a los primeros sino en términos de lógicas compartidas. En sus palabras:

“Cuando las lógicas financieras subordinan a las lógicas industriales en el mismo seno de los grupos de comunicación, no es posible hablar de supeditación de la empresas de comunicación a la banca sino de integración de la primera a la lógica de la segunda y, por tanto, de lógicas compartidas” (Almiron, 2007:51).

Siendo partícipes de la misma lógica, es erróneo buscar cómo las empresas bancarias controlan las mediáticas. Su relación tiene que ser vista desde el prisma de sus objetivos comunes y sus intereses convergentes, pues más que una relación antagónica es una relación complementaria. La autora afirma que “(...) los objetivos de grupos bancarios y grupos de comunicación se complementan y refuerzan mutuamente” (Almiron, 2007:53), siendo los primeros los que controlan los recursos del capital y los segundos, los recursos informativos y comunicativos. Y es estimulante reflexionar sobre lo que significa esta concentración de poder tanto para las clases dominantes como para las dominadas.

El estudio de las relaciones entre el grupo bancario SCH y el grupo mediático PRISA en España desde 1974 hasta 2004 que es la ponencia doctoral de la autora (Almiron

2006) comprueba y refuerza más la afirmación de la compenetración y asociación de los dos sectores y genera preguntas fundamentales para el carácter y el contenido de los medios de comunicación.

Las conclusiones a las que llega Almiron sobre los grupos de comunicación financiados difieren considerablemente de los postulados de la teoría liberal de los medios, según la cual, su principal función es ser guardianes de la libertad y defensores de la igualdad y la justicia social, pues ante cualquier otra cosa son un colaborador estrecho del capital financiero y un poder de mercado.

Este hecho inevitablemente afecta el carácter y el contenido de los medios de comunicación, dado que superpone su función comercial y lucrativa a la social, en plena concordancia con el dogma neoliberal descrito antes por Ramonet. Y una consecuencia de peso de esta inversión de valores es la mercantilización de la información que, a su vez, determina el tipo y la calidad de los discursos que se producen en los medios de comunicación en la actualidad. Entramos así en lo que Dalhgren (2005) denomina dimensión representativa de los medios, en cuya breve análisis procedemos a continuación.

3.2.4. Dimensión representativa de la esfera pública

Al retomar el hilo de la mercantilización de información observamos junto a Ramonet (2011) que la finalidad comercial es, para empezar, contrapuesta a la ética de la información, y la imposición de la primera, necesariamente, menoscaba la importancia de la labor periodística y, en consecuencia, su contribución a la deliberación pública.

Es más, la finalidad comercial de las empresas mediáticas las ha transformado en empresas multimedia, en las que la información periodística es uno de los productos disponibles y, quizá, no el más importante. Estas empresas multimedia han aprovechado las nuevas tecnologías de la comunicación, sobre todo Internet, han agrupado en su seno todo tipo de medios audiovisuales (fotografía, vídeo, sonido, etc.), y han extendido su campo de acción desde la venta de productos y servicios de todo tipo, hasta los espacios de interacción digital simultánea entre los lectores.

La cultura de masas, el marketing publicitario y la información han llegado así a fusionarse hasta constituir en palabras de Ramonet (...) “una única esfera cíclopea” (2011:58), en la que la información periodística se asemeja cada vez más a la distracción y, como ya hemos indicado, es uno de los productos ofrecidos. Uno de los valores que aumentan el precio de este producto es la rapidez con la que los periodistas pueden transmitir el acontecer de los eventos culturales, sociales, políticos, económicos, etc.

La rapidez y la superabundancia de los flujos informativos han cambiado radicalmente el discurso periodístico que dentro del vértigo de la competitividad pierde cada día más fiabilidad, constatación y profundidad analítica. En términos de Dominique Wolton (2005), la noticia se superpone al análisis y el continuo bombardeo de informaciones dificulta la verdadera comprensión de los hechos. El público lector está ante una verdadera contradicción: los medios le sitúan ante un “muro de informaciones” que le impide ver, criticar y entender la información, es “(...) un ignorante saturado de información” (Ramonet, 2011: 54).

Un ignorante saturado de información cuya atención debe ser captada y mantenida a toda costa, dado el imperativo indiscutible de la competencia. Para conseguir atraer el

interés momentáneo se requieren técnicas y estrategias de dramatización, pues más que información lo que se ofrece es un espectáculo que cuenta con narradores, actores protagonistas y secundarios, y en el caso de los medios audiovisuales, con sonido e imagen.

Wolton (2005) refiriéndose a la exageración del discurso informativo actual comenta que esta espectacularización y dramatización de la noticia es acorde a los estereotipos de la cultura periodística actual y, entre otras cosas, es responsable de las temáticas que son elegidas y reproducidas en los medios de comunicación y, sobre todo, en los medios audiovisuales. Dalhgren (2009) anota al respecto que a esta *popularización* de las noticias se debe la orientación cada vez más acusada hacia temáticas como los escándalos políticos, el entretenimiento, los deportes, etc., en detrimento de áreas tradicionalmente importantes como la sociedad, la política y la economía. En efecto, son más las noticias dedicadas a accidentes, asesinatos o celebridades que las que se dedican, a modo de ejemplo, a asuntos laborales como observa McChesney (2003).

Por su parte, Ramonet (2011) opina que este tipo de información-espectáculo se dirige más al nivel afectivo-emotivo del público que a su intelecto, arrinconando y debilitando aún más su capacidad crítica. Cabe recordar aquí a Antonio Gramsci (1971) que había señalado como la pérdida de la capacidad crítica favorece la construcción del consenso y la imposición de la ideología dominante.

Y si pensamos en la importancia que posee la capacidad crítica de los ciudadanos para el funcionamiento óptimo del sistema democrático, veremos que es necesario repararnos en la cuestión de la mercantilización del discurso de los medios y en como ésta afecta la deliberación política que se desarrolla en su marco.

En primer lugar, observamos que la deliberación política reproducida en los discursos mediáticos no es, ni mucho menos, una excepción en la marcada tendencia ya mencionada de la espectacularización o dramatización de la información. El *infotainment*, esta mezcla de información y entretenimiento es, de hecho, una de las características principales de la comunicación política en la actualidad y un tema recurrente en los estudios relativos (Demertzis 2002, Wolton, 2005, Howley 2007, entre otros). Tanto la información política como los debates, entrevistas y otros géneros periodísticos relacionados con la vida política son representados en “formato de espectáculo” como indica Annel Vázquez Anderson (2004:270).

Un espectáculo político que tiene dos protagonistas principales, los políticos y los periodistas. Los políticos no como representantes de ideologías, programas y prácticas políticas sino, sobre todo, como personalidades, como representantes de un perfil social y de un estilo de vida, un *lifestyle*. Es la imagen que se impone al discurso, la imagen que constituye el valor más alto en el marketing político tal y como ocurre con el marketing y la promoción de los productos comerciales. Lo correspondiente al éxito de ventas es, en el campo de la política, el auge de la popularidad y, en última instancia, la posibilidad de aumentar el número de votos.

La publicidad conseguida a través de la exposición en los medios de comunicación es la clave de este proceso. Castells opina que tal como se configura en la actualidad la relación entre los sistemas mediáticos y la política: “Parties and candidates must act in and through the media to reach society” (2010:396). Y en el mismo orden de cosas, Dalhgren (2009) destaca que los medios de comunicación constituyen la escena privilegiada de la política en las sociedades postmodernas al permitir o restringir el acceso a la visibilidad pública.

Los otros protagonistas del espectáculo político son, como ya hemos indicado, los periodistas. Evidentemente no todos los periodistas sino los que tienen el “acceso” y el “privilegio” de codearse con los poderosos. Aquellos periodistas que, según Wolton, pertenecen a un círculo cerrado, “(...) una nomenclatura que se relaciona con el mundo político diplomático y económico” (2005:233).

Periodistas que, como indica Ramonet (2011), son defensores de intereses corporativos y que mantienen una falsa actitud crítica sin perder de vista el objetivo del auge de las audiencias y de las correspondientes ganancias para la empresa. Periodistas que pugnan por la consolidación y la consagración de su papel como mediadores imprescindibles entre políticos y ciudadanos. Periodistas que restringen la deliberación política en la estrechez de su óptica ideológica y los intereses político-económicos que defienden y que no dejan espacio a la presentación de puntos de vista alternativos ni a personas que pudieran cuestionar su doctrina.

Wolton (2005) observa la facilidad con la que los periodistas de los medios de comunicación dominantes caen en el conformismo de repetir estereotipos, de invitar a las mismas personas (políticos, “expertos” o incluso a otros periodistas) para establecer diálogos planeados y previsibles a fin de llegar a conclusiones prefabricadas. Pues los representantes principales del gremio conciben el establecimiento de una agenda común y el posicionamiento homogéneo ante los temas que esta agenda incluye como una señal de profesionalidad.

Los dos principales protagonistas de la deliberación política mediatizada han establecido un amplio complejo de interrelaciones a nivel profesional, económico o incluso personal, la “endogamia político-mediática” en palabras de Ramonet (2011:50) que, entre otras cosas, funciona como un mecanismo de legitimación mutua. Los periodistas legitiman su labor de intermediarios a través del acceso a las fuentes políticas y los políticos su visibilidad pública y la construcción de un perfil social atractivo a través de los periodistas.

¿Y los ciudadanos, el público al que se dirige el espectáculo político? ¿Qué papel desempeña este factor en la comunicación política que tiene lugar en los medios? Al referirse a los destinatarios de la información periodística comercializada y de la deliberación política espectacularizada de los medios, autores como, Dalgren (2009), Ramonet (2011), Vázquez Anderson (2004), Howley (2007), Holborow (2007) y Méndez y Morales (2010) indican que este tipo de discurso mediático más que a ciudadanos se dirige a consumidores.

Marnie Holborow (2007) en su estudio sobre el lenguaje y la ideología neoliberal dominante observa la uniformidad lingüística que esta ideología impone al traducir varios aspectos de la vida social, como por ejemplo la educación, en términos económicos de competitividad, rentabilidad, desarrollo, etc. La autora opina que el análisis semántico de las palabras clave de esta ideología nos conduce a sus conceptos estructurales de base. Uno de ellos es la noción de consumidor, de cliente que viene a sustituir la noción de persona o de ciudadano en amplios contextos puesto que toda actividad humana es vista a través de la metáfora del mercado.

La palabra cliente, bajo la óptica del “fundamentalismo del mercado” en términos de la autora (Holborow, 2007:59), sufre cambios importantes de su valor semántico (proceso de *re-semantización*) y su uso llega a generalizarse y cubrir campos semánticos que antes no le correspondían, pues sólo se consideraba adecuada en contextos de compraventa. Así que, en vez de paciente se puede denominar cliente de servicios sanitarios, en vez de alumno, cliente de servicios educativos y en vez de ciudadano

informado y activo en la deliberación política, cliente del espectáculo político.

Al consumir este espectáculo, el ciudadano-cliente vive, según Demertzis (2002) una *pseudo experiencia* de participación política: no reacciona cognitivamente y emotivamente a la realidad política de la que se discute, se informa, etc., sino a la imagen mediatizada de esta realidad política, al producto simbólico. Demertzis aclara que también la experiencia de una verdadera participación política es mediatizada por el lenguaje y las representaciones sociales, sin embargo, esta *pseudo participación*, al funcionar como un sustituto de participación política, tiene una consecuencia letal para el sujeto político porque lo inactiva y lo restringe en su privacidad. De este modo, la comunicación mediática priva a los sujetos de su competencia comunicativa.

De ahí que la deliberación política que tiene lugar en el marco de los medios de comunicación sea para Demertzis una deliberación política degradada e infructuosa y este hecho no podría dejar inmune el funcionamiento del sistema democrático.

Para Castells (2010) tanto el sistema mediático como el sistema político liberal sufren en la actualidad una profunda crisis de legitimidad. No responden a las necesidades y demandas de los ciudadanos sino que al contrario, subordinados al sistema del capitalismo financiero internacional, participan en el ataque contra los derechos humanos y laborales. Además, favorecen la reproducción y el continuo aumento de las desigualdades sociales y el consecuente empeoramiento de la vida de la mayoría de la población mundial.

Castells (2010) considera que, en este marco de degradación de la política y de la representación política en los medios, no es de extrañarse por la restricción de las propuestas políticas alternativas y la consiguiente simplificación de los mensajes políticos transmitidos por los medios. En sus palabras: "Mediacracy is not contradictory to democracy because it is as plural and competitive as the political system. This is not much" (2010:375).

Este aspecto de la falta de contenidos políticos alternativos es determinante para la deliberación política, pues no puede haber diálogo político si no hay diferentes e incluso opuestas posturas ideológicas. El esquema de la dialéctica hegeliana de tesis, antítesis y síntesis sería arquetípico en la deliberación democrática: opiniones opuestas que a través del intercambio de argumentos y del diálogo llegan a decisiones consensuadas. Sería la prevalencia de la razón comunicativa en términos habermasianos, prevalencia que aunque no corresponde a la realidad no deja de formar parte del imaginario de una sociedad democrática propiamente dicha.

3.2.5. Nuevas voces

Cada vez son más las voces que dentro del campo de la comunicación social abogan por la inversión del modelo mediático dominante y por el establecimiento de un modelo alternativo regido por principios humanistas y democráticos, un modelo en el que el discurso periodístico recuperaría su papel como fuerza defensora de la sociedad civil y su carácter crítico e independiente.

Es la concienciación de la necesidad de crear un nuevo espacio cívico y periodístico. En palabras de Ramonet:

“Un «quinto poder» que nos permita oponer una fuerza cívica ciudadana a la nueva coalición dominante. Un «quinto poder» cuya función sería denunciar el superpoder de los medios de comunicación, de los grandes grupos mediáticos,

cómplices y difusores de la globalización liberal” (2003:4)

Dalhgren (2009) vislumbra con cierto optimismo que paralelamente a la erosión de las instituciones políticas, mediáticas y sociales tradicionales se observa la emergencia de una sociedad civil regenerada que aprovechando las oportunidades de los nuevos medios de comunicación busca y encuentra una nueva forma de participación política.

Participación política vista como actividad social expresiva y personalizada, lejos de la formalidad y de los esquemas convencionales del pasado. Estos nuevos ejemplos de compromiso político de movimientos sociales y colectivos tienen su correspondencia a nuevas formas de periodismo cívico en las que la expresión de la pluralidad es un elemento fundamental. Según este punto de vista, la regeneración de la política corre paralela a la regeneración del periodismo.

Castells (2010) anota que estos nuevos proyectos cívicos emergen de identidades de resistencia (*resistance identities*) que unen sus fuerzas en grupos y colectivos reivindicativos de asuntos sociales como el feminismo, la defensa de ecosistemas, la solidaridad social, etc. y que estructuran su organización tanto a nivel local como, a través de Internet, a nivel nacional o internacional.

Esta fuerza regeneradora “desde abajo” es observada también por Kevin Howley (2007) en los medios de comunicación comunitarios, como por ejemplo *Downtown Community Television (DCTV)* en los EEUU. Medios que desafían la estructura y las prácticas discursivas del sistema mediático dominante y consiguen producir documentales y reportajes periodísticos alternativos.

Almiron (2011) enfoca su interés en propuestas periodísticas alternativas contra la comercialización y la financiarización de los medios de comunicación y del periodismo, desarrolladas tanto en EEUU como en Europa y América Latina. La autora enfatiza la necesidad de superar el modelo mediático dominante en el que el periodismo ha perdido sus principales funciones y valores sociales y destaca la importancia que tienen para este fin los proyectos de periodismo sin ánimo de lucro que buscan modelos alternativos de organización, financiación y ejercicio de esta profesión.

El propósito fundamental de estas iniciativas es crear un periodismo de calidad, independiente de centros de poder económico, que desde su postura crítica al poder contribuya a la construcción y mantenimiento de un sistema democrático basado en los principios de soberanía ciudadana e igualdad. Estos esfuerzos aunque minoritarios no son ya un caso aparte, según Almiron:

“The salient fact is that for the first time these are not isolated proposals made by a few voices, but a chorus of ideas by proponents increasingly singing from the same hymn sheet while coming from very different places. They do not share identical principles or the same level of social impact. But they all are calling for that change in the true core of the so-called ‘media business’” (2011:40).

Estas voces alternativas que expresan la necesidad del cambio del paradigma mediático establecido y llaman hacia un periodismo crítico y reivindicativo pueden encontrar alianzas en prácticas discursivas críticas producidas dentro del panorama mediático actual, como suponemos que es el humor político. El humor político como discurso crítico capaz de cuestionar las “verdades inalterables” de la ideología dominante y de deslegitimar políticos, economistas y, por supuesto, periodistas que funcionan como defensores y apologetas del sistema socioeconómico establecido.

3.3. HUMOR POLÍTICO EN LA DELIBERACIÓN PÚBLICA

Un ejemplo de periodismo que a través del discurso humorístico y la parodia critica tanto la visión unilateral de los medios de comunicación dominantes como la ideología político-económica hegemónica es el programa de sátira televisiva *The Daily Show* de John Stewart en la cadena estadounidense Comedy Central en EEUU.

Este programa híbrido que combina la comunicación política con el humor y la diversión pertenece al género humorístico de falsas noticias (*faked news*) y ha merecido la atención de los estudiosos norteamericanos de los medios (Baym, 2005; Waisanen 2009; Jones, 2010; Warner, 2007; entre otros). *The Daily Show*, según Geoffrey Baym (2005), ejerce crítica política aguda y seria, algo que el periodismo tradicional es incapaz de hacer.

Es más, Baym opina que John Stewart en este programa consigue reinventar el periodismo político combativo y lejos de reproducir estereotipos “profesionales”, confirmar verdades únicas y llegar a conclusiones prefabricadas, defiende los valores de un diálogo público abierto a opiniones diferentes, proporciona información relevante y contundente sobre los eventos político-económicos y sociales y agudiza el criterio político de la audiencia. Su principal recurso para la construcción de este discurso periodístico alternativo y para desenmascarar la supuesta objetividad del periodismo convencional dominante no es otro que el humor.

El humor utilizado como un discurso contestatario capaz de romper esquemas convencionales, de contradecir certezas, y de dejar espacio para nuevas lecturas de la realidad. Pero, ¿son estas cualidades definitorias del discurso humorístico? Y hablando del humor político, ¿es el ejemplo citado un caso aparte o estamos ante un medio y una estrategia discursiva que permite profesar la crítica periodística que ya no siempre profesa el periodismo convencional en los medios de comunicación?

Esta cuestión es central para el presente estudio y podrá ser abordada tras el análisis empírico de los datos que constituyen el material de esta investigación. Lo que nos proponemos de momento es una contextualización teórica del tema y para este fin consideramos oportuno estudiar dos aspectos importantes del discurso humorístico, en general, y del discurso humorístico político en particular:

Primero, presentar las cualidades y las características del humor como práctica discursiva crítica y enfocar en la presencia de este tipo de humor en los medios de comunicación.

Y segundo, centrarnos en la función social del humor político y desarrollar los puntos de vista de las dos principales corrientes teóricas al respecto: la que defiende que la función social del humor político es el control del descontento social, y su contraria, que defiende que el humor político funciona como una estrategia discursiva de resistencia social.

3.3.1. *El humor político como discurso crítico*

3.3.1.1. *El humor como discurso subversivo*

Como indicamos en el apartado 2.1.1.1. del presente trabajo es Sigmund Freud (1991) y su análisis del humor en relación con el subconsciente el primero en indicar la capacidad libertadora del humor al permitirnos expresar pensamientos prohibidos y des-

cargar tensiones psíquicas. Esta función libertadora corresponde, según Freud, al tipo de humor *tendencioso* que desafía normas y tabúes sociales. En cambio, la segunda categoría del humor, el humor *inocente* tiene como objetivo principal la diversión.

Esta categorización del humor en base a la intencionalidad del emisor del mensaje humorístico es propuesta, también, por Mulkay (1988) que distingue entre humor *puro*, cuyo objetivo es entretener y humor *comprometido* cuyo mensaje es serio y cuyo objetivo es criticar, atacar verbalmente a un objetivo. Del mismo modo, Massi (2008) nos habla del *humorismo serio* que corresponde a "(...) un tipo de humor que no provoca la risa (aunque puede tener efecto cómico) sino más bien la reflexión y el análisis de los hechos desde una perspectiva crítica" (2008:159).

Independientemente de la etiqueta que le demos, tendencioso, serio o comprometido, lo que habría que dejar claro es que la capacidad crítica y contestataria del humor no sería una cualidad genérica del mismo sino que correspondería a una categoría, un tipo de humor que trasmite directamente la actitud crítica del emisor del mensaje humorístico. De ahí que la importancia de este mensaje crítico no caiga tanto en el código en sí sino en la intencionalidad y en la predisposición mental de los agentes que participan en el acto comunicativo. Visto así, el humor se podría definir como un recurso discursivo cuyo contenido y funciones dependen de quién, cómo y en qué contexto social es utilizado.

Anton Zijderveld (1968) al referirse a la dependencia del mensaje humorístico de la circunstancia social y del contexto comunicativo afirma que "(...) jokes as much as institution and linguistic forms are essentially empty forms which can be filled up with totally different meaning, depending on specific people in specific situation" (1968:294).

De este modo, no se pretende, ni mucho menos, quitar importancia al factor de la intencionalidad del emisor, ya mencionado, sino, más bien, poner en escena otros factores de igual peso para la comunicación humorística. En palabras de Zijderveld "(...) a joke is not only dependent on the intention of the joker but also on the definition of the joke-situation given by the "audience" (1968:294).

En resumen, la intención del emisor, el contexto comunicativo y la interpretación del receptor son factores determinantes para la comunicación humorística sin que eso signifique que el mensaje, el código en sí, no posee cualidades propias que lo discierren de otro tipo de mensajes comunicativos. Nos referimos, sobre todo, a su estructura semántica y pragmática que ha sido, además, el foco de atención de la teoría de la incongruencia del humor (ver apartado 2.1.1.1.).

Recordamos que según este enfoque, el humor relaciona dos ideas, conceptos o situaciones dispares entre sí, y lo hace de una manera sorprendente que rompe las expectativas del oyente. Así, el efecto humorístico resulta de la incongruencia entre lo que se espera y lo que finalmente ocurre en un texto oral, visual o escrito o una situación vivida. El mecanismo semántico del humor es, pues, romper el esquema cognitivo en base al cual se ha intentado interpretar el mensaje y presentar uno nuevo que resulta ser el válido para una descodificación certera del texto.

En este proceso de reinterpretación del mensaje humorístico no se debe olvidar la importancia que juega la creatividad y la fantasía para habilitarnos a producir nuevas ideas, o nuevas asociaciones de ideas y hacer una lectura alternativa de la realidad personal y social. De ahí que el humor sea un recurso expresivo recurrente en la literatura, (piensen en la parodia literaria del Quijote y en el humor como recurso para criticar los antecedentes caballerescos e inventar una nueva figura protagonista de este

tipo de relato), en el teatro, (basta con mencionar el teatro del absurdo de Pirandello, Ionesco o Arrabal y el uso del humor para crear situaciones insólitas), y la poesía (el surrealismo sería el ejemplo más adecuado para constatar el uso del humor como mecanismo trasgresor de la lógica convencional burguesa, pensemos en los poemas surrealistas de Jacques Prévert, André Bretón o Pablo Neruda).

Y es en el mundo de la literatura en el que se basa Hernández González (1999) para calificar el humor y la ironía como “códigos trasgresores de lenguajes e ideologías” (1999:217). Veamos en detalle su reflexión sobre el efecto cómico:

“De este punto de vista teórico se puede concluir que el cómico necesita una codificación especial en función de su intención transgresiva. Su discurso es aparentemente incongruente, absurdo, lo cual produce en el receptor sorpresa, y, solamente superando el significado inicial, puede el espectador interpretar el verdadero sentido del mismo. La complicidad entre el burlador y el receptor es imprescindible para superar la primera instancia del proceso y a la vez establece un vínculo que puede ser interpretado dentro del marco social. Paralelamente, esta recodificación del sentido inicial obliga al receptor a percibir algo desde dos perspectivas incompatibles, puesto que su estrategia es la de la desorientación, y de este modo destruye o deforma los modos habituales del pensamiento” (1999:224).

Este análisis, aunque tiene una base explicativa común con respecto a la teoría de la incongruencia, da un paso más e intenta analizar el proceso de extrañamiento, de desnaturalización de los “modos habituales del pensamiento” a través del humor. Hernández González relaciona la función trasgresora del humor con esta capacidad de poner en entredicho lo que se considera natural e incuestionable.

Zijderveld (1968) en su análisis de los chistes y su relación con la realidad social coincide con esta óptica desnaturalizadora del humor y opina que los chistes, que es el género humorístico que él estudia, “(...) show that man's taken-for-granted world is not as “normal” and “natural” as he himself often too easily assumes” (1968:303). De ahí que Zijderveld defina los chistes como desviaciones de las estructuras institucionalizadas del significado (*deviations from institutionalized meaning structures*).

Stuart Hall (2006) en su teoría de encodificación y descodificación de los mensajes comunicativos opina que las diferentes áreas de la vida social pertenecen a diferentes dominios discursivos que están organizados jerárquicamente en significados dominantes o preferentes. Al descodificar un texto cabe la posibilidad de recurrir a un dominio discursivo u otro y de romper el orden jerárquico de significados de un dominio determinado, sin embargo, siempre existe una lectura socialmente preferente que corresponde a la óptica del poder político y económico y a su visión ideológica. Esta lectura preferente o dominante, según Hall, ha sido implantada institucionalmente en todos los aspectos de la vida social hasta llegar a considerarse única y natural, es la lectura institucionalizada de la realidad de cada formación social humana.

Supongamos ahora que el humor, en su vertiente crítica y trasgresora, funciona como un mecanismo de subversión de esta lectura dominante y socialmente institucionalizada y provoca una fisura en la naturalidad con la que ésta es presentada y asumida por el receptor-descodificador del mensaje humorístico. En este caso, es de suponer también que una lectura alternativa irrumpe en el horizonte cognitivo del receptor y le ofrece la posibilidad de valorar críticamente lo que hasta el momento daba por evidente.

Este tambalearse entre las diferentes posibilidades interpretativas del mensaje humorístico y la incongruencia entre los esquemas propuestos requiere, por una parte, una disposición mental positiva ante el humor (ver apartado 2.1.1.1.), y por otra, cierta tolerancia ideológica para aceptar lecturas no preferentes de la realidad.

Es, quizá, esta la razón por la que el dogmatismo religioso o político es un enemigo histórico del humor. Pongamos como ejemplo la prohibición de la sátira, la caricatura y el chiste político en regímenes totalitarios o la aversión visceral de la Iglesia ante el humorismo que tiene como objetivo sus símbolos sagrados. Para entender el humor crítico no debes ser dogmático, comenta Charles Gruner (1976), y para disfrutarlo debes compartir la tesis de su emisor.

A modo de conclusión podemos afirmar que existe un tipo de humor crítico dependiente de la intención del emisor, del mecanismo semántico del mensaje, de la interpretación del receptor y de las coordenadas socioculturales del contexto comunicativo que puede funcionar como un ataque “agresivo” que descarga tensiones espirituales y psíquicas pero, sobre todo, como un mecanismo de subversión de la lectura dominante de la realidad social. De ahora en adelante denominaremos este tipo de humor, humor *subversivo*, y pasaremos a continuación a estudiar su presencia e importancia en el discurso humorístico de temática política.

3.3.1.2. *El humor político de los políticos y sobre los políticos*

Antes de entrar en el estudio del humor político *subversivo* es necesario realizar algunas aclaraciones sobre el humor político en términos generales¹⁰. Si examinamos el humor político desde el punto de vista del emisor, es decir de los sujetos que lo producen, veremos, tal como indica Morreal (2005), que éste puede ser de dos tipos: el humor de los políticos y el humor sobre los políticos (y las políticas que ellos ejercen podríamos añadir).

Los políticos mismos utilizan el humor político como un recurso retórico con determinados fines, entre ellos, ganar la simpatía de sus oyentes. Soledad Correa (2009) define el humor como una estrategia de cortesía positiva que, al basarse en valores y conocimientos compartidos entre los interlocutores, minimiza la distancia social y crea un ambiente propicio para que las diferentes partes desarrollen en el debate político sus puntos de vista sin enfrentamientos verbales y conflictos.

Correa estudia al respecto la aportación de Cicerón en su obra *De Oratore* (citado en Correa, 2009) en la que el filósofo latino analiza las funciones del humor en el discurso de los políticos, funciones que podríamos resumir al máximo como sigue: captar la atención y la benevolencia del público, atenuar el ataque al contrario y/o defenderse eficazmente del suyo.

Morreal (2005) al examinar el humor político en boca de los políticos menciona algunos ejemplos de la carrera política de Winston Churchill y Abrahán Lincoln, dos personalidades emblemáticas por su sentido del humor y por el extenso uso de esta estrategia en sus discursos. Éste y otros autores como Charles Schutz (1977) han prestado su atención al uso del humor como recurso retórico en la cultura política anglosajona para la cual el humor de los políticos es una característica considerable.

En la cultura política mediterránea, sin embargo, el uso del humor por parte de los po-

¹⁰ Para una definición del humor político remitimos al apartado 2 del presente trabajo.

líticos es un fenómeno más bien escaso y, en la mayoría de sus discursos brilla por su ausencia. Por lo tanto, no ha sido objeto de estudio ni pretende serlo en este trabajo. En cambio, el segundo tipo del humor político, el humor sobre los políticos y las políticas que aplican es un importante objeto de estudio a nivel intercultural.

En efecto, este es el tipo del humor político que ha provocado la mayor atención de los investigadores tanto desde el punto de vista de la ciencia política y de la sociología como de los medios de comunicación y de la comunicación política. Y a este tipo de humor político nos referimos cuando utilizamos el término.

3.3.1.3. *El humor político subversivo en los medios*

En la introducción de la presente unidad recurrimos a un ejemplo de periodismo que a través del humor, por una parte, deconstruye el discurso periodístico dominante, defensor de los intereses político-económicos de las clases hegemónicas y, por otra, consigue articular un discurso crítico ante las instituciones económicas y políticas dominantes. Nos referimos al periodismo alternativo de John Stewart en su programa *The Daily Show with Jon Stewart*.

John Stewart en su programa imita el formato informativo convencional de las grandes cadenas estadounidenses y utiliza el material audiovisual de ellas (reportajes, noticias, entrevistas, etc.) a fin de lanzar sus comentarios humorísticos dirigidos tanto a los políticos y oficiales estadounidense como a los profesionales de la información. En la última parte del programa es él quien entrevista personalidades variopintas de la vida política, social y cultural estadounidense.

Jamie Warner (2007) opina que Stewart adopta el formato del periodismo convencional (escenario, uso de las cámaras, videos de referencia, estilo de vestir y presentar las noticias, etc.) para invertirlo “desde dentro” al ofrecer contenidos completamente dispares de los de su modelo, contenidos de carácter claramente crítico y satírico. Para Warner, este mecanismo subversivo permite a Stewart presentar a su público interpretaciones alternativas de la realidad política y social.

A nuestro parecer, este es un caso ejemplar de humor subversivo tal como ha sido aquí definido (ver apartado 3.3.2.1.). La intención crítica del emisor, en este caso de John Stewart, ante la lectura preferente de la realidad política estadounidense y su reproducción mediática es comunicada a través del mecanismo subversivo del humor (activado por la incongruencia entre dos esquemas cognitivos dispares) que le permite desnaturalizar esta lectura preferente y presentar interpretaciones alternativas.

Y como es de esperar no es un caso único. Warner equipara la parodia de las noticias televisivas de John Stewart con la práctica del *subvertisment* de la organización activista *Adbuster Media Foundation* al considerar que en los dos casos se altera una imagen existente al subvertir su significado de forma satírica y permitir que se diseminan mensajes disidentes. En el caso de los textos producidos por *Adbusters*, sin embargo, el humor es una de las estrategias utilizadas mientras que en el discurso de Stewart podemos afirmar que es la estrategia predominante.

Observación válida también para el programa *The Colbert Report* de Steven Colbert en la misma cadena estadounidense, es decir en The Comedy Central. En *The Colbert Report* las estrategias discursivas a las que mayoritariamente recurre este autor son la ironía y la parodia del periodismo dominante. Steven Colbert ridiculiza la supuesta “seriedad” y “objetividad” con la que los profesionales de la información pre-

sentan tanto las noticias como sus juicios personales y deconstruye sistemáticamente su imagen y discurso.

Priscilla Marie Meddaugh (2010) anota al respecto:

“The Report’s reliance on irony as the primary mechanism of critical inquiry obliges participants to overlook the explicit discursive situation in favor of the implied meaning-making possibilities. The “unsaid” speaks volumes as to the fractures and failures of contemporary institutions, challenging the hegemonic discourse that so often governs our daily lives. Colbert as carnival provides a temporary suspension from officialdom, inviting audiences to observe and question the shortcomings of political life through parody and satire” (2010:387).

Ejemplos de humor que *desafía el discurso hegemónico*, como Meddaugh anota, podemos encontrar también en la prensa. Massi (2006) estudia este tipo de humor, que ella denomina *humorismo serio*, en la prensa alternativa de la región norpatagónica de Comahue, Argentina. Dos son las publicaciones periódicas que ocupan su interés, *El Cascotazo* y *El Mosquito*.

El Cascotazo, es una publicación sin ánimo de lucro, solidaria a las causas sociales de la región y editada con periodicidad fluctuante dado que no dispone de apoyo institucional ni económico alguno. Según Massi “(...) este medio de prensa se considera una publicación clandestina que reúne las características del periodismo activista” (2008:162). *El Mosquito*¹¹, es el suplemento semanal humorístico del periódico *La Comuna* y Massi lo califica como un ejemplo de humorismo serio en la prensa convencional.

En las dos publicaciones los autores de los artículos son anónimos (se utilizan pseudónimos) y el discurso humorístico es una característica que impregna todo el contenido: los títulos (por ejemplo, *Periodismo ¿cuarto poder o cuarto de poder?*), los textos escritos y el humor gráfico. La temática incluye la política regional, nacional e internacional, la educación y la cultura.

En *El Cascotazo* aparecen falsas noticias, entrevistas ficticias, fotomontajes y todo género que pueda servir a la intención satírica de sus autores mientras que *El Mosquito* recurre, sobre todo, al humor gráfico. Según Massi, el tipo del humor gráfico de esta publicación “(...) que se vale de la exageración y la deformación, contribuye a generar una diversidad de lecturas” (2008:170) y es utilizado como un recurso de crítica periodística.

Massi al referirse a los atributos del humor político en este tipo de prensa y a la intencionalidad de sus autores apunta que:

“Este tipo de humorismo tiene la intención evidente de crear nuevas significaciones sociales sobre los temas de actualidad y las construcciones del imaginario colectivo. Con ello, produce un discurso crítico y subversivo, para nada complaciente, que busca socavar los mensajes de los discursos hegemónicos” (2008:172)

¹¹ “El nombre escogido está inspirado en la publicación semanal homónima editada en Argentina desde 1863 hasta 1893. Ésta fue la primera revista profesional e independiente que recurrió a la caricatura como herramienta principal para expresar sus críticas mordaces, satíricas y burlescas a los miembros del poder político del momento” (Massi, 2008:170).

Sin embargo, hay que mencionar que los casos estudiados por Massi no constituyen, ni mucho menos, una tendencia mayoritaria de la prensa en general, y del humor político en la prensa en particular. En efecto, aunque la mayoría de las publicaciones periódicas y de las revistas de contenido político dedican un espacio al humor éste no siempre corresponde al humor político subversivo.

Press (1981) en su estudio sobre el humor político gráfico en la historia europea distingue dos grandes categorías de humoristas gráficos según la intencionalidad de su obra: los que apoyan y legitiman a través del humor las instituciones dominantes (*defenders of the Establishment*) y los que a través del mismo medio discursivo luchan por subvertirlas (*attackers of the Establishment*) (1981:75).

También, Press distingue tres tipos de viñetas políticas según su forma y contenido: a).la viñeta política descriptiva (*the descriptive political cartoon*), que es de carácter “neutro” y “muestra las cosas tal y como son”; b).la satírica risible (*the laughing satirical*), que es de carácter crítico pero que “acepta la legitimidad de los que critica” (1981:75) y, finalmente; c).la satírica destructiva (*the destructive satirical*), que ataca ferozmente al objetivo político expresando el profundo rechazo y “odio” de su creador. El autor opina que en los estados democráticos predomina el segundo tipo de viñeta política cuyo objetivo es más bien reformar la administración y no “destruir el sistema” (1981:78).

Ahora bien, a pesar de esta clasificación de la viñeta política que a nuestro parecer es arbitraria por basarse en criterios emocionales tales como el odio o la simpatía de los autores del humor político ante un sistema político y los que lo representan, y por recurrir para la categorización a términos de gran vaguedad semántica como “neutro”, lo que nos interesa destacar del análisis de Press es la doble función que puede tener el humor político: la de defender o de atacar al sistema.

Y si el humor político subversivo tiene como objetivo principal atacar el sistema es lógico suponer que existen otros tipos de humor político con orientación completamente diferente e incluso contraria. A la conclusión de que el humor político puede funcionar de modos diferentes según los objetivos que persiguen sus creadores llega también David Paletz (1990) al analizar el discurso humorístico de cómicos estadounidenses y sus performances mediáticas realizadas durante la segunda mitad del siglo XX en los EEUU.

Entre ellos, Lenny Bruce, uno de los autores más representativos del *stand-up comedy* de la década de los años 60 perseguido en varias ocasiones por las autoridades judiciales por el contenido subversivo de sus actuaciones y Bob Hope, actor de Hollywood y presentador de espectáculos cómicos montados para el entretenimiento de los soldados del ejército estadounidense.

Paletz pone su atención en la relación del humor político con las Autoridades y opina que es preferible evitar definiciones unívocas y que es mejor establecer un continuum a lo largo del cual situar las diferentes funciones del humor político en relación con su postura ante las Autoridades. De este modo, establece cuatro principales funciones correspondientes a distintos puntos de este continuum: a).humor político “de apoyo” (*supportive political humor*); b).humor político benigno (*benign political humour*); c).humor político que socava (*undermining political humour*) y; d).el humor político subversivo (*subversive political humour*) (1990:487).

Al comparar la “comedia política”, como la denomina, de personalidades tan dispares como las antes mencionadas, este esquema le sirve para aportar matices importantes

que diferencian cada uno de los casos que analiza, sin embargo, los dos polos opuestos de este continuum, el humor de apoyo y el humor subversivo son los que determinan el esquema explicativo que Paletz propone.

Press y Paletz no son los únicos en intentar determinar las funciones sociales del humor político según esta antítesis entre defensores y atacantes del poder. El debate sobre la función social del humor político como control o como resistencia social ha tenido un desarrollo importante en la bibliografía relativa como tendremos ocasión de comprobar a continuación.

3.3.2. Humor político: control o resistencia

3.3.2.1. El humor político como control

Owen (2002) al referirse a la función social del humor político resalta la ambigüedad que éste pueda tener, ambigüedad que él define como “la paradoja del humor” (*the paradox of humour*). Paradoja porque, por una parte, puede funcionar como *control* en el sentido de que constituye una válvula de escape para descargar el descontento político y social de modo que el orden establecido pueda mantenerse inalterado y, por otra, como *resistencia* en el sentido de que puede ser un vehículo de protesta y reivindicación social.

La cuestión de la función social del humor político en términos de control y resistencia, es inicialmente introducida en el estudio que coordinan Powell y Paton (1988) sobre el humor político. En este estudio encontramos además uno de los defensores más radicales de la primera opción: Gregor Benton para quien el humor político no hace más que descargar tensiones, tal y como dicta la teoría freudiana, y es política y socialmente inofensivo.

Benton (1988) afirma tajantemente que el humor político no es una forma de resistencia, pues “(...) revolutionaries and freedom-fighters are engaged in a serious and even deadly business, and are reluctant to make light of the enemy or to fritter away hatred through laughter” (1988:41). Es más, según Benton, el humor político que satiriza y critica las autoridades dificulta la posibilidad de encontrar modos más eficaces para desafiar al poder.

Desde este ángulo, Benton critica la afirmación célebre de George Orwell (1944) de que “every joke is a tiny revolution” (1944:2) y la califica de inconsistente e infundada. El objetivo del humor político no son sólo los ricos y los poderosos, como defiende el literato inglés al considerar que el humor político es un discurso emancipatorio, sino también los extranjeros y las mujeres, caso del humor racista y sexista, ejemplifica Benton al destacar el contenido reaccionario que este tipo de discurso pueda tener.

Sin embargo, Benton no niega del todo la crítica subversiva de cierta clase de humor político, (refiriéndose a la posición de Orwell acepta que el humor político puede debilitar el estatus social de las autoridades), lo que sí niega es la efectividad que pueda tener en la lucha contra este status y, también, la capacidad emancipadora que pueda tener en cuanto a las clases oprimidas. En sus palabras:

“But the political joke will change nothing. It is the relentless enemy of greed, injustice, cruelty and oppression – but it could never do without them. It is not a form of active resistance. It reflects no political programme. It will mobilize no one” (1988:54).

A nuestro parecer tres son los aspectos más relevantes del análisis de Benton sobre la función social del humor político como control social:

1. El primero, es relacionado con la permisividad del poder que tolera ser criticado a través del humor justamente para menguar e invalidar los efectos de esta crítica.
2. El segundo, subraya la posibilidad de que el humor político no tenga por objetivo los ricos y los poderosos sino también los desfavorecidos, es decir, que no sea una crítica “desde abajo” sino una fuerza de “corrección” de comportamientos o personas que se desvían de la norma social establecida “desde arriba”.
3. Y el tercer aspecto es relativo a la discrepancia entre el humor político y la lucha política por cuando éste es visto en términos de inacción, de pasividad y de falta de valor reivindicativo y/o emancipatorio.

Pero pasemos a examinar cada aspecto en más detalle:

1. Benton no es el único en sostener que el humor político funciona como control social al afianzar el dominio de los poderosos a través de su crítica inofensiva. La idea básica es que la existencia de un contrapunto, de una oposición que se mueve dentro de límites preestablecidos y controlados no sólo no debilita sino que refuerza la posición dominante.

Un ejemplo anacrónico pero válido al respecto es el del bufón de la corte en el medioevo. Wertheim (citado en Zijderved,1968) observa como el poder en la edad media a través de la figura del bufón de la corte y su licencia de criticar sin censura a las autoridades reales consigue reducir la importancia de la oposición y la protesta y traducirlas en términos de locura. Al loco se le permite decir la verdad porque la verdad en su boca no es más que locura.

Zijderveld (1968) comenta que traducir la protesta y los conflictos sociales en términos humorísticos puede formar parte de un mecanismo de manipulación utilizado por los tenedores del poder a fin de ofrecer una salida al descontento social y al mismo tiempo mantener este descontento dentro de límites controlados.

Indudablemente, reírse del poder no significa necesariamente desafiarlo. Descargar las tensiones provocadas por las desigualdades e injusticias sociales, expresar el descontento en un acto de liberación como el que proporciona el humor y la risa y sentir un alivio provisional no significa que se hayan alterado las estructuras del poder y, por consiguiente, que se hayan erradicado las causas del malestar social que ha provocado estas tensiones y este descontento. En este proceso de liberación momentánea controlada consiste el mecanismo del humor político como una válvula de escape tal como es mencionado en la bibliografía relativa (Owen, 2002; Powell y Paton, 1988; Zijderved, 1968; Moreno, 2008, entre otros).

Ahora bien, no todo poder es capaz de utilizar este mecanismo a su favor y no tener que recurrir a la censura y la prohibición tal como ha ocurrido repetidas veces en la historia bajo regímenes totalitarios. La penalización de los chistes políticos que ridiculizaban el Tercer Reich en Alemania (Francisco del Toro Muñoz, 2012) es uno de los ejemplos más llamativos de una lista bastante larga como para mencionarla aquí.

El uso del humor político como válvula de escape corresponde, pues, a los estados democráticos donde teóricamente la libertad de expresión es una característica definitoria y donde la crítica al poder y las autoridades forma parte de la discusión pública. Powell (Powell y Paton, 1988) localiza esta función del humor, que dicho sea de paso es caracterizado como “conservador”, en el humor “oficial institucionalizado” de los medios de comunicación. Es de esperar, comenta Powell, que este humor “oficial” viene a cumplir la función ideológica de respaldar y continuar las relaciones sociales existentes y de defender la visión dominante de la realidad social.

En la misma línea, Moreno (2008), comenta que en la vida política de las sociedades actuales “(...) el recurso al humor será más necesario que nunca si el objetivo es mantener el orden social” (2008:17) y añade que estas sociedades “(...) avanzan hacia un estado de hiperhumorización creciente en la medida que la sociedad tiene como objetivo la estabilidad y el mantenimiento del orden social y político” (2008:17).

Moreno aporta un ejemplo esclarecedor para su ponencia. Es el uso del humor político en la serie televisiva británica (quizá la primera de este género en Europa) *Yes, Prime Minister* estrenada en 1981 en BBC durante la primera legislatura de Margaret Thatcher. Según Moreno, esta serie cuya temática iba en consonancia con la agenda del gobierno británico no sólo contribuyó a la construcción de una imagen simpática de Thatcher sino también “(...) a una despolitización pública de los sectores políticos más seriamente críticos con su gestión y que hubieran podido desafiar realmente su poder” (2008:19).

Para Moreno este concepto ya indicado del humor político como control social, como una válvula de escape que no sólo no desafía sino que reafirma el poder está en relación con el espacio social en el que este discurso se produce y se consume en nuestras sociedades: los medios de comunicación de masas. Moreno sostiene que este marco de desarrollo determina tanto la estructura formal del humor político (serie televisiva, viñeta de prensa diaria, etc.) como su contenido que tiende a ser más ceremonial y de entretenimiento que subversivo.

Tsakona (2011) parte también de la premisa de que los medios de comunicación constituyen el espacio principal donde se desarrolla el humor político en las sociedades contemporáneas y opina que es para ellos una poderosa herramienta tanto para criticar decisiones y figuras políticas como para llamar la atención del público y entretenerlo.

Sin embargo, dado que el sistema mediático más que animar posturas de cambio guarda el papel de reproducir y reafirmar los valores sociales dominantes, es lógico suponer que el humor político producido en su marco deberá correr la misma suerte. Según palabras de la autora: “In this light, humour political criticism more often than not supports and recycles widespread views on politics rather than promotes radical ideas and changes”(2011:8).

Tsakona (2009) opina que el humor político al basarse en creencias, conocimientos e informaciones compartidas y vistas como “naturales” no sólo puede mantener una postura crítica ante ellas, sino también formar un espacio privilegiado de reproducción y reafirmación de los estereotipos políticos y sociales de una comunidad dada.

En resumidas cuentas, desde la óptica del humor político como control social se destaca que la risa ante el poder, al expresar el descontento en límites preestablecidos e institucionalizados, puede funcionar como un mecanismo que favorece su conservación e indica cierto grado de aceptación y resignación ante la realidad política y social existente. El humor político es un enemigo de la injusticia social pero no podría sin ella, tal como Benton afirma.

2. Attardo (2001) en su Teoría General del Humor Verbal, TGHV, (ver apartado 1.1.3.), establece seis factores cognitivos como herramientas de análisis de los textos humorísticos, entre ellos, figura el objetivo del humor. El objetivo del humor puede ser una persona, un grupo de personas, una situación o circunstancia pero también un modo de pensamiento o una ideología, sobre todo, si nos referimos al humor político. Es hacia este objetivo al que se dirige el “ataque” del texto humorístico y al que, la mayoría de las veces, intenta ridiculizar.

Billig (2005) observa que el objetivo del humor cuando éste funciona como un ataque verbal puede ser bidireccional, es decir, el humor puede dirigirse tanto desde “abajo” hacia “arriba” (desde los grupos sociales débiles a los poderosos), como desde “arriba” hacia “abajo”, (desde los poderosos a los grupos sociales débiles). Y es en este segundo caso en el que Benton se basa para resaltar el carácter conservador y reaccionario que el humor político pueda tener.

El carácter conservador del humor que ridiculiza al débil, al que infringe una norma o un hábito social es el eje explicativo de la teoría de la risa de Herni Bergson (1998), teoría que ha sido la base para posteriores elaboraciones del concepto del humor como una fuerza “correctiva” de personas y comportamientos no alineados con los valores sociales dominantes y de la que es preciso elucidar algunos aspectos.

Para Bergson (1998) la risa es un acto del hombre en sociedad, un acto que exige ser compartido con los demás y merece ser estudiado justamente para entender su función en las formaciones sociales humanas. Cada sociedad se rige de normas y todos sus componentes deben estar atentos para conseguir ser armónicamente adaptados a ellas, estar atentos a la posibilidad de que “(...) aparezca una tendencia de alejarse del centro común alrededor del cual gira la sociedad” (1998:23), estar atentos para evitar las “excentricidades”. Según Bergson, la amenaza a ser ridiculizado por la risa de los demás obliga a las personas a ser conformes con las normas sociales y en este punto estriba la función principal de lo cómico y del humor.

De este modo, Bergson, comenta Billig (2005), relaciona la risa con el conservadurismo, con la tendencia de desanimar o incluso obstaculizar cualquier innovación social que pueda desafiar las normas establecidas. En base a este concepto bergsoniano del humor, Billig elabora una de las dos categorías principales del humor según su propio análisis: el *humor disciplinario* que se burla de los que rompen las normas sociales y el *humor rebelde* que, en cambio, las desafía.

El humor disciplinario político puede ir dirigido a personas o grupos sociales que por ser diferentes en la raza, la nacionalidad, el sexo, etc., son considerados desviaciones de la norma mayoritaria de una sociedad. Habría que mencionar al respecto el humor racista, estudiado por Billig en su relación con la expresión del odio y del fanatismo de grupos de extrema derecha como Kuklux Klan, el humor étnico, estudiado por Cristie Davies (1990) que observa que los grupos mayoritarios producen este tipo de humor sobre grupos minoritarios o marginales

de bajo estrato social y de notables diferencias sociolingüísticas, o también, el humor en el ambiente laboral entre personas que ocupan posiciones jerárquicas superiores e inferiores que es el objeto de estudio de Janet Holmes (2000).

Evidentemente, el humor disciplinario político puede también tener como objetivo a personas o agrupaciones políticas de ideología opuesta de su/sus productores con el objetivo de ridiculizarlas y “corregir” su pensamiento y posiciones vistas, según el análisis de Bergson, como “desviaciones” de la norma mayoritaria. La dirección del objetivo del humor desde “arriba” es la predominante al hablar del humor disciplinario observa Billig (2005) aunque advierte de que un esquema simplista no correspondería a la realidad, pues también desde abajo se intenta “corregir” y castigar comportamientos y posturas políticas consideradas erróneas.

En pocas palabras, el humor político no puede considerarse a priori un discurso de protesta y crítica “desde abajo” y, en pleno contraste con la visión del humor como un discurso subversivo, puede también funcionar como la cama de Procrustes al intentar rectificar los comportamientos, los pensamientos y las posturas sociales que desde el punto de vista de la ideología dominante son considerados defectivos o erróneos. A este humor político de signo conservador y reaccionario se refiere Benton al aportar los ejemplos del humor racista y sexista.

3. Benton niega al humor político cualquier participación en un proceso revolucionario o en una verdadera lucha política, pues según su punto de vista los que luchan para la libertad y para el cambio social tienen cosas más “serias” que hacer que reírse de su enemigo. Es curioso observar como la crítica de Benton al humor se centra en la falta de seriedad de este discurso, pues, la oposición semántica entre humor y seriedad es fundamental para definir ambos términos. Lo que, sin embargo, creemos que se quiere resaltar a través de esta redundante contraposición es la tajante negación del humor político como un arma en la lucha social.

Lo que se pone en entredicho no es tanto la forma y el contenido del humor político sino su ineficacia política, los resultados nulos que este discurso pueda tener a la hora del combate. El humor político, desde esta perspectiva, no es una forma de resistencia activa, no corresponde a una respuesta política seria y coherente y su efecto es tan transitorio y breve como la risa que provoca.

Mascha (2004) coincide completamente con Benton al afirmar que “(...) el humor político es una forma de resistencia pasiva” (2004:54), aunque su análisis ofrece importantes matices al respecto. Mascha estudia el humor político en la prensa satírica italiana durante el periodo del ascenso del movimiento fascista y hasta la consolidación del régimen y la expresa prohibición de este tipo de prensa, es decir, entre 1919 y 1925.

Su análisis se centra en la sátira política como un elemento de la cultura popular y la contribución de este tipo de discurso en la formación de una cultura popular anti-hegemónica que se opone a la ideología fascista, al intentar desenmascarar sus verdaderas pretensiones y dejar en ridículo las personalidades de Mussolini y sus cooficiales enaltecidos por la prensa pro-fascista.

El discurso de la sátira política anti-fascista se enmarca en el movimiento de oposición del socialismo italiano que encuentra en la prensa satírica un foro

desde donde levantar la voz a la imposición cada vez más acusada del fascismo en la vida política italiana. Una de las preguntas fundamentales del estudio de Mascha es, precisamente, si la sátira política constituye un modo de resistencia y si sí, de qué tipo.

La autora admite que el discurso del humor político tiene la capacidad de deconstruir la ideología fascista, de poner en entredicho los principios y los valores que la rigen como también denunciar sus prácticas políticas, sin embargo, subraya que el alcance político de este tipo de discurso contra-hegemónico es, realmente, muy limitado. La principal razón de esta limitación es su desconexión con la acción política, con la reivindicación directa de un cambio social radical.

Mascha, recurre a Fiske (citado en Mascha, 2004) y a su teoría de la cultura popular en la que se distinguen dos categorías de cambio social: el cambio social *radical*, que se refiere al surgimiento de un movimiento revolucionario que cambia radicalmente la estructura de una sociedad; y el cambio social *popular*, que se refiere a un proceso de cambio paulatino que solamente incide en el nivel micro-político.

Concluyendo, Mascha sugiere que el humor político es una protesta “pacífica” que no puede efectuar un cambio radical en el sistema social aunque sí puede transformar a un micro-nivel la conciencia política de los sujetos y proporcionarles un alivio de la opresión que sufren del bloque del poder.

3.3.2.2. *Humor como resistencia social*

Sin embargo, la concepción del humor como una resistencia pasiva y de limitado alcance político no es universalmente aceptada. Hay quienes conciben el humor político como una forma activa de participación en la lucha política, como un arma social en manos de los sujetos que pugnan por un cambio radical de las estructuras sociales, en pocas palabras como resistencia social.

Marjolein't Hart (Hart y Bos, 2007) no descarta la función del humor político como válvula de escape y llama la atención sobre el hecho de que el humor y el entretenimiento han funcionado, caso de las comedias televisivas, como sustitutos de la acción política que tiene como objetivo el cambio del orden social establecido. Sin embargo, Hart enfatiza el carácter reivindicativo del humor y afirma que, desde el punto de vista de la historia social que es su campo de estudio, indudablemente el humor político se ha puesto al servicio de las causas sociales y de los movimientos de protesta.

“As a communicative strategy, humour belongs to the rich treasury of the instruments of politics and can be used in the political protest” opina Hart y prosigue:

“Criticism expressed in a joking manner is more difficult to refute by “rational” arguments. Authority and power can melt, as the invitation to laugh *with* one another appeals to all human feelings and breaks down official barriers. As such, humour certainly constitutes one of the *weapons of the weak*¹²” (2007:8).

El estudio que coordina Marjolein't Hart y Dennis Bos está dedicado justamente al

¹² El subrayado es nuestro

humor como un “arma de los débiles” en los movimientos de protesta social. Los autores que colaboran en este estudio investigan este factor en movimientos sociales de distintos lugares y épocas históricas, entre ellos, en el movimiento Zapatista en México, en los movimientos radicales de EEUU antes de la I Guerra Mundial, en Alemania nazi y en los grupos autonómicos de Madrid en la primera década del siglo XXI.

Un aspecto mayoritariamente compartido por los investigadores de este estudio es la función del humor político como un elemento de peso en la construcción de la identidad colectiva de los grupos oprimidos. El humor funciona como un mecanismo de cohesión interna y es una herramienta comunicativa eficaz para realzar las posiciones y creencias comunes como también para reprender las fuerzas contrarias a la causa social defendida.

Michael Cohen (2007) estudia el humor gráfico político como elemento de cohesión y unión entre los distintos movimientos radicales estadounidenses (entre ellos, los socialistas, los sindicalistas industriales, los anarquistas y los grupos que reivindican la igualdad de género y de raza) de principios de siglo XX en su lucha contra el capitalismo corporativista de los EEUU. Cohen sostiene que el humor gráfico de signo político radical: “(...) did not merely provide comic relief for the movements, but was an active force in framing socialist ideology and goals in a revolutionary age” (2007:35).

Este tipo de discurso, entretenido y didáctico a la vez, a través de la imagen comprensible y los significados condensados que ofrece a la población obrera, describe eficazmente las estructuras de la opresión capitalista, define los términos de la lucha social entre la plutocracia y la democracia y establece de modo escueto las principales reivindicaciones de los movimientos radicales. Cohen afirma que de este modo la viñeta política radical de la época histórica estudiada consigue funcionar como un elemento de formación de la conciencia de clase, a la vez que incita a la acción revolucionaria para transformar la realidad social.

Egon Larsen (1980) en su estudio con el título sugerente *Wit as a weapon* recoge ejemplos de humor político con expreso carácter antiautoritario y combativo de varios periodos de la historia europea. Larsen no duda en valorar el humor político como resistencia y “voz del pueblo” oprimido y, aunque reconoce que este tipo de resistencia no puede tener resultados inmediatos, subraya su importancia como discurso contrario al poder y ante el que el poder es incapaz de reaccionar.

En sus palabras:

“Jokes may not be able to topple a dictatorial regime; but there is one important point which adds to the effectiveness of the political humour: the oppressors have no defence against it. If they try to fight back they appear only more ridiculous” (1980:3).

Quizá, Larsen destaca este punto de la efectividad del humor político al tener como marco de referencia la tradición oral del humor político que difícilmente puede ser controlada y que, según él, es un elemento de construcción de la identidad colectiva de una comunidad étnica. Dos capítulos de su libro están dedicados a este tipo de chistes políticos transmitidos oralmente en los países del este durante el régimen soviético y en Alemania bajo el régimen nazi.

También, pasa revista al humor gráfico de la prensa satírica de principios del siglo XIX en Francia, Inglaterra y Alemania como *Le Charivari* y *Punch* (ver apartado 2.1.3) como también a espectáculos de humor subversivo como el cabaret parisiense y ber-

linés.

Larsen al presentar su tema observa que el estudio de la función del humor político como un arma de protesta y resistencia social y política escasamente ha ocupado el interés de los investigadores y aunque han pasado varias décadas desde esta observación todavía parece ser válida. Sin embargo, si prestamos atención incluso en las presentes protestas y reivindicaciones sociales generadas tras el estallido de la crisis política y financiera que irrumpió en el mundo occidental desde 2007, no es raro que encontremos ejemplos llamativos al respecto.

En junio de 2011 un grupo de activistas empezó su intervención política en plazas y calles públicas de Atenas a través de un hallazgo humorístico que se basaba en la inversión de los papeles entre trabajadores y empresarios, siendo estos últimos los que manifestaban para defender sus derechos. Los discursos de la Unión de Industriales Sinceros como era el nombre del grupo al parafrasear las siglas de la Unión de Industriales Griegos fueron seguidos por los participantes de las protestas multitudinarias, más que frecuentes durante 2011 en la capital griega, y retransmitidas por medios convencionales y digitales como webs informativas, blogs y medios sociales.

El efecto humorístico provocado por la inversión de los papeles sociales entre pobres y ricos y las demandas de estos últimos al exigir más precariedad laboral, más pobreza para la mayoría y mayores ganancias para ellos, pusieron en entredicho la retórica dominante reproducida por los medios, desenmascararon las verdaderas pretensiones de la élite económica internacional y nacional y aportaron argumentos de peso en contra de las políticas impuestas a través de los llamados “planes de rescate” acordados entre el gobierno griego y la troika.

Creemos que aunque, de menor alcance, este es un ejemplo más de la utilización del humor político como arma de protesta y resistencia social y pensamos que la lista podría ser muy larga e interesante si este fuese el objeto de estudio de una futura investigación.

A modo de conclusión, nos sirva el comentario de Hart sobre el papel del humor como protesta social y sobre la célebre frase de George Orwell ya citada:

“Over sixty years ago, George Orwell stated: “Each joke is a tiny revolution”. Surely “tiny” indeed, as humour cannot change structure by itself. Yet this volume shows above all the positive role of humour in the framing of social protest. And one particular aspect of humour should not be overlooked: through jokes “the unimagined” is made “imaginable”. What can count as “only joking” may well turn into reality later on” (2007:20).

4. CUESTIONES METODOLÓGICAS

4.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El 11 de septiembre de 2014 la oficina de prensa del entonces primer ministro griego, Antonis Samaras, emitió una nota de denuncia por la portada de la revista satírica *To Pontiki* (El Ratón) en la que aparecía una viñeta explícitamente sarcástica que comentaba su cada vez más reducida popularidad y su incapacidad para convencer de los resultados óptimos que pudiera tener la política de severa austeridad aplicada por su gobierno. Es llamativo que, a pesar de haber recibido críticas feroces por parte de la prensa políticamente opositora durante todo su mandato, el entonces primer ministro griego quiso expresar públicamente su ira por una viñeta política.

Manning y Phiddian (2004), en su artículo “In defence of the political cartoonists license to mock”, sostienen que los autores del humor gráfico periodístico deben ir más allá de reproducir ideas preestablecidas; pueden y, a veces lo consiguen, establecer una crítica más dura y profunda que los otros comentaristas y periodistas. Estos autores defienden la absoluta libertad de expresión para el género sin restricciones de ningún tipo y ven en la provocación de los autores un signo de salud de los estados democráticos.

En el mismo orden de cosas, el caricaturista político de *Arizona Republic*, Steve Benson (Conners, 2007), preguntado por el contenido polémico de algunas de sus viñetas y las reacciones negativas de parte del público, responde que el papel del humorista gráfico en una democracia es “catalizar el debate” (“*catalyse debate*”).

Pues bien, comprobar si realmente el humorismo gráfico es un discurso periodístico crítico, cuya función principal es controlar y atacar al poder, es el reto fundamental de esta investigación. Evidentemente, se trata de un proyecto que no podría realizarse a un nivel abstracto, atemporal y descontextualizado porque el objetivo no es comprobar la validez de una verdad universal sino poner en el punto de mira un contexto sociopolítico concreto y un panorama mediático determinado en el que el humorismo gráfico puede desempeñar dicha función, y de ahí sacar conclusiones fiables que puedan ser útiles y aplicables en investigaciones futuras.

Nuestro punto de mira es el contexto sociopolítico de Grecia y España tras la irrupción de la crisis de deuda de la zona euro y el panorama mediático que ofrece la prensa impresa y digital durante parte de este periodo en estos dos países. Y es dentro de este marco en el que nos interesa estudiar el rol del humorismo gráfico como género periodístico.

En concreto, este trabajo aborda la crítica que realiza el humor gráfico en lo que respecta a las siguientes temáticas:

1. El papel de los políticos nacionales y europeos. Su responsabilidad en la crisis financiera y su incapacidad para resolverla a favor de la ciudadanía.
2. El papel de la Banca y de las instituciones financieras. Su responsabilidad como causantes y perpetuadores de la crisis financiera.
3. La sociedad ante la crisis. Las consecuencias para la ciudadanía y los movimientos de reivindicación y protesta nacidos en ambos países.
4. Los medios de comunicación como mecanismos de reproducción del discurso económico-político hegemónico.

Dentro de este contexto socio-político y en base a estos bloques temáticos nos pro-

ponemos estudiar el humor gráfico tanto a nivel formal como a nivel de contenido. Y es que hasta el momento no se ha propuesto un estudio global de este discurso, es decir, un estudio que tome en consideración conjuntamente significante y significado. Y aunque el peso de esta investigación recae en el nivel del significado, es importante subrayar la necesidad de establecer un método de análisis que incluya todos los elementos constitutivos de este código semiótico.

Los objetivos de esta investigación se definen en base a las anteriores prioridades y se dividen en dos ejes principales. El primer eje incluye los aspectos formales de este discurso como también los recursos narrativos y humorísticos que determinan su articulación y su fisionomía. En concreto, dentro de este eje nos proponemos:

- a) Estudiar las características formales de este discurso, es decir, la tipología de las unidades mínimas de significado, la morfología de los elementos constituyentes óptico-verbales y las reglas para su combinación.
- b) Estudiar las estrategias narrativas que adopta este tipo de discurso y demostrar la importancia de la metáfora visual en ellas y
- c) Estudiar la importancia del humor para este discurso. Es decir, analizar las estrategias humorísticas que se explotan por los autores y valorar su importancia para la construcción del significado.

El segundo eje incluye aspectos relativos al contenido del discurso del humorismo gráfico y dentro de este eje nos proponemos:

- a) Estudiar los comentarios políticos de los humoristas gráficos en relación con los cuatro bloques temáticos elegidos y analizar las diferentes posturas político-ideológicas que se sostienen a través de estos comentarios.
- b) Estudiar y analizar los conceptos básicos con los cuales se construyen los discursos ideológicos en el humorismo gráfico de este periodo. Examinar cómo se interpretan y se relatan las causas y las consecuencias de la crisis a nivel político, económico y social según las distintas ópticas ideológicas.
- c) Estudiar la relación existente entre el discurso ideológico de los autores y el perfil ideológico-político de los medios impresos o digitales en los que estos autores publican su obra.

Cumplir con los objetivos propuestos nos permitirá conocer en profundidad este género periodístico a la vez que nos proporcionará los datos necesarios para comprobar la veracidad de la hipótesis de investigación que constituye el núcleo de este estudio.

4.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Como hemos apuntado en el apartado 3.3.2., el humor político no sólo es utilizado para criticar y desafiar a la hegemonía económica y política de una sociedad determinada sino también para defenderla, legitimarla y reproducir sus valores. Intentar averiguar qué determina la adopción de un u otro discurso ante el poder sin atender a la ideología política que estructura este discurso nos parece un proyecto inviable. La ideología es, pues, un concepto clave para desarrollar este análisis. Sin embargo, la larga historia, las diferentes acepciones y la multivalente elaboración teórica de este concepto exigen que aclaremos, aunque sea brevemente, qué entendemos aquí como *ideología*.

Para empezar, tenemos que afirmar que nos interesa acercarnos al concepto de ideología en calidad de instrumento indispensable para proceder al análisis de discurso y,

en concreto, al análisis crítico del discurso humorístico, hecho que nos conduce a las valiosas aportaciones teóricas de uno de los principales exponentes de esta perspectiva, Teun Van Dijk.

Para Van Dijk (2005a, 2005b), las ideologías son sistemas de creencias socialmente compartidas que representan los intereses fundamentales de un grupo, clase social o comunidad. Estos sistemas de creencias forman la base axiomática de las creencias o representaciones sociales de estas agrupaciones, tales como sus conocimientos y actitudes. De esta manera, las ideologías encarnan los principios generales que controlan la coherencia total de las representaciones sociales compartidas por los miembros de un grupo o clase social.

Las ideologías son producidas, adquiridas y socialmente reproducidas por las prácticas sociales y, sobre todo, por los discursos de una comunidad, entre ellos, sin lugar a dudas, por los discursos de los medios de comunicación.

Van Dijk (2005b) se distancia del concepto marxista de ideología como “falsa conciencia” y también del concepto gramsciano de ideología “dominante” según el cual los grupos dominados aceptan la ideología de los grupos dominantes como “natural” y como parte del “sentido común”. Es decir, Van Dijk no acepta el concepto de ideología como un instrumento de legitimación de la hegemonía. Para Van Dijk (2005a, 2005b), ideología no se refiere sólo a la ideología del poder sino también a la del contrapoder, la ideología de resistencia y oposición al poder dominante.

Bajo esta luz podríamos sostener que el discurso del humor gráfico político es un discurso ideológico que puede tanto oponerse como identificarse con el discurso ideológico hegemónico. Van Dijk (1996b) considera los discursos opinativos en la prensa como “creencias valorativas” que expresan esquemas ideológicos subyacentes y centra su estudio en las complejas relaciones existentes entre la ideología, las opiniones y el discurso en los medios de comunicación.

Con respecto a lo que aquí nos interesa, partimos de la premisa de que las opiniones expresadas en el humorismo gráfico periodístico se sustentan en ciertos principios ideológico-políticos que determinan tanto la intencionalidad como la función que viene a cumplir el mensaje.

En cuanto a la intencionalidad del mensaje hay que tomar en consideración la relación dialéctica entre el texto del humorismo gráfico y el contexto del medio en el que este discurso se publica e inserta. Y esto es muy importante porque a través del humorismo gráfico se puede articular un discurso acorde o no acorde con la posición ideológico-política del medio en el que se publica. De este modo, analizar la intencionalidad del mensaje del humorismo gráfico implica un estudio tanto del texto en sí como del contexto en que se articula y en el que cobra su significación última.

En cuanto a la función discursiva que cumple el texto del humorismo gráfico en sí, es preciso insistir en la problemática del humor político como un discurso de control o resistencia en relación con la ideología dominante. La función discursiva del texto del humorismo gráfico puede ser crítica sólo si este texto expresa su oposición a la ideología sociopolítica hegemónica y si articula un discurso de emancipación y resistencia.

En resumen, en este estudio partimos de la hipótesis tripartita de que:

- a). el texto del humor gráfico es un texto periodístico opinativo de fuerte carga

ideológico-política,

b). el texto del humor gráfico es un texto que se encuentra en relación dialéctica con su contexto mediático con el que puede tener afinidad o no y,

c). el texto del humor gráfico es un texto que puede desempeñar funciones críticas ante determinadas cuestiones político-sociales si se basa en principios ideológicos opuestos a los hegemónicos, es decir, si se basa en lo que van Dijk (2005a) llama *ideología de resistencia o de contrapoder*. En cambio, si se basa en principios ideológicos idénticos a los hegemónicos, el texto del humor gráfico puede legitimar y respaldar al poder anulando su función crítica.

Si los datos procedentes de esta investigación llegan a verificar el silogismo de la tercera parte de esta hipótesis, podremos entender por qué dentro de este género periodístico tenemos muestras que varían desde la emancipación más radical hasta el mero pasatiempo “divertido” y desde el humor político más subversivo hasta la reproducción de los clichés y los estereotipos más retrógrados. Evidentemente, estos dos polos pueden constituir los extremos de un contínuum a lo largo del cual localizaremos diferentes matices y variaciones.

En cualquier caso, esperamos que el estudio en profundidad de este fenómeno aporte datos esclarecedores para “las complejas relaciones entre la ideología, las opiniones y el discurso en los medios de comunicación” (Van Dijk, 1996).

4.3. SELECCIÓN DE MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En base a la hipótesis y los objetivos expuestos en los apartados 4.1 y 4.2. del presente capítulo, hemos optado por la metodología del análisis de contenido dado que nos ofrece la posibilidad de localizar, reunir y clasificar las unidades de contenido que, en nuestro caso, vienen a corresponderse con las viñetas políticas publicadas impresa o digitalmente. Es decir, el análisis de la unidad de contenido corresponde al análisis de cada una de las unidades del humorismo gráfico que vamos a escoger.

Como anota Piñuel Raigada (2002) el método del análisis de contenido se ha convertido desde finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en las ciencias sociales y, dentro de ellas, también en la comunicación social. En el caso del humor gráfico periodístico contamos con el antecedente académico de Malavé (2005), que a través de este método realizó un análisis exhaustivo del humorismo gráfico en *El País* durante la transición española. De hecho, su modelo ha servido de ejemplo en esta investigación y algunas de las categorías que estableció han sido adoptadas como se verá en la explicación de la ficha de análisis de contenido.

Además, hemos tomado como referente metodológico el trabajo de Laurence Bardín (1986), principalmente en lo que respecta a la importancia de forjar conceptos operativos y establecer un inventario de categorías que, entre otras cosas:

- estén adaptadas al contenido,
- sean exclusivas en el sentido de que un mismo elemento no puede ser clasificado en dos categorías, y
- sean exhaustivas para que puedan abarcar la totalidad del texto.

Tanto Bardín (1986) como Raigada (2002) y Malavé (2005) aclaran que el propósito del análisis del contenido es la *inferencia* de conocimientos relativos a las condiciones de producción o recepción con la ayuda de indicadores cualitativos o cuantitativos. La inferencia es el proceso de deducciones lógicas entre la descripción de las unidades

de contenido y la interpretación de las mismas. El orden lineal que será también aquí seguido es el de: descripción-inferencia-interpretación.

Finalmente, en busca de las categorías más pertinentes de cara a la explotación de los datos se realizó un análisis exploratorio o “pretest” (Raigada, 2002; Malavé, 2005) en una quinta parte de la muestra que nos condujo a transformaciones importantes de la ficha de registro de datos finalmente adoptada.

Ahora bien, la idoneidad de la metodología elegida para el análisis de las unidades de contenido aquí propuestas no significa que no contenga ciertas limitaciones. En el cuadro de ventajas y limitaciones de las técnicas de investigación en las ciencias sociales elaborado por Miguel Rodrigo Alsina se menciona que las limitaciones del análisis del contenido son la falta de profundización en la creación de sentido y, sobre todo, el hecho de que “(...) no tiene en cuenta las distintas estructuras discursivas” (2001:160).

Esta limitación es de especial importancia para nosotros dado que nos hemos propuesto una serie de objetivos e hipótesis que invitan a analizar el discurso del humorismo gráfico en los medios como un discurso ideológico. Ello es así porque detrás de las unidades de contenido y su descripción e interpretación queremos rastrear las estructuras del discurso ideológico en las que se sustentan y en base a las que se producen y reproducen en los medios.

A fin de resolver esta carencia pensamos que la combinación de diferentes perspectivas metodológicas que correspondan a diferentes niveles de análisis sería la solución más adecuada. De este modo, la primera fase de análisis corresponde al análisis de contenido y es seguida de una segunda fase en la que el método aplicado es el análisis del discurso basado, sobre todo, en los conceptos de la pragmática lingüística que mencionamos a continuación.

El análisis de discurso parte de la concepción del lenguaje como acción y no como mero reflejo y expresión de ideas (John Austin, 1962) para llegar a la concepción del discurso como una forma de acción y a la definición del mismo como una *práctica social* por parte de la corriente del Análisis Crítico de Discurso (ACD) y sus principales representantes (Van Dijk, 1999; Fairclough, 2003;). De ahí que analizar los discursos signifique hacer una lectura profunda de realidades sociales.

La necesidad de proceder al análisis del discurso viene, además, determinada por el hecho de que los discursos no son transparentes, es decir que no sólo denotan sino que también connotan, no sólo expresan sino que también ocultan; pues nos referimos a la consabida distinción de uno de los padres de la pragmática lingüística Paul Grice (1975) entre decir (*say*) y significar (*mean*), y la conclusión de que las palabras y los discursos significan mucho más de los que dicen.

En cuanto a la metodología del análisis del discurso habría que afirmar junto a Pedro Santander que:

“No existe la técnica para hacer el análisis. Esta afirmación puede provocar cierta confusión o desazón, pero es así. Lo que existe son muchas propuestas de análisis de diversos autores frente a diferentes problemáticas y motivaciones” (2011:2015).

Lo cierto es que se trata de un análisis cualitativo que establecerá una serie de conceptos y categorías analíticas según el objeto y el objetivo de estudio, pues el carácter

dinámico y cambiante de los discursos en sociedad hace que cada vez que estemos ante diferentes tipos de discurso tenemos que adecuar nuestras herramientas metodológicas (Santander, 2011).

Dado que en esta ponencia nos interesa relacionar el significado implícito del discurso con la ideología política, tomamos como punto de partida la investigación realizada sobre discurso e ideología de Van Dijk (Van Dijk, 1980, 1994, 1996a, 1996b, 1996c, 1999, 2005a, 2005b, 2005c, 2010). En sus trabajos Van Dijk ha elaborado conceptos y propuestas metodológicas que nos servirán de guía en la exploración del estudio de las relaciones entre el humor político y la ideología.

Desde la perspectiva crítica de discurso contamos además con el trabajo de Paul Chilton (2004), que se centra en el estudio crítico del discurso político, y con algunas aportaciones más de la corriente de ACD, como la metodología del análisis de discurso de Ruth Wodak y Michael Meyer (2003).

En resumen, optamos por una combinación de métodos que corresponden a dos diferentes fases de análisis que son las siguientes:

- el análisis de contenido; que corresponde a una primera fase de análisis en la que reunimos y clasificamos las distintas unidades de contenido según categorías funcionales con respecto a nuestros objetivos para después pasar a interpretar los datos resultantes a través de deducciones lógicas, es decir, a través de la inferencia.
- el análisis del discurso; que corresponde a una segunda fase de análisis en la que el acento cae en el contenido implícito del discurso del humorismo gráfico y en su relación con la ideología política de los autores y los medios en los que publican. Los datos resultantes de la primera fase proporcionarán el material de análisis de esta segunda fase.

4.4. HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

Dos son las principales herramientas metodológicas que vamos a utilizar en esta investigación: la ficha de análisis de contenido y la entrevista en profundidad.

4.4.1. La ficha de análisis de contenido

La ficha de análisis de contenido (ver más abajo) empieza con una serie de características técnicas necesarias para la clasificación y elaboración del material como son el autor del humor gráfico, el medio en el que ha publicado su obra y la fecha exacta de esta publicación.

Siguiendo el ejemplo metodológico de Malavé (2005), optamos por dos tipos de vaciado de datos: campo cerrado, en el que se elige entre opciones determinadas acordes a los objetivos propuestos y campo abierto, cuando el vaciado depende del contenido de cada unidad de análisis.

De entre las categorías establecidas por Malavé creemos oportuno adoptar las que se refieren a elementos importantes para el análisis del aspecto formal del humorismo gráfico y que son las siguientes: tipo de unidad, combinación entre texto e imagen, tipo de texto y tipo de actantes.

El tipo de unidad ofrece tres posibilidades según las que se puede clasificar el ma-

terial en su totalidad, como hemos comprobado en el ejercicio del test de prueba realizado. Por *viñeta*, entendemos el humor gráfico que se desarrolla en una sola escena y por *tira*, aquel que se desarrolla en más de una escena. La caricatura aunque corresponde a una sola escena es un tipo específico de humorismo gráfico con larga tradición histórica (ver apartado 2.4.1) y es interesante comprobar su presencia en la prensa actual. Y es de suponer que mofarse de personajes públicos conocidos e intentar ridiculizar figuras del poder sigue siendo una constante en el género.

La categoría de la combinación entre texto e imagen ofrecida por Malavé puede satisfacer las necesidades clasificatorias de cualquier muestra de humorismo gráfico, de ahí que la reproduzcamos sin quitar ni añadir nada. Esta categoría nos puede aportar información sobre el aspecto formal del género, como también sobre el peso que mantiene en él cada uno de sus componentes básicos: la imagen y la palabra.

La categoría del tipo de texto también es una categoría formal porque es la categoría de tipo de texto porque nos permite averiguar cómo se inserta la palabra en la imagen. Del amplio espectro que presenta Malavé nos quedamos con el esqueleto, es decir, con las formas predominantes que son el monólogo y el diálogo. Todas las demás posibilidades quedan reducidas a la categoría de texto integrado en el dibujo. Y esto es así porque no aspiramos a un análisis meticuloso de las innumerables posibilidades de integración del texto en el dibujo.

Finalmente la categoría de tipo de actantes incluye tres opciones que durante el test de prueba realizado resultaron más operativas para la clasificación y el análisis de las unidades de contenido de la muestra. Una de ellas, los personajes reales (figuras sobresalientes de la vida política, económica y social) aparecen ya en el antecedente de Malavé y son, de hecho, uno de los actantes más generalizados en el humorismo gráfico.

En la categoría del tipo de actantes hemos añadido a los personajes simbólicos que corresponden a personajes que han sido altamente esquematizados para representar a un grupo, a una categoría de personas o incluso a una clase social entera, como por ejemplo, la clase trabajadora, la oligarquía económica o los banqueros, etc. También, hemos añadido a los símbolos para referirnos a las representaciones culturales simbólicas muy recurrentes en las metáforas visuales. Por ejemplo, un animal salvaje como el tiburón para denotar a los mercados financieros o un objeto como la tijera para denotar los planes de recortes decididos por los gobiernos.

Las próximas categorías en la ficha de contenido no responden al ejemplo de Malavé sino que son introducidas por primera vez en este estudio. Nos referimos para empezar a la categoría de la estrategia narrativa en la que según el test de prueba domina la metáfora visual.

La importancia de la metáfora visual ya ha sido mencionada en el apartado 2.4.3.1., sin embargo, hasta ahora no ha recibido especial atención como elemento constitutivo del discurso del humorismo gráfico. Por esta razón, introducimos esta categoría a fin de obtener los datos necesarios que nos permiten sacar conclusiones fiables sobre su función y su peso en la construcción del significado de este género.

La siguiente categoría que introducimos es la estrategia humorística. Dentro del marco de la Teoría de la Incongruencia, se ha desarrollado la Teoría General del Humor Verbal (ver apartado 2.1.1.1.) que ha definido y categorizado las estrategias discursivas a través de las cuales se efectúa el discurso humorístico en la comunicación verbal. Este modelo teórico ha sido aplicado en el estudio de textos humorísticos verbales (Tsakona, 2004; Attardo, 2001) y su capacidad analítica ha sido demostrada

empíricamente.

En este estudio decidimos dar un paso hacia delante y aplicar este modelo teórico en el estudio de un discurso no exclusivamente verbal sino óptico-verbal para comprobar la importancia y el valor que estas estrategias pueden tener en la construcción de su significado. Creemos que esta decisión es justificada puesto que la Teoría de la Incongruencia interpreta el fenómeno del humor en términos cognoscitivos y no exclusivamente lingüísticos. De ser así, las herramientas y conceptos elaborados en su marco, pueden ser operativos en distintas manifestaciones del discurso humorístico, entre ellas, sin lugar a dudas, en el humorismo gráfico.

En la categoría de la estrategia humorística (campo cerrado) se puede elegir entre opciones determinadas de estrategias humorísticas que han sido seleccionadas en base al modelo propuesto por Tsakona (2004). El test de prueba ha sido especialmente útil para comprobar la recurrencia pero también la operatividad de estas estrategias humorísticas en el estudio de este tipo de discurso. Las estrategias humorísticas seleccionadas son las siguientes: la ironía, el chiste, el juego de palabras, el neologismo, la adaptación de estilo de otros géneros discursivos, el cambio de registro o código lingüístico, la metáfora verbal y el paralelismo.

Las dos siguientes categorías de la ficha de análisis de contenido son las referencias culturales y las contextuales. La importancia de estas categorías para el análisis del discurso del humorismo gráfico ha sido suficientemente explicada en el apartado 2.4.3.3. del presente trabajo. Lo único que podemos añadir aquí es que el registro de datos relativos a estas categorías nos permite comprobar empíricamente el peso de su presencia y el valor semántico y pragmático que aportan al contenido global del mensaje.

La categoría relativa a la temática de las unidades de análisis ha sido el principal criterio de selección de la muestra. Es decir que en la muestra hemos incorporado sólo las manifestaciones del humor gráfico periodístico que contenían los enfoques temáticos ya mencionados. De este modo, en la ficha de análisis de contenido aparecen estos cuatro bloques temáticos aunque resumidos por razones prácticas: a).el poder político nacional y europeo y sus relaciones; b).el poder económico, la Banca y demás instituciones financieras; c).la sociedad ante la crisis y; d). los medios de comunicación.

La siguiente categoría en la ficha de análisis de contenido es el objetivo o “víctima” del ataque humorístico que hace referencia a las instituciones o personalidades políticas a las que se dirigen los dardos de los humoristas gráficos. Según la Teoría General del Humor Verbal (TGHM) de Attardo (2001), el objetivo del humor es uno de los seis factores cognitivos a analizar para comprender un texto humorístico. Además, esta investigación considera que el objetivo del humor es un factor muy relevante para analizar la posible función crítica del humor gráfico periodístico, puesto que nos ayuda a determinar a qué o a quién se dirige esta crítica.

Según lo expuesto en 2.4.3., el humorismo gráfico periodístico es la expresión de una opinión o un comentario crítico de la realidad sociopolítica que nos rodea. De ser así, esta opinión o comentario podrá ser parafraseada y/o resumida a fin de poder explicitar su argumentación subyacente. En otras palabras, al tener que analizar un mensaje tan complejo es importante explicar y hacer transparente el pensamiento de su autor y la argumentación en la que se basa. No olvidemos, además, que esta categoría tiene como objetivo rebelar las ideas implícitas del texto y configurar la postura del texto ante la temática elegida.

La última categoría adoptada por este estudio hace referencia al significado global de la unidad de análisis y es la conclusión y valoración final de su contenido. Esta valoración nos conducirá a detectar si cada manifestación del humor gráfico de la muestra cumple o no la función crítica que supuestamente constituye su objetivo.

Se ha considerado que las categorías de tema, objetivo, argumento y valoración final nos proporcionan los datos necesarios para poder proseguir con la segunda fase del análisis que, como ya hemos mencionado, es el análisis del discurso del humorismo gráfico político en la prensa griega y española contemporáneas.

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

MEDIO	<i>Público</i> <i>El País</i> <i>El Mundo</i> <i>ABC</i> <i>El Jueves</i> <i>Elefcerotypia</i> <i>Ta Nea</i> <i>Kathimerini</i> <i>Elefceros Tipos</i> <i>To Pontiki</i> <i>Cartoon Movement</i>
AUTOR	
FECHA	

Tipo de unidad	<ul style="list-style-type: none"> • Tira • Viñeta • Caricatura
Combinación entre texto e imagen	<ul style="list-style-type: none"> • Domina el texto • Domina el texto • Domina la imagen • No hay texto
Tipo de texto	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo • Monólogo • Texto integrado en el dibujo
Tipo de actantes	<ul style="list-style-type: none"> • Personajes reales • Símbolos • Personajes simbólicos
Estrategia narrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Metáfora visual • Otra
Estrategia humorística	<ul style="list-style-type: none"> • Ironía • Chiste • Juego de palabras • Neologismo • Paralelismo • Adaptación de estilo de otros géneros discursivos • Metáfora verbal

	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio de registro o código lingüístico • Otra
Referencias culturales o intertextos	<ul style="list-style-type: none"> • Campo abierto
Referencias contextuales	<ul style="list-style-type: none"> • Campo abierto
Tema específico	<ul style="list-style-type: none"> • El poder político nacional y europeo y sus relaciones • El poder económico, la Banca y demás instituciones financieras • La sociedad ante la crisis • Los medios de comunicación
Objetivo o “víctima” de la unidad	<ul style="list-style-type: none"> • Campo abierto
Argumento	<ul style="list-style-type: none"> • Campo abierto
Valoración del contenido / función discursiva de la unidad	<ul style="list-style-type: none"> • Campo abierto

4.4.2. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

A través de la entrevista en profundidad queremos registrar la posición personal de cada autor entrevistado ante los temas que ocupan esta investigación (función del humor político en la prensa, relación entre humor e ideología, etc.) y relacionar sus respuestas con los resultados del análisis de las unidades de contenido.

Los humoristas gráficos que han querido colaborar y han realizado la entrevista son los siguientes: Andreas Petroulakis (*Kathimerini*), Ilias Makris (*Kathimerini*), Panos Zajaris (*To Pontiki*), Stathis (*Elefcerotypia*), Forges (*El País*), El Roto (*El País*), Vergara (*Público*) y Alfons López (*Público*).

El guión de la entrevista incluyó estos temas:

1. ¿Qué papel cree que tiene el humor gráfico político en la prensa? ¿Cuál es su principal función? ¿Su objetivo?
2. ¿Qué considera más esencial en el humor gráfico: la idea, el dibujo, el texto?
3. ¿Es el sentido del humor uno de los factores más decisivos para una viñeta lograda?
4. ¿La viñeta política debe ser provocativa y alimentar el debate democrático?
5. ¿El humor gráfico debe tener límites? ¿Cuáles son y cuáles deben ser estos límites?
6. ¿Es un humorista gráfico más libre para expresarse que un articulista de opinión?
7. ¿Funciona el humor como una licencia que nos permite tocar asuntos polémicos o difíciles de tocar?
8. ¿Podemos a través del humor ejercer una crítica más profunda y más directa de las autoridades políticas y económicas?
9. ¿Puede funcionar el humor en general y el humor gráfico político en particular como un “arma” para atacar una ideología? ¿Y para defenderla?
10. ¿Puede servir para deconstruir argumentos y opiniones de las que se está en contra?
11. ¿Cree que existe relación entre el humor y la ideología política? ¿Hay tipos de humor más cercanos a ciertas ideologías?
12. ¿Cómo caracteriza la relación que mantiene el humorista gráfico con el medio en el que trabaja?
13. ¿Se puede tolerar la expresión de posturas diferentes a la línea editorial del medio para el que trabaja el humorista gráfico?
14. ¿Puede haber contenidos censurados o procesos de autocensura en contenidos que se cree que no van a ser tolerados?
15. ¿Una viñeta lograda es capaz de despertar la conciencia del lector? ¿Es capaz de provocar la reflexión y hacerle dudar y cuestionar “certezas”?
16. ¿Qué es lo que más le hace disfrutar de su trabajo? ¿Qué le hace sentir y pensar que la meta que se ha propuesto está cumplida?
17. En los medios sociales el humor ocupa un lugar importante. ¿Qué piensa de esto?
18. ¿Hay futuro para el humorismo gráfico en la nueva era mediática digital?

4.5. EL UNIVERSO Y LA MUESTRA

El conjunto del humorismo gráfico periodístico de temática política constituye el universo de esta investigación. Este universo, de enorme amplitud, se acota en una

primera fase por la inclusión en el muestreo solamente del humorismo gráfico periódico de temática política producido en el seno de la prensa griega y española contemporánea.

Estos dos países pertenecen al mismo modelo comunicativo, el modelo mediterráneo o “pluralista polarizado” según Hallin y Mancini (2004). Una de las características importantes de este modelo es la integración de los medios de comunicación en la política de partidos que, entre otras cosas, conduce a una concepción instrumental de los mismos entendidos principalmente como mecanismos de influencia política.

Puesto que nuestro objetivo es analizar un género de opinión política creemos que este factor, junto a la existencia en este modelo de una potente tradición de periodismo de comentario y opinión más persistente que en otros países europeos, como anotan Hallin y Mancini (2004), es determinante; pues el marco de referencia mediática y sociopolítica de la muestra elegida es común.

Común es también la coyuntura económica y política de la crisis de deuda en la zona euro y las consecuencias de las decisiones de la élite europea de imponer un duro programa de ajuste fiscal y de austeridad económica sin precedentes en la historia contemporánea europea y, por supuesto, la decisión de apoyar incondicionalmente a la Banca, que ha sido recapitalizada en repetidas ocasiones con dinero público.

Decisiones económicas y políticas que, claro está, no afectaron solamente a Grecia y a España sino a toda la periferia europea (recordemos el término peyorativo de “PIGS” ampliamente usado en los medios de comunicación y las redes sociales de todo el continente europeo). Aunque la imposición de este plan político-económico no afectó a todos estos países con la misma intensidad y amplitud, estando Grecia desde el principio en el ojo del huracán, es indudable que ha creado un escenario sociopolítico compartido. El análisis de la muestra podrá comprobar si este escenario común ha generado contenidos mediáticos similares y si, efectivamente, ha determinado de modo similar el establecimiento de la agenda de los medios de comunicación en los dos países.

Estrechamente relacionada y complementaria a las anteriores es la tercera razón que justifica la inclusión en la muestra de humor político periodístico de diferentes magnitudes geográficas: y es que la referencialidad de los discursos producidos en la era contemporánea no corresponde necesariamente a los límites de las fronteras nacionales. Desde la perspectiva del análisis de discurso ya se han escuchado voces que abogan por una concepción más amplia de los eventos comunicativos. Bloomaert al describir las prioridades para el análisis de discurso en la nueva era afirma que:

“We have to conceive of communication events as ultimately influenced by *the structure of the world system*. In an era of globalization, the threshold of contextualization in discourse analysis or sociolinguistics can no longer be a single society (or even less a single event) but needs to include the relationships between different societies and the effect of these relationships on repertoires of language users and their potential to construct voice” (2005:15).

La afirmación de Bloomaert nos sirve de marco y justificación teórica para incluir en la muestra textos de diferente procedencia nacional aunque inmersos en un contexto sociopolítico común.

Una vez aclarado este punto, pasemos a presentar el corpus de la muestra que se compone de 1200 unidades de humorismo gráfico procedentes de publicaciones pe-

riódicas representativas de todo el espectro político de los dos países, es decir, publicaciones que se identifican con la derecha, el centro y la izquierda política en Grecia y en España (para un análisis del perfil ideológico-político de las publicaciones periódicas escogidas y de su importancia en el espectro de la prensa nacional española y griega ver apartado 5.4.2.) Esta opción responde a la necesidad declarada de averiguar las relaciones entre el humor político y la ideología.

La muestra de periódicos elegida es la siguiente:

- I. En España:
 - a. *ABC*,
 - b. *El Mundo*,
 - c. *El País*,
 - d. *Público*

- II. En Grecia:
 - a. *Elefceros tipos* (Prensa libre),
 - b. *Kathimerini* (El Diario),
 - c. *Ta Nea* (Las noticias),
 - d. *Elefcerotypia* (Libertad de prensa).

También se han incluido dos publicaciones satíricas semanales:

- e. *El Jueves*
- f. *To Pontiki* (El Ratón).

Finalmente, en el corpus se ha incluido una plataforma digital internacional de humor gráfico en la que participan humoristas gráficos griegos y españoles:

- g. *The Cartoon Movement*

Anjali Suniti Bal (2011) destaca la relevancia que ha cobrado durante los últimos años la presencia del género del humor gráfico político en las plataformas digitales. Bal comenta que, dado el declive de la prensa tradicional cada vez más acusado, los humoristas gráficos encuentran nuevas vías digitales a través de las cuales mantienen su influencia y su popularidad.

The Cartoon Movement (www.cartoonmovement.com) es justamente una de estas vías a través de las cuales los autores del género encuentran un foro público donde expresar su creatividad y su voz crítica en el discurso público. Las temáticas que cubre son varias pero la política es la más importante. En *The Cartoon Movement* colaboran numerosos humoristas gráficos que presentan diferentes puntos de vistas mientras que las viñetas publicadas en este medio son compradas y reproducidas en la prensa internacional impresa y digital.

La muestra de la investigación está constituida por todas y cada una de las manifestaciones del humor gráfico político en este corpus de publicaciones, siempre que se incluya en los cuatro bloques temáticos ya explicados. El periodo temporal establecido para la selección de la muestra es desde mayo de 2011 y hasta junio de 2012. Se trata de un periodo temporal que incluye momentos álgidos de la crisis financiera en la zona euro con cada vez más acusadas consecuencias sociales y políticas para los países de la periferia y, en resumidas cuentas, de un periodo temporal en el que las temáticas aquí anotadas monopolizan el discurso público en los dos países.

5. EL HUMOR GRÁFICO EN LA PRENSA GRIEGA Y ESPAÑOLA. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. CARACTERÍSTICAS FORMALES

Una vez completadas las fichas de contenido de las 1.200 muestras de humor gráfico que componen el corpus de esta investigación y tras clasificar los datos en el formato del programa Microsoft Excel a fin de ser elaborados cuantitativa y cualitativamente, podemos proceder a la presentación y análisis de los resultados.

Creemos oportuno empezar por las características formales de la muestra en las que incluimos los tres primeros apartados de la ficha de contenido, es decir: el tipo de unidad, las posibilidades de combinación entre texto e imagen y el tipo de texto que aparece en las unidades de humor gráfico estudiadas.

Dado que el análisis de las características formales no figura entre los principales objetivos de este proyecto no pretendemos ofrecer un estudio exhaustivo de las diferentes opciones y posibilidades creativas que explotan los autores sino una visión general aunque esclarecedora de las principales tendencias del género tal y como éstas se presentan en la muestra estudiada.

5.1.1. Tipo de unidad

La abrumadora mayoría de la muestra (91,75%) corresponde al tipo de unidad de la viñeta, o una sola escena de humor gráfico, mientras que la tira, o desarrollo narrativo en más de una escenas, representa el resto de los casos (8,25%). Si queremos sacar conclusiones en base a nuestro corpus tenemos que afirmar que la viñeta es el tipo universal del humor gráfico y que la tira es una modalidad presente aunque destacadamente minoritaria.

Sin embargo, si comparamos estos datos con los correspondientes del estudio de Malavé (2005) sobre este mismo aspecto veremos que hay una notable diferencia. Del corpus total del humor gráfico en el periódico *El País* durante los años 1976-1978 estudiado por Malavé, el porcentaje entre viñetas y tiras es de 49,31% frente a 49,65% respectivamente, es decir, el número de tiras es muchos más alto e incluso superior al de las viñetas.

La explicación puede buscarse en el estilo propio de cada autor, pues en la muestra de Malavé tiene una representación considerable la obra de Peridis, autor que utiliza casi exclusivamente la tira. Además, se tiene que tomar en consideración que al tratarse del humor gráfico en un sólo periódico, el número de autores en la muestra de Malavé es bastante reducido como para sacar conclusiones sobre el formato universal del género estudiado.

Lo mismo se puede afirmar para el presente estudio puesto que, aun siendo la muestra de mayor extensión en este aspecto al incluir diez diferentes medios impresos y una plataforma digital, este trabajo no está orientado hacia la obtención de datos cuantitativos que podrían justificar conclusiones fiables al respecto.

Así las cosas, podemos concluir que en el marco del reducido alcance cuantitativo de nuestro estudio la viñeta es la tendencia mayoritaria en la prensa estudiada. No hay que olvidar que la viñeta es una forma todavía más condensada que la tira, la cual, dado su avance espaciotemporal a través de diferentes escenas, es más adecuada

para narrar. En la viñeta, todo el universo narrativo y argumentativo se limita a un sólo plano y a pesar de esto o quizá a causa de esto es el formato más preferido (sobre la importancia de la condensación del mensaje en el humorismo gráfico ver apartado 2.4.3.1.)

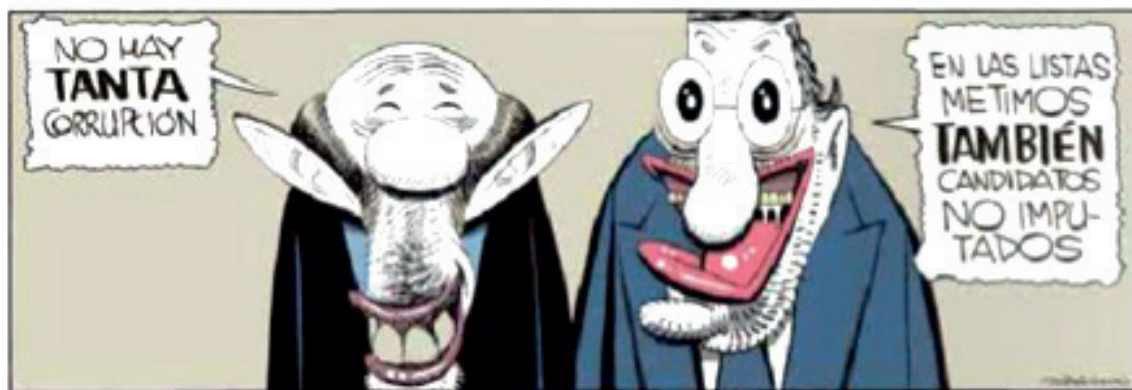
En lo referente a la caricatura, una de las tres opciones de tipo de unidad en la ficha de contenido completada, es llamativa su ausencia total de la muestra. Ausencia de la caricatura si ésta es definida como un retrato personal exagerado y basado en la deformación y distorsión de la fisionomía de un personaje real sin otros elementos narrativos. Es decir, lo que no aparece en la muestra es la caricatura clásica de referencialidad unívoca y exclusiva a un protagonista de la vida pública al que se burla sólo a través de la estética y de la representación plástica.

Malavé en su corpus de humor gráfico anota un porcentaje mínimo (1,02%) de caricaturas que define como "(...) retrato simple de un personaje con fines meramente ilustrativos" (2005:281); porcentaje que además corresponde a los dos primeros meses de la vida del periódico *El País* puesto que a partir de entonces estas ilustraciones dejan de publicarse.

Así las cosas, parece que este tipo especial de retrato aunque fue la primera muestra del género en la prensa tiende a eclipsarse si no ha desaparecido por completo. Sin embargo, es preciso hacer una aclaración al respecto puesto que el arte de la caricatura sigue vivo pero como un recurso estilístico más en la paleta de posibilidades expresivas de los autores del humorismo gráfico. De este modo, observamos que la caricaturización de personajes reales de la vida pública sigue presente pero dentro del marco de una metáfora visual u de otros elementos narrativos y argumentativos utilizados.

Cada autor explota en mayor o menor grado los efectos "burlones" de la caricatura y de esto tenemos pruebas suficientes en el corpus estudiado donde hallamos desde la más completa ausencia hasta una presencia destacada. Guillermo en *El Mundo* es de los autores que más explotan este recurso estilístico. Veamos un ejemplo:

Ejemplo 1. Guillermo, *El Mundo*, 06/06/2011.

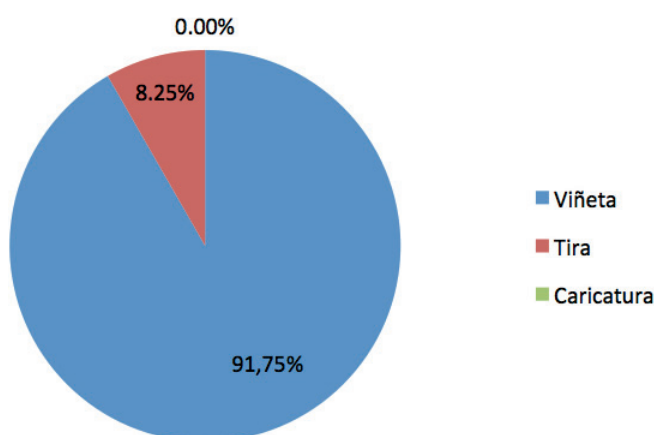


En esta viñeta la distorsión caricaturesca de las fisionomías de Alfredo Rubalcaba y Mariano Rajoy juega un papel decisivo en el efecto desvalorativo de su personalidad política, sin embargo, es el diálogo entre ellos el elemento que aporta el contenido y la carga argumentativa de la viñeta. La actitud crítica del autor se transmite tanto por la imagen como por la palabra así que no estamos ante una caricatura clásica pero sí ante una viñeta que explota también la configuración plástica de sus "víctimas" para

conseguir sus fines.

Si seguimos la escala de mayor a menor explotación de este recurso estilístico podemos llegar a ejemplos de representación absolutamente realista de personajes públicos sin olvidar todos los puntos intermedios en los que la caricaturización de los actantes varía según el lenguaje propio de cada autor.

Ilustración 1: Tipo de unidad



5.1.2. COMBINACIÓN ENTRE TEXTO E IMAGEN

Como ya hemos apuntado (ver apartado 2.4.2.) el humor gráfico periodístico es un código mixto, un lenguaje híbrido que combina la imagen y la palabra. Esta combinación puede variar según el peso que cobran cada vez estos elementos constitutivos tal y como hemos indicado en el correspondiente apartado de la ficha de contenido: de la absoluta falta de signos verbales, a su indiscutible protagonismo; y del predominio de la imagen a la combinación equilibrada entre los dos elementos. Es en este último caso en el que se incluye la absoluta mayoría de las unidades de humor gráfico estudiado, en concreto, el 81,16% de la muestra.

Esta combinación equilibrada o “integración entre texto e imagen por igual” como es designada en la ficha de contenido no significa medir palabras y signos icónicos para asegurar su relación equivalente y simétrica. El criterio para incluir una unidad en este marco ha sido el carácter global e indisoluble de los dos elementos para construir el significado y la consiguiente imposibilidad de separarlos sin alterar seriamente el mensaje global. En este justo y sutil equilibrio entre imagen y palabra brota una parte importante del ingenio del humorismo gráfico, de su especial “arte” como código semiótico.

El hecho de que la perfecta combinación entre imagen y palabra no estriba en la cantidad sino en el modo de realizarla es también anotado por dos de los autores entrevistados en el marco de esta investigación, Alfons López y El Roto. Veamos su acercamiento desplegado con motivo de la siguiente pregunta de la entrevista: “¿Qué considera más esencial en el humor gráfico: la idea, el dibujo, el texto?”

Alfons López responde así:

“Hay que combinarse. Una buena idea puede funcionar incluso con un dibujo regular. Lo importante es la idea con un buen dibujo. El texto debe ser lo más corto posible. Se necesita una capacidad de síntesis. Es como hacer poesía.”

El texto ha de ser breve pero capaz de sintetizar el mensaje en su conjunción con la imagen y esto será efectivo siempre que la brújula del autor sea una buena idea. O dicho de otro modo, la idea será el guía principal del proceso creativo, el dibujo dará cuerpo y consistencia a la idea y la palabra sintetizará el mensaje de modo que las partes formen un todo indisoluble. Veamos un ejemplo de este mismo autor:

Ejemplo 2. Alfons López. *Público*. 22/10/2011.



—*Hmm... abaratar (más) el despido y rebajar (más) el impuesto de sociedades déjeme a mí. Ahora, para cargarse los servicios públicos, llame a Mas...*
 »Ése sí que es un genio de la privatización.

La fábula del genio de Aladín sirve como idea principal para satirizar los objetivos de la política económica del gobierno español de aquel momento. Además, ofrece al autor la oportunidad de jugar con las distintas acepciones del vocablo “genio” a fin de proporcionar un ataque crítico dirigido a la política de privatizaciones de Artur Más. El dibujo y la palabra se entremezclan y combinan de manera que se crea un mensaje sólido e indisoluble.

El Roto, por su parte, afirma:

“Creo que el dibujo sin el texto es poco y el texto sin el dibujo es aún menos. La combinación de texto y dibujo es lo que da ese resultado. Pienso que el dibujo satírico es un medio bastante rico en el sentido de que combina elementos provenientes de distintos ámbitos, tanto del pensamiento como de la plástica, y esa conjunción si está bien realizada puede ser bastante bella.”

El Roto ve el dibujo como protagonista aunque esto no signifique que el resultado para ser óptimo no deba combinar bien los dos elementos: el mundo del pensamiento expresado por la palabra y el mundo de la plástica expresado por el dibujo.

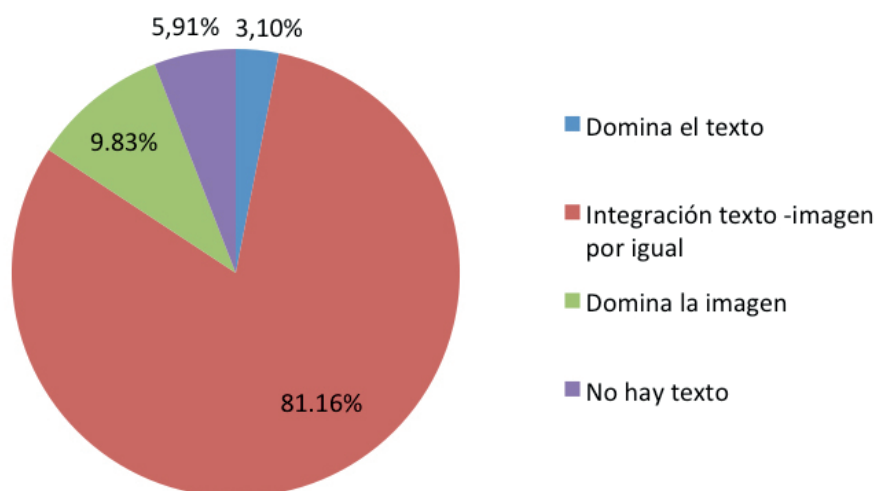
El protagonismo del dibujo ante la palabra corresponde a una parte menor aunque importante de la muestra. En este aspecto podemos contar el 9,83% de los casos en los que aunque haya un texto breve éste no juega un papel importante en la construcción del significado y juntarlo al 5,91% de los casos en los que no aparece texto alguno y el

dibujo es el protagonista indiscutible. No ocurre lo mismo con las unidades en las que protagoniza la palabra, pues, son evidentemente minoritarias y ocupan el 3,1% de la muestra.

Los resultados del referido estudio de Malavé son, en líneas generales, acordes a los que aquí se han presentado. Prevalece la integración del dibujo con la palabra (66,15%), son casi iguales los porcentajes de predominio de la imagen (9,96%) y de absoluta falta de texto (5,15%) y sólo se difieren en el porcentaje más alto del predominio de la palabra (14,43%).

En resumen, podemos afirmar que la tendencia mayoritaria en el humor gráfico es buscar la síntesis armónica entre imagen y palabra. El dibujo no deja de ser un elemento sustancial y ocupa el primer plano en un número considerable de unidades de humor gráfico. En cambio, el protagonismo de la palabra es de menor alcance.

Ilustración 2: Combinación entre texto e imagen



5.1.3. Tipo de texto

La siguiente cuestión a abordar es la representación de la palabra en el humorismo gráfico y según hemos definido en la ficha de contenido tres son las principales opciones: el monólogo, el diálogo y el texto integrado en el dibujo, en todas sus posibles combinaciones. La tendencia mayoritaria es el monólogo y su combinación con el texto integrado en el dibujo que, en conjunto, ocupa el 41,41% de las unidades estudiadas. Es decir, el monólogo puede aparecer como elemento textual único o ser complementado con texto integrado en el dibujo.

En los dos casos es muy frecuente que el monólogo sea parte de un diálogo elíptico, es decir, que la palabra se dirija a un actante que sin embargo no reacciona ante el estímulo verbal, como ocurre, por ejemplo, en la viñeta siguiente:

Ejemplo 3. Forges, *El País*, 13/10/2011.



Otro caso típico de monólogo, es el monólogo abstracto que no se dirige a nadie y que en términos literarios podría caracterizarse como un monólogo interior. Es una forma textual propicia para la reflexión filosófica o para hacer un balance de lo acaecido en la esfera pública y de sus consecuencias para el sujeto pensante. Ejemplos típicos nos aportan los monólogos de El Roto en *El País* o del Máximo en el *ABC*.

En cuanto al diálogo, no cabe duda de que es también un tipo de texto muy recurrente tanto como elemento textual único como también complementado con texto integrado en el dibujo. El conjunto de unidades de humor gráfico que corresponden a estas dos variaciones es del 29,75% de las unidades estudiadas.

El diálogo entre dos personajes “cotidianos” es una de las formas preferidas de algunos autores dado que les permite transmitir los pensamientos y las preocupaciones de la ciudadanía y a través de ellas sus respectivos comentarios. Erlich utiliza con frecuencia este tipo de diálogo:

Ejemplo 4. Erlich, *El País*, 29/01/2012.



El diálogo, además, es una forma adecuada para introducir el elemento humorístico, la respuesta inesperada, como comprobamos en esta misma viñeta de Erlich. Como es de suponer, no es un caso atípico sino todo lo contrario: la forma dialógica en la mayoría de la muestra está al servicio de las finalidades humorísticas (este aspecto es analizado en detalle en el apartado 5.3.).

El diálogo y el monólogo son formas textuales que pueden ser explotadas de diferentes maneras y con distintos fines, sin embargo el terreno que ofrece más posibilidades y en el que destaca la creatividad y la fantasía de los humoristas gráficos es el texto integrado en la imagen que corresponde al 22,41% de la muestra. En estos casos la palabra aparece únicamente incorporada en el dibujo.

Más que frecuente es que el texto funcione como un indicador que explica la referencialidad que el autor ha decidido dar a una imagen determinada. De esta manera,

Spiros Derveniotis, escribiendo la palabra “banca” en el cartón que sirve de posada a su personaje protagonista, un sin techo, nos aporta la clave explicativa de la siguiente tira:

Ejemplo 5. Spiros Derveniotis, *Cartoon Movement*, 07/03/2012

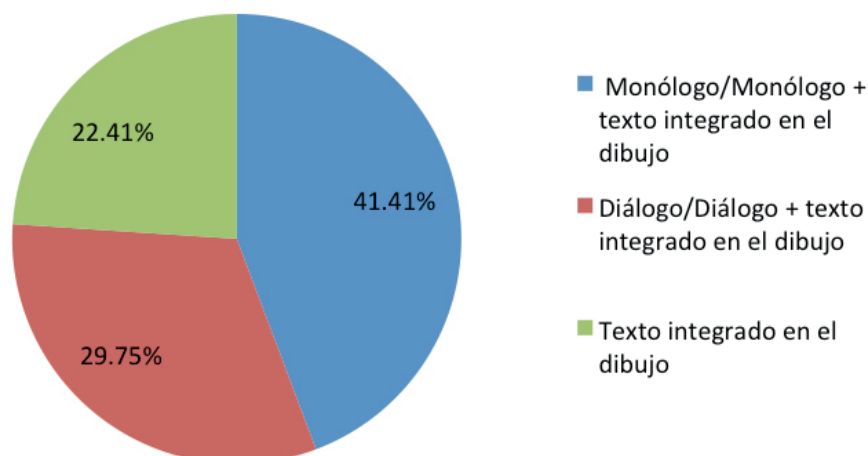


En este mismo marco se debe incluir la señalización de personajes simbólicos como tales a través del texto que se integra en el dibujo, a modo de ejemplo: una mujer desesperada que simboliza Grecia, pues ésta es la palabra escrita en su vestido, o un señor agresivo en cuyo sombrero se indica la abreviatura del Fondo Monetario Internacional (FMI), etc.

El texto es integrado en el dibujo a través de pancartas, señales, postales y un sinfín de recursos ópticos y es interesante destacar que se puede explotar hasta la forma tipográfica al cambiar el color, la letra o la ilustración de las palabras escritas.

Cada autor seleccionará el tipo de unidad, el modo de combinar los signos visuales y los verbales y, por supuesto, el modo de insertar el texto en la viñeta en función de la idea básica de la que ha partido y del objetivo que se ha propuesto. Este proceso será determinado, sin lugar a dudas, por la creatividad del autor tanto a nivel de pensamiento como a nivel plástico. De ahí que las variantes estilísticas formales observadas en el humorismo gráfico sean tan amplias como los distintos acercamientos de los autores que se proponen el reto de su creación.

Ilustración 3: Tipo de texto



5.2. ESTRATEGIAS NARRATIVAS. METÁFORAS Y SIMBOLISMOS

Como indicamos en el apartado 2.4.3.1., la metáfora visual constituye uno de los signos fundamentales del lenguaje del humorismo gráfico, uno de los principales materiales para su construcción. En efecto, como veremos a continuación el relato del humor gráfico sobre la crisis de deuda de la zona euro y las consecuentes convulsiones políticas y sociales experimentadas en Grecia y en España está estructurado, sobre todo, en base a metáforas visuales.

Metáforas visuales que explotan referencias culturales comunes y recorren todo el corpus estudiado sin detenerse ni en las fronteras de las distintas posiciones político-ideológicas ni en las fronteras nacionales. Del mismo modo, observamos la coincidencia en el uso de algunos de los símbolos y de los simbolismos que vemos representados en la iconografía del humorismo gráfico como también en sus principales protagonistas, los actantes de las unidades.

Los principales conceptos metafóricos, las fuentes culturales de las que beben los autores y los protagonistas simbólicos o reales del relato del humorismo gráfico en esta muestra constituyen el objetivo de estudio de este apartado. Estos tres componentes de estudio corresponden a lo que en la ficha de contenido hemos definido como: estrategia narrativa, referencias culturales y tipo de actantes.

5.2.1. Estrategia narrativa y referencias culturales

La estrategia narrativa adoptada por una gran mayoría de los autores de la muestra del humor gráfico de este estudio es, sin lugar a dudas, la metáfora visual que llega al 88,83%. En el marco de esta presentación metafórica se explotan significaciones y representaciones simbólicas arraigadas en el trasfondo cultural que comparten los emisores y los receptores del texto.

Y es que como Lakoff y Johnson (1998) han demostrado en su estudio detallado de la metáfora como aspecto cognitivo de la mente humana no puede haber concepto metafórico sin presuposiciones culturales. Es más, para estos autores toda experiencia humana es “cultural hasta los tuétanos”, pues “(...) experimentamos nuestro mundo de tal manera que nuestra cultura ya está presente en la experiencia misma” (1998:97).

Creemos así oportuno estudiar las metáforas visuales más características e importantes del corpus en paralelo con las presuposiciones culturales que las sustentan. Consideramos metáforas más importantes las metáforas que presentan, por una parte, un alto grado de frecuencia, y por otra, un alto grado de eficacia comunicativa al conseguir condensar el significado y transmitirlo de modo directo y escueto.

La elección de la representación metafórica, ciertamente, está en estrecha relación con la temática desarrollada que aquí será limitadamente mencionada al constituir el objeto de estudio del apartado 5.4.3.

5.2.2.1. La cultura clásica griega

Acabamos de comentar que las metáforas son elegidas en función del tema de cada unidad. En el caso de querer referirse a Grecia, activar el reflejo de la simbología del omnipresente (al menos en el contexto europeo) mundo clásico griego parece ser la solución más inmediata, sobre todo para los autores españoles que tienden a identificar al país con este periodo histórico. Los autores griegos no recurren exclusivamente al mundo antiguo para simbolizar a su país o a su pueblo sino que, además, explotan representaciones culturales provenientes de otros periodos históricos de Grecia.

Respetadas las diferencias se puede afirmar que los autores del humor gráfico de la muestra estudiada utilizan repetidamente referencias a la mitología, a la escultura, a la arquitectura y a las demás facetas de la civilización clásica griega para tematizar asuntos relacionados con la crisis económica y política de este país.

Un caso ejemplar es que Grecia sea simbolizada por una estatua clásica, a veces, una estatua hecha pedazos, para denotar las consecuencias de la crisis y el sufrimiento de su pueblo. Aquí tenemos un ejemplo en el que la estatua de Atenea en el Partenón reflexiona sobre la deuda de la humanidad a la civilización griega y establece un juego de palabras con las distintas acepciones de la palabra *deuda*:

Ejemplo 6. El Roto, *El País*, 14/06/2011



elroto.dpais@gmail.com

Destacadas son también las referencias a la mitología. La conocida Troika de prestamistas internacionales a Grecia, el Banco Central Europeo (BCE), la Comisión Europea (CE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), es representada por algunos de los autores griegos como el ser mitológico de Cerbero, el perro de Hades, un monstruo de tres cabezas y con una serpiente en lugar de cola. En otros casos, Yorgos Papandreou, el primer ministro griego en aquel momento, es Ícaro que cae de los cielos o es Odiseo que atraviesa la aventura homérica de las sirenas.

Sócrates que responde “sólo sé que no sé nada” ante el interrogatorio de la canciller alemana Ángela Merkel y del presidente francés, Nicolás Sarkozy; el Partenón, robado por el FMI; una columna de orden jónico que es la pistola con la que Europa se va a suicidar; son algunos casos más en los que la metáfora visual se construye en base a la referencia cultural de Grecia clásica.

5.2.1.2. *La aventura marítima*

La metáfora del naufragio es una metáfora recurrente al hacer referencia al estado pésimo de la economía nacional y a las serias dificultades para superar las graves consecuencias de la crisis económica tanto en Grecia como en España.

Desde los textos homéricos y, en concreto, desde la Odisea, la gran metáfora de la existencia humana como un viaje lleno de aventuras y desventuras, la civilización occidental tiende a concebir la peripecia vital en términos de peripecia marítima. Y recordamos que: “La esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otra” (Lakoff y Johnson, 1998:41).

El mar, inmenso e imprevisto, es el universo en el que se desenvuelve el barco de la vida de un individuo o de una nación. Así, los autores que se sirven de este concepto metafórico presentan a Grecia, a España o a la UE como un barco que se hunde en el archipiélago de la crisis económica.

Este barco-símbolo de la nación o de la UE, en ocasiones es el Titanic, este naufragio histórico de evidente reminiscencia universal en el mundo moderno que además denota la repentina e imprevista destrucción de un “milagro” de alta tecnología, símbolo de progreso que, sin embargo, no cumple las expectativas y se hunde al chocarse contra un iceberg. Recordemos que antes de estallar la crisis económica en 2007 en el contexto de la UE se hablaba tanto del “milagro” económico español como del correspondiente “milagro” griego refiriéndose a la continua mejora de ciertos índices económicos de los dos países y a su progreso económico acelerado. El iceberg de la crisis del sistema financiero no se veía en aquel momento en el horizonte de los exponentes del discurso oficial europeo.

En el imaginario relativo al tema del naufragio también destaca la metáfora del naufrago que intenta sobrevivir en alta mar tras ser hundido el barco en el que viajaba. En este caso el naufrago es el pueblo que condenado a sufrir las consecuencias del “accidente” lucha desesperadamente contra las olas.

Veamos un ejemplo característico del concepto metafórico de la aventura marítima que, en este caso, sirve para criticar la prioridad política que ha dado el gobierno español para salvar a la Banca tras chocar contra el iceberg de la crisis:

Ejemplo 7. Erlich, *El País*, 24/09/2011



En otras ocasiones, la aventura marítima equivale a la amenaza aterradora del ataque de bestias marítimas y, sobre todo, de los tiburones. Es notable que en toda la muestra el tiburón funcione como un símbolo de los mercados financieros que merodean a su futura víctima, sea ésta el náufrago-pueblo, el barco-nación medio hundido o incluso las estrellas de la bandera de la UE.

Obviamente, los tiburones no son las únicas bestias que vienen a simbolizar la agresividad y los ataques especulativos de los mercados financieros a las economías nacionales durante la crisis de deuda de la zona euro. Otro concepto metafórico similar y también muy recurrente es el del animal salvaje real o fantástico. Un caso típico es el del ave de rapiña siempre lista para arrebatar y despedazar a sus presas.

Los mercados financieros, la Banca, las autoridades políticas y económicas responsables, la crisis misma, son realidades que pueden ser representadas metafóricamente recurriendo al gran acervo de la cultura popular, la literatura, el cine o el teatro.

5.2.1.3. *La cultura popular y el arte*

De la cultura popular destaca, sobre todo, el uso de los cuentos y de las frases hechas y refranes que sirven para crear metáforas visuales y para hacer alusión a nuevos contextos y significaciones. A modo de ejemplo el cuento de "Alí Babá y los cuarenta ladrones" sirve para hacer referencia a los banqueros, el cuento de Pinocho para destacar las mentiras de los políticos o el uso de la frase hecha "la banca siempre gana" para referirse a las instituciones bancarias y no a los juegos del azar.

La tradición literaria, aun siendo de empleo minoritario, está presente en la muestra estudiada. Un caso característico que no podría faltar de la obra de los autores españoles es el Quijote. Veamos un ejemplo de Forges que difícilmente sería descrito con palabras y en el que la famosa pareja de Don Quijote y Sancho Panza sirve para criticar la política de recortes en los servicios sociales tras la presión de los mercados financieros:

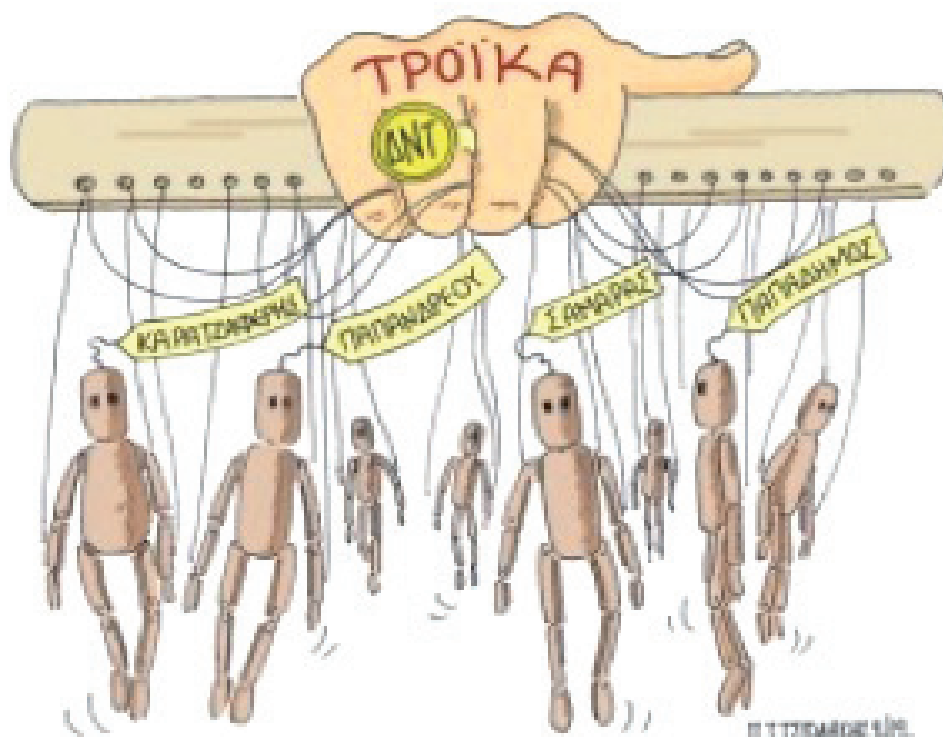


En cuanto a los autores griegos encontramos referencias a la literatura europea como por ejemplo la novela *El proceso* de Franz Kafka e incluso una versión jocosa de los versos de uno de los poetas más importantes de Grecia Moderna y premio nobel de poesía, Yorgos Seferis, a fin de comentar satíricamente la actualidad política nacional.

La cultura cinematográfica, por su parte, es de obligada referencia no sólo en relación a películas concretas sino también a personajes típicos como los mafiosos tal y como han sido representados en repetidas producciones cinematográficas: gafas oscuras de sol, traje impecable a rayas, posiblemente un puro en la boca y un estilo fuerte y amenazante. El tipo de mafioso que acabamos de describir aparece en numerosísimas unidades, sobre todo, para hacer referencia a los mercados financieros, la Banca o a las altas esferas del poder económico.

Frankenstein, una referencia originariamente literaria pero expandida por la faz de la tierra a través del celuloide, es una metáfora visual recurrente para referirse tanto al terror expandido por los mercados financieros como a la deficiente arquitectura y la desigualdad en el seno de la UE y de la zona euro. Finalmente, vale la pena mencionar la recurrente figura del superhéroe (proveniente del mundo del cómic pero también del cine) usada para parodiar a los jefes políticos en su “misión imposible” de salvar a la economía nacional o europea.

El teatro es representado en la muestra a través de uno de sus géneros menores: las marionetas. Marionetas que corresponden a los políticos nacionales movidos por las autoridades económicas internacionales. La siguiente viñeta en la que la Troika (BCE, CE y FMI) mueven los hilos de los jefes políticos griegos, es característica al respecto:



A pesar de no pertenecer estrictamente a ninguno de los campos mencionados en este apartado creemos oportuno incluir aquí las metáforas visuales en las que se explota un tipo de imaginación artística o literaria que crea figuras fantásticas, gigantes y/o monstruosas para representar la crisis o los mercados financieros y sus amenazas y ataques.

El tamaño de una entidad no deja de ser indicio de su carácter y calidad de modo que un ser gigantesco y monstruoso o un bulto enorme que cae del cielo con la indicación de “Mercados” no puede sino denotar la fuerza ciega y amenazante de instituciones económicas financiarizadas y globalizadas que deciden la suerte de personas y países sin gozar de legalización alguna. La fantasía creativa apoyada en el imaginario cultural de los autores hace que surja una pléyade de imágenes para representar esta situación.

5.2.1.4. *El símil de la enfermedad y la muerte*

Una referencia, quizá más física que cultural, es pensar en la enfermedad como símbolo de desgracia, adversidad, incapacidad y dependencia. Este estado negativo y desagradable viene a equipararse con el estado de la economía nacional tanto por parte de los autores griegos como por los españoles. La economía española o griega se presenta como un enfermo en la cama de un hospital en pleno desplome vital y se pregunta al médico por la posible recuperación del enfermo. Pregunta que da ocasión a una respuesta humorística, pues la recuperación dista mucho de ser rápida y segura.

En este contexto es necesario recordar la metáfora de la “medicina” muy utilizada

también en textos periodísticos de opinión verbal para referirse a la receta neoliberal de las políticas económicas impuestas por el FMI, el BCE y las autoridades políticas de la UE, sobre todo, Alemania. La expresión hecha “es peor el remedio que la enfermedad” es muy recurrente para criticar las decisiones políticas de los gobiernos de aquel momento y encuentra su correspondencia en los textos del humorismo gráfico. Así, se presenta al país o a la economía nacional como a un enfermo que ha empeorado por culpa de la medicina aplicada y, sin embargo, el médico que simboliza las autoridades políticas y económicas en un acto de evidente dogmatismo ideológico le receta mayores dosis de la misma medicina.

En este marco de metáforas visuales que tematizan la enfermedad aparecen quirófanos, enfermos esqueléticos o inválidos e incluso sesiones de psicoanálisis para políticos o mercados financieros trastornados. Si se da un paso más a esta temática metafórica es posible que el enfermo pierda la batalla de la vida y muera.

La muerte aparece en dos metáforas principales: la figura de esqueleto o Caronte con su capa negra y la hoz en la mano y la del entierro o sepulcro de las víctimas de esta crisis, sean personas o países enteros.

5.2.1.5. Herramientas para el recorte

Una viñeta que une el concepto metafórico anterior con el presente, las herramientas para el recorte, es la siguiente:

Ejemplo 10. Spiros Derveniotis, *Cartoon Movement*, 13/05/2011



—La solución es obvia. Se necesitan más recortes

En el quirófano no se encuentra un enfermo que simbolice al país sino una chuleta que forma el mapa de Grecia que sangra clavada con una tijera, cuchillos y otras herramientas para cortar. Los “médicos” (FMI, BCE y CE) deciden seguir con su método y hacer más recortes de la misma manera que se suministra mayor dosis de la medicina probada inadecuada en el ejemplo anterior.

Las herramientas usadas para cortar como los cuchillos, las sierras pero, sobre todo, las tijeras son las verdaderas protagonistas de las metáforas visuales que aluden a la política de recortes aplicada en Grecia, en España y en otros países de la zona euro.

Enormes tijeras que llevan en su mano los políticos, tijeras que regalan unos políticos a otros, tijeras con dientes que abren y cierran como una boca feroz, tijeras que constituyen la mercancía principal en una tienda imaginaria de la oligarquía económica, tijeras que sustituyen la cruz en la bandera griega, o incluso tijeras que son los soldados de un ejército que invade Atenas en clara alusión al ejército nazi que invadió la capital griega en 1941:

Ejemplo 11. Ilias Makris, Kathimerini, 29/10/2011

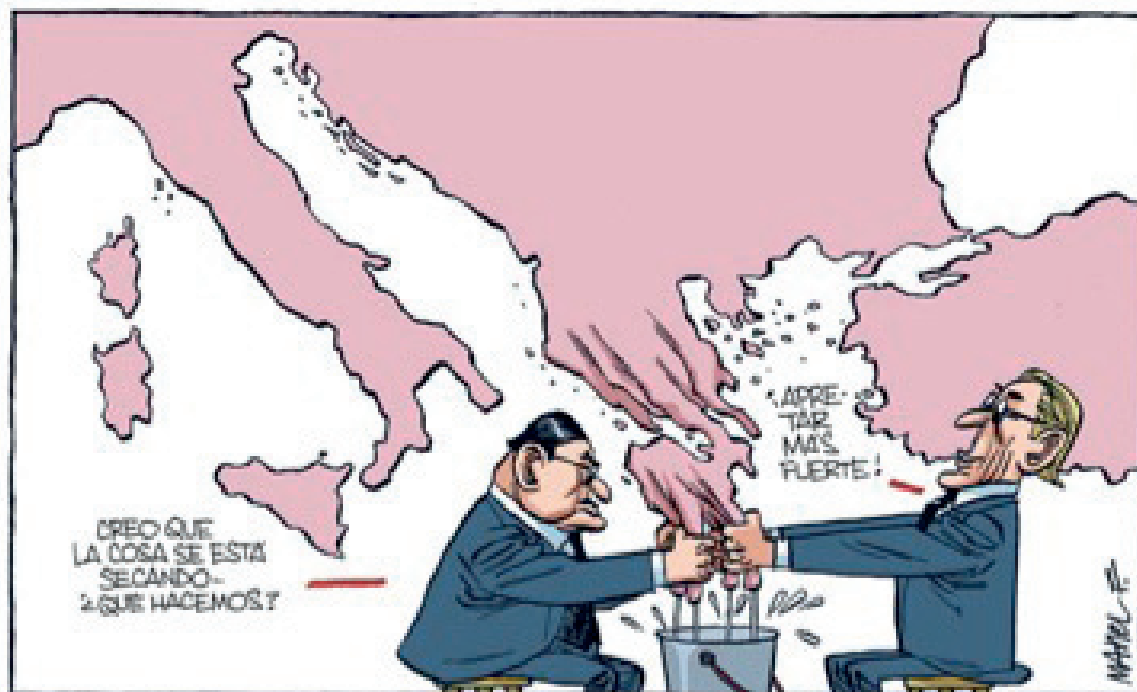


5.2.1.6. La metáfora geográfica

En Ejemplo 10 veíamos como Grecia es simbolizada por una chuleta cuyo diseño y tamaño corresponde a la representación geográfica del país, es decir al mapa nacional. Explotar las posibilidades de significación del mapa geográfico de un país o de un continente para crear metáforas visuales es un recurso sobradamente utilizado por los autores.

De este modo, podemos ver el mapamundi-personaje con pies perseguido por Frankenstein-mercados financieros, el mapa de Europa que es el esqueleto de un dinosaurio, el mapa de España que en lugar de Madrid tiene un artefacto explosivo a punto de estallar, el mapa de Europa en el que una mano con una tijera empieza a cortar Grecia por su frontera nordeste, o el mapa de Grecia ordeñado por los mercados financieros aun cuando no puede ofrecer más leche:

Ejemplo 12. Fondevila, Público, 01/07/2011



En este marco de referencias geográficas es preciso mencionar también el uso de las banderas como símbolos de los países en numerosas ocasiones y, por supuesto, la recurrente imagen de la bandera de la UE con las estrellas que simbolizan a los países miembros.

Estrellas que pueden ser sustituidas por contenedores de basura en los que busca comida sin techo desesperado en alusión a las consecuencias de la política económica aplicada para la ciudadanía europea; estrellas que corresponden a manos de personas que se ahogan y piden ayuda como los países de la periferia cuyas banderas llevan en la manga; o estrellas-países de la periferia que se caen de la bandera tras un sople fuerte de Eolo, el dios del viento. De uno u otro modo la presencia del mapa y de la bandera para simbolizar naciones o países miembros de la UE es de notable frecuencia en la muestra estudiada.

5.2.1.7. Referencias bíblicas

Sería extraño que en la muestra no hubiera referencias a la religión cristiana y la Biblia, pues constituyen uno de los pilares de la cultura europea; el otro pilar es indudablemente la tradición grecolatina que tiene destacada presencia e importancia como ya hemos apuntado.

Los humoristas gráficos en la prensa suelen referirse a aspectos de la vida cotidiana (temperatura, estación del año) y del calendario de festividades como la Navidad y la Semana Santa, pues este tipo de opciones son convencionales para este género. De ahí que en esta muestra se incluyan unidades que exponen los deseos que pide un ciudadano o un político a Papá Noel o a los Reyes Magos durante la época navideña o se hacen chistes con motivo de la escena de la Cena Secreta en Semana Santa.

El crucifijo de Cristo es una imagen que en nuestra cultura señala el sufrimiento del

crucificado que en vez de Cristo puede ser un político o un personaje que simboliza al pueblo; los mandamientos de Dios a Moisés fácilmente pueden cambiar de contenido y comentar el programa político del gobierno o de un partido; y, sin lugar a dudas, santificar la figura de un personaje político ofrece una buena oportunidad para parodiarlo.

No faltan los casos en que figuras y personajes del cristianismo y del mundo bíblico sirven para satirizar aspectos del discurso político y económico dominante como este Judas que se queja de que su paga es por debajo de las 30 monedas de plata:

Ejemplo 13. Ilias Makris, Kathimerini, 11/04/2012



"¡Maldita competitividad! ¡Quién lo dijera...12 monedas de plata!"

5.2.1.8. Otras metáforas recurrentes

Una metáfora visual que curiosamente la hallamos en casi todos los autores de la muestra independientemente de su procedencia nacional es la caída de Grecia o de los países periféricos europeos desde un precipicio. Personajes enlazados que simbolizan a los países de la UE se caen del precipicio de la crisis de deuda sin posibilidad de salvación:

Ejemplo 14. Vergara, Público, 15/09/2011



De la misma manera, aparecen camiones, trenes u otros vehículos que en una marcha sin frenos están condenados al desastre, pues no aparece otra salida que caerse a un acantilado o estrellarse contra rocas u otros obstáculos. En ocasiones los conductores de estos vehículos son los jefes políticos nacionales o europeos que no pueden controlar la situación y conducen a sus respectivos países o unidades supranacionales al precipicio.

Destacada presencia tiene también la metáfora de la clase escolar en la que el profesor explica la lección a sus alumnos. Se recurre a explicaciones gramaticales o matemáticas apuntadas en la pizarra que nos transmiten la silogística de una u otra postura ideológica ante la crisis. También la metáfora de la lección se utiliza para simbolizar la hegemonía alemana en la UE. La canciller alemana Ángela Merkel es representada como una profesora cuyos alumnos son los jefes políticos nacionales que deben mostrar su competencia lectiva y su obediencia ante la autoridad de la maestra.

Dado el uso generalizado de la abreviatura *PIGS* (*Portugal Italy Greece Spain*) en inglés para referirse a los países periféricos que constituyeron los puntos más álgidos de la crisis de deuda durante 2011-2012, observamos una serie de metáforas visuales que se basan en este simbolismo y que representan a estos países como cerdos.

En el caso de los autores griegos es de destacada importancia la referencia histórica de la ocupación nazi cuando se pretende atacar y satirizar la hegemonía económica y política alemana tanto en el país como en toda la UE. Una experiencia histórica viva en un país destruido demográfica y económicamente por la barbarie nazi (incluso hoy en día el tema de las reparaciones de guerra y de los préstamos forzados a las autoridades nazis constituyen un punto de disputa legal entre los dos países) que no podría sino tematizarse en las metáforas visuales relativas.

Obviamente, el proceso creativo de imágenes en base a simbolismos y referencias culturales de todo tipo es inmenso y la metáfora visual prueba ser una estrategia ilimitada para explotar diferentes temáticas en el humor gráfico, de ahí que no pretendamos ser exhaustivos al respecto. Sin embargo, en este breve recorrido hemos podido mencionar las metáforas y los símbolos más representativos de la muestra estudiada.

5.2.2. La escenificación discursiva

En la absoluta mayoría de la muestra, el 88,83% como mencionamos, estamos ante una representación metafórica del tema elegido en la que los símbolos determinan el contenido semántico y pragmático del texto, de modo que si los elimináramos cambiaríamos, radicalmente, el mensaje emitido. Sin embargo, la carga metafórica y simbólica no constituye la única estrategia narrativa posible en el humor gráfico como podemos comprobar si nos fijamos tanto en el corpus estudiado como en otras manifestaciones de este género periodístico.

Una mirada detenida nos conduce a la conclusión de que hay un tipo de humor gráfico que reproduce el discurso de personajes arquetípicos de la sociedad desde una óptica de descripción realista. Un discurso que transmite la voz y el punto de vista de determinados sujetos sociales dentro del contexto sociocultural dado y, a través de ellos, la opinión y el comentario del autor sobre el tema elegido.

Crear una escena típica para la sociedad a la que se dirigen, crear unos protagonistas arquetípicos y representativos de la ciudadanía o la política y presentar una conversación en la que se tematizan los aspectos de la vida pública sobre los que se quiere

comentar y opinar es una de las estrategias narrativas y retóricas fundamentales que se explota en el humorismo gráfico periodístico.

Dada la absoluta falta de referencias bibliográficas sobre el asunto y la consiguiente inexistencia de acercamientos académicos nos atrevemos a introducir una categoría inédita que sea capaz de definir este tipo de estrategia narrativa en el humorismo gráfico. Una categoría de estrategia narrativa que responda a la necesidad de clasificar una parte considerable del material de estudio y que se diferencie claramente de la metáfora visual puesto que no coincide con las características fundamentales de esta.

Esta estrategia narrativa la definimos como *escenificación discursiva* ya que introduce el discurso de los personajes enmarcado en escenas extraídas de la vida real y cotidiana de la sociedad de la que parte y a la que se dirige sin la intervención de elementos metafóricos y simbólicos. Quizás esta falta de elaboración creativa sea la razón por la que en este tipo de humorismo gráfico el peso mayor no recae en la imagen sino en la palabra que suele ser representada de forma dialógica. Se trata mayoritariamente de una escena de la vida cotidiana en la que los protagonistas dialogan y a través de este diálogo se trasmite tanto el acercamiento humorístico del autor como su opinión sobre el asunto mencionado en cada caso.

Es necesario aclarar que el comportamiento de los autores de la muestra varía considerablemente en cuanto al uso de esta estrategia narrativa. Una parte considerable de ellos (entre ellos, Máximo, Jantzopoulos, Koundouris, Kalaitzis, Stathis, Soloup, Zajaris y Tsiolakis) utiliza casi en exclusiva los simbolismos y la metáfora visual; otros hacen un uso muy reducido (entre ellos, Ilias Makris, Erlich, El Roto, Forges, Gallego & Rey) mientras que hay también quienes hacen un uso extenso de la misma (Andreas Petroulakis, Mitropoulos, Dermentzoglou, Mingote y Puebla).

Veamos un ejemplo representativo que nos permitirá analizar en más detalle esta categoría:

Ejemplo 15. Erlich, *El País*, 22/02/2012

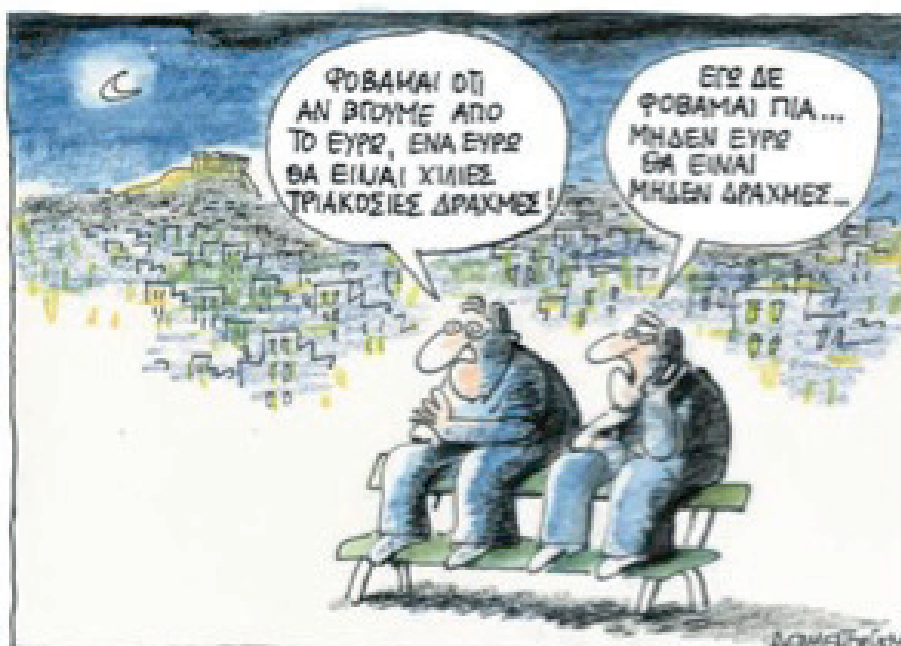


Es una escena típica familiar de conversación entre un padre y su hijo. El padre, una figura arquetípica de padre de familia de clase media lee el periódico en el que además se introduce el tema de la viñeta, la reunión del Eurogrupo para tomar decisiones sobre la crisis. Su hijo pequeño, también un menor normal y corriente, le pregunta qué es el Eurogrupo. No hay elementos metafóricos sino una escenificación o retransmisión de un diálogo en una escena de la realidad cotidiana de una familia española.

El comentario del autor y también el elemento humorístico es introducido por el diálogo. El Eurogrupo es Alemania y no una institución política y económica democrática entre países miembros iguales ante sus obligaciones y derechos. Eurogrupo es Alemania porque Alemania ejerce la hegemonía y las decisiones se toman según sus propios intereses.

De la misma manera podemos ver dos hombres que están sentados charlando en un banco en un barrio de Atenas:

Ejemplo 16. Dermentzoglou, *Elefceros Typos*, 27/05/2012



- *Me temo de que si salimos del euro, un euro será mil trescientas dracmas.*
- *Yo ya no tengo miedo... Cero euros serán cero dracmas*

La ciudad está en el fondo con la Acrópolis como punto distintivo de la misma. Los dos hombres son casi idénticos y representan arquetípicamente a los ciudadanos griegos desesperados por el continuo empeoramiento de sus condiciones de vida. El tema de la conversación es la posibilidad de que Grecia salga de la eurozona, tema de disputa permanente en la época de la creación de la viñeta. Uno expresa su miedo ante esta posibilidad pero el otro ya explica que no tiene razones para temer.

Esta conversación escenificada sirve al autor como estrategia para expresar la opinión de que la amenaza de la salida de la zona euro no puede funcionar más para atemorizar a una parte de la población que al haberlo perdido todo ha perdido también el miedo. Toda la carga semántica cae en el diálogo y la imagen ofrece una escena adecuada para introducirlo.

En una variación de la escenificación discursiva los protagonistas no son personajes arquetípicos de la sociedad en cuestión sino personajes reales de la vida pública que expresan pensamientos y posturas políticas presentadas según el punto de vista del autor:

Ejemplo 17. Idígoras y Pachi, *El Mundo*, 03/03/2012



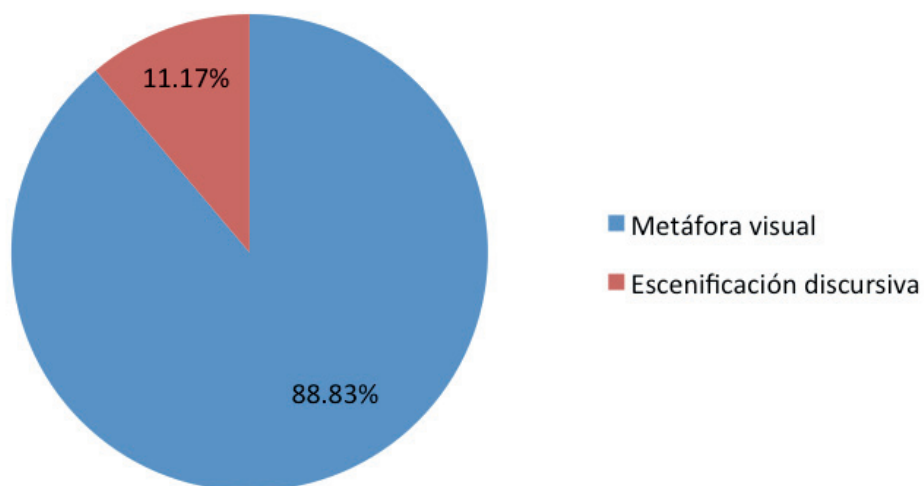
El presidente del gobierno español de aquel momento, Mariano Rajoy, y la canciller alemana, Ángela Merkel, entablan una conversación en el despacho de Rajoy en una escena insertada en el marco de la vida cotidiana, pues el único matiz de diferenciación podría ser la caricaturización leve de los personajes que, de todos modos, no altera el carácter descriptivo de la viñeta. La falta de elementos metafóricos es evidente y, como en los casos anteriores, el enfoque es en el diálogo de los personajes sin el cual la imagen no tendría ningún sentido: resulta que las únicas concesiones que puede hacer Merkel ante Rajoy son en el campo de fútbol y no de la economía y la política.

En la muestra estudiada advertimos además que en la escenificación discursiva puede haber variación en cuanto al grado de abstracción de la imagen de modo que es posible llegar a fondo cero (fondo en blanco) enfocando la atención únicamente en el/ los personaje/s y su/s palabra/s y discurso. Discurso que, como ya anotamos, es mayoritariamente dialógico, sin que se excluya la posibilidad del monólogo tanto de personajes arquetípicos como de personajes públicos reales.

En resumen, podemos afirmar que en el humorismo gráfico se pueden emplear diferentes estrategias narrativas y retóricas para la creación del sentido. Según los datos de la muestra estudiada son principalmente dos: la metáfora visual y la escenificación discursiva. La escenificación discursiva, que en nuestro caso es minoritaria, ocupa el 11,17% del conjunto, es la puesta en escena del discurso (sea en forma dialógica o monológica) de los personajes protagonistas (sean personajes reales o arquetípicos) a fin de concentrarse en el contenido del discurso y transmitir la opinión del autor sobre el tema elegido. La escenificación de este discurso puede hacerse con mayor o menor detalle descriptivo pero sin que el enfoque plástico pueda cobrar mayor relevancia que la palabra.

Somos conscientes de que el concepto de escenificación discursiva necesita mayor comprobación empírica y más elaboración teórica para ser propiamente definido, sin embargo, dentro del marco de la presente investigación, nos limitamos a presentarlo tal y como se refleja en el corpus estudiado y a la espera de que pueda ser verificado y ampliado en investigaciones futuras.

Ilustración 4: Estrategias narrativas



5.2.3. Tipo de actantes

Este apartado se centra en los protagonistas del humor gráfico, en el tipo de actantes de este discurso que, como consta en la ficha de contenido, se dividen en tres categorías: los personajes reales, los personajes simbólicos y los símbolos. Hay que aclarar que estas categorías no son excluyentes en el sentido de que optar por una de ellas no significa tener que rechazar las demás. En efecto, en la muestra estudiada se presenta todo el espectro de posibles combinaciones de estas tres categorías.

La elección del tipo de actante de una unidad de humor gráfico necesariamente obedece tanto a la temática presentada como al objetivo último del autor. Así las cosas no es de extrañar que, en un género cuyo objetivo principal es aportar opiniones y comentarios políticos, unos de los principales protagonistas sean las personalidades políticas de la escena nacional e/o internacional.

Comprobamos que en el 30,83% de la muestra los protagonistas son personajes reales de la vida política en combinación con otro tipo de actantes mientras que como protagonistas únicos aparecen casi en la mitad de esos casos, en concreto, en el 14,25%. Entre los personajes reales de la muestra destacan los jefes del gobierno español y griego, los jefes de la oposición política de cada país como también ministros y otras personalidades políticas que en un momento determinado hayan tenido incidencia en la actualidad política del país.

Dado que el tema de la crisis de deuda de la eurozona y de las decisiones políticas sobre esta crisis casi monopolizan el interés de los medios durante la temporada que nos ocupa, es destacada la presencia de las figuras de jefes políticos europeos y, sobre todo, de la canciller alemana, Ángela Merkel, y del presidente francés, Nicolás Sarkozy.

El punto de vista político del autor determinará el modo de presentación de los personajes reales, pues es muy frecuente ridiculizar y atacar ferozmente, sobre todo, al enemigo político. Un ejemplo característico nos lo presenta Puebla en el ABC al caricaturizar, ridiculizar y denigrar apasionadamente a los líderes del PSOE y de Izquierda Unida mientras que en toda la muestra no hemos podido encontrar un sólo ejemplo de caricatura satírica hacia Rajoy.

La mayoría de los autores, sin embargo, opta por presentar a todos los personajes políticos con cierto matiz satírico e intención burlona aunque varía considerablemente el grado de explotación de los recursos plásticos utilizados con este fin (ver apartado 5.1.1.). No todos los autores conceden en sus viñetas papel protagonista a las personalidades políticas reales. En efecto, Erlich, El Roto, Forges, Máximo y Jantzopoulos no presentan nunca personajes políticos reales y los actantes que protagonizan sus viñetas son los personajes simbólicos y los símbolos.

Los símbolos tienen una presencia crucial en el humor gráfico, como ha demostrado además el análisis de las metáforas visuales de la muestra. En el 38,66% de la muestra encontramos los símbolos entre los actantes de las unidades. Una tendencia predominante es la combinación de los símbolos con los personajes reales. Así, por ejemplo, vemos al presidente del gobierno español con una enorme tijera en la mano, aunque también los símbolos pueden monopolizar y ser los protagonistas únicos de la unidad, como hemos visto en el Ejemplo 6 en el que la protagonista es la diosa Atenea, símbolo de Grecia.

Los personajes simbólicos varían considerablemente según el autor y la intenciona-

lidad de su obra y hay que anotar cierta tendencia a la repetición de figuras que simbolizan una clase o un grupo social al que se suele referir cuando se tocan temáticas relativas. Fondevila, Vergara, Soloup y Zajaris, entre otros, al referirse a la pérdida de derechos laborales y el continuo deterioro de las condiciones del mercado laboral para los trabajadores suelen presentar repetidamente la figura de un trabajador que representa o simboliza a toda la clase trabajadora:

Ejemplo 18. Fondevila, *Público*, 21/02/2012



Esta es una de las figuras más recurrentes de Fontdevila en la muestra, puesto que este autor presta especial atención a los derechos y las reivindicaciones de la clase trabajadora y opta por tematizarlos con alta frecuencia. Obviamente, la opción del personaje simbólico por parte de los autores no puede ser independiente de la posición política e ideológica de la que parten.

Por ello, la figura del trabajador como personaje simbólico de esta clase social prácticamente brilla por su ausencia en otros autores y medios como por ejemplo, en Puebla en el ABC. Es significativo que entre los poquísimos casos en los que aparece esta figura es para protestar contra la afirmación del ex alcalde de Madrid, Juan Barranco, que en un mitín del PSOE en Puente de Vallecas el 16 de mayo de 2011 dijo que “No hay nada más tonto que un trabajador de derechas”, cita que el autor incorpora en la viñeta para comentarla a través de la boca de su protagonista:

Ejemplo 19. Puebla, ABC, 19/05/2011

Juan Barranco: "No hay nada más torpe que un trabajador de derechas"

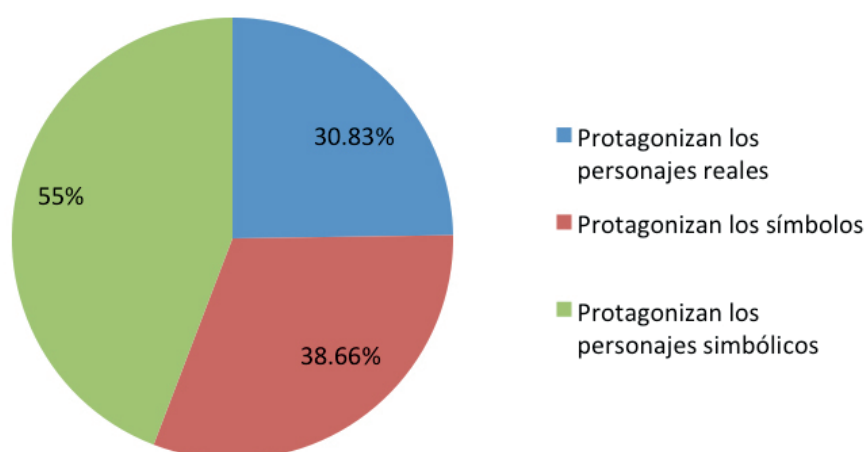


Los personajes simbólicos más característicos de Puebla representan un concepto abstracto de la ciudadanía española más cercano a la clase media alta de este país. La opinión de este autor es transmitida, para comentar unos ejemplos, por parejas que se preparan para la excursión de un puente y se quejan del mal tiempo, por jugadores de golf, por señores que hacen su jogging matutino o por bañistas que comentan las oscilaciones de la Bolsa mirando su i-Pad en la playa.

En pocas palabras, los personajes simbólicos de una clase o un grupo social, como también los personajes simbólicos de toda la ciudadanía griega o española, son elegidos y representados en función de la ideología política del autor y por eso son tan dispares y variados como las posiciones políticas de los diferentes autores de la muestra.

Por otra parte, los personajes simbólicos tienen un alto índice de frecuencia como tipo de actantes. En su combinación con otros actantes aparecen en el 55% de las unidades estudiadas mientras que como protagonistas únicos ocupan el 39,83%, un porcentaje elevado que indica su especial peso e importancia.

Ilustración 5: Tipo de actantes



5.3. EL HUMOR. ESTRATEGIAS HUMORÍSTICAS

Bernardo Vergara, (humorista gráfico en *Público* durante la temporada que nos ocupa), al ser preguntado en la entrevista sobre el papel del humor en su trabajo responde que es una de sus premisas básicas. Para este autor dos son los componentes fundamentales de este código expresivo: el humor, en su sentido catártico, de liberación, y la reflexión política.

El humor debe hacer reír y molestar, afirma Vergara, y aclara que para él una viñeta política lograda debe proporcionar, por un lado, el pasmo libertador de la risa al lector y, por otro, el sentido de golpe e incomodidad a la autoridad criticada, a su "víctima". Estos objetivos no siempre se cumplen por igual calibre en un esfuerzo diario y repetitivo, sin embargo, son las metas que siempre intenta cumplir.

Esta concepción del humor y la risa parece confirmar los principios de la Teoría de la Descarga (ver apartado 2.1.1.1.), que destaca el alivio de las tensiones que ofrece la risa y el consiguiente sentido de liberación por haber exteriorizado pensamientos y sentimientos oprimidos. Sin embargo, el punto de vista de Vergara no es ampliamente compartido por el resto de humoristas gráficos que han sido entrevistados en el marco de esta investigación. La mayoría ve el efecto de la risa como secundario y no concede al humor espontáneo y catártico un lugar destacado.

Andreas Petroulakis e Ilias Makris (humoristas gráficos en *Kathimerini*), aunque afirman que el humor es el oxígeno de la viñeta política lo conciben más bien como un medio para ofrecer distracción y entretenimiento, y no descarga y alivio de las tensiones. Stathis, (del periódico *Elefcerotypia*) considera que el humor es un factor necesario pero no para ofrecer comicidad y entretenimiento sino para engendrar la sátira que se dirige al intelecto, la ética y la estética del lector.

Precisamente el término de sátira es el que prefiere El Roto para referirse a su trabajo. La sátira, comenta el autor (que no se identifica con el título de humorista), no persigue la risa pero, a veces, tiene este resultado. La sátira gráfica (que es la definición que da a su trabajo) expresa la disconformidad con lo que se ve a través de una imagen. Su punto básico es la reflexión crítica y su objetivo es desenmascarar el poder y reforzar la conciencia del lector.

Zajaris, por su parte, también cree que el humor y la risa tienen un papel secundario, y destaca ante todo la dimensión política de su obra. Para él la absoluta prioridad es aprovechar este foro público para propagar su ideología política, sus ideas sobre el poder y sobre las relaciones del poder en la sociedad.

Alfons López opina que la viñeta política debe producir un shock al lector y afirma que es mejor si lo consigue producir a través del humor. Es decir, López opina que el humor es una condición necesaria pero no suficiente para que la viñeta política cumpla su objetivo. La condición necesaria y suficiente para ello es crear reflexión. El shock con o sin humor debe invitar a la reflexión crítica que es el objetivo último para este autor.

Todos los autores entrevistados, al ser preguntados sobre el humor y su peso como factor constructivo en el humorismo gráfico periodístico, aportan un matiz diferente e indican su valor prioritario o secundario en relación con el objetivo último de su trabajo. En vista de ello, hay que subrayar el carácter subjetivo del concepto de humor que cada autor maneja y utiliza como base de creación para su obra.

Recordamos que el humor es un fenómeno cognitivo multidimensional que incluye en su seno variaciones tan dispares como la comicidad, la ironía, el sarcasmo, etc., y que es producido y materializado conforme al talante y a la idiosincrasia del emisor y, sobre todo, en estrecha dependencia con su intencionalidad comunicativa.

Aun así, si se pretende hacer un balance de las diferentes posturas ante el humor registradas en las entrevistas se puede afirmar que aunque su valor como material constructivo del código en cuestión es innegable, el humor no ocupa el centro de la atención de la obra representada.

El comentario, la opinión política y la reflexión crítica ante la realidad política, económica y social es, como hemos comprobado en repetidas ocasiones, el factor determinante para la construcción del discurso del humorismo gráfico en la prensa. Y en este aspecto, la opinión de los autores coincide con las conclusiones de los estudiosos que definen este género como una variedad de opinión y comentario periodístico que puede utilizar en mayor o menor grado las estrategias humorísticas que están a su alcance (ver apartado 2.4.3.).

En cuanto a la explotación de las estrategias humorísticas, el corpus estudiado aporta datos que pueden ser útiles para poner las bases de un estudio pormenorizado de este aspecto del género. Y es que hasta el momento no se ha procedido a un estudio de las estrategias humorísticas explotadas y tampoco de la valoración de este factor para la configuración de este tipo de discurso.

En la ficha de contenido completada para las 1.200 unidades de la muestra de humorismo gráfico que constituyen el corpus de este trabajo se ha incluido un apartado relativo a las estrategias humorísticas utilizadas en cada caso y en cuya presentación y análisis procederemos a continuación.

Antes, no obstante, es necesario explicar que este análisis no se ha centrado en los efectos del humor, es decir, en el fenómeno de su recepción. Y es que el subjetivismo ante los diferentes conceptos de humor que hemos observado en los autores tiene su correspondencia en el lado de los lectores dada la amplia variación de sus reacciones ante el mismo estímulo humorístico. Pues, la recepción del humor depende de factores socioculturales complejos y hasta el momento constituye una verdadera incógnita para los estudios en este campo.

En lo que aquí nos interesa, creemos oportuno aclarar que la recepción del humor no ha constituido criterio para la selección y, ni mucho menos, para la elaboración y clasificación de los datos registrados.

De ahí que no hayamos caído en la tentación de hablar sobre humorismo gráfico más o menos logrado en cuanto a su intención humorística. Valdría la pena anotar, sin embargo, la coherencia entre el plan programático de los autores, es decir, su opinión sobre el papel y la importancia del humor en su trabajo, y el efecto de sus viñetas a nivel de nuestra lectura subjetiva: Bernardo Vergara que tiene como objetivo provocar la risa, según nuestra lectura lo consigue. En cambio, este objetivo es lejano en el horizonte creativo de El Roto, y efectivamente nuestra lectura ha sido acorde a sus intenciones.

Desde un punto de vista personal y subjetivo, Vergara y El Roto representan dos ejemplos característicos de las distintas reacciones que puede provocar el estímulo humorístico de este género periodístico; desde la risa catártica bajtiniana de las viñetas pletóricas de Vergara hasta la sonrisa amarga de la sutil y venenosa ironía de El

Roto.

5.3.1. Estrategias humorísticas aplicadas en la muestra

Con motivo de la aproximación de Bernardo Vergara sobre el humor hemos hecho alusión a una de las tres teorías del humor presentadas en el inicio de este trabajo (ver apartado 2.1.1.1.), la Teoría de la Descarga. Una teoría que, en líneas generales, puede ser válida para explicar el mecanismo del humor gráfico periodístico dado que sus mensajes proporcionan al público lector la oportunidad de burlarse de las autoridades políticas que son su principal objetivo y de este modo descargar la tensión que les han provocado las políticas impuestas por estas autoridades.

El humorismo gráfico constituye un foro ideal para responder a la presión que estas políticas ejercen en la ciudadanía al victimizar a los políticos y sentir cierto alivio por ello. Pero la teoría de la descarga no aporta mayores posibilidades para el análisis de este código humorístico y, por consiguiente, no puede ofrecer una base explicativa de más envergadura ante el fenómeno.

Una situación análoga la encontramos en la Teoría de la Superioridad, según la cual los padecimientos de las víctimas del humor, en nuestro caso mayoritariamente los políticos, nos proporcionan placer al hacernos sentir superiores a ellos.

Es la Teoría de la Incongruencia la que nos aporta la verdadera base explicativa de los mecanismos cognoscitivos del humor como hemos apuntado desde el principio, al destacar el valor de la “oposición de esquemas” para explicar el mecanismo humorístico (ver apartado 2.1.1.1.), y al extraer de este horizonte teórico las estrategias humorísticas en base a las cuales sostenemos que se construye el discurso del género que nos ocupa (ver apartado 4.4.1.). Vamos a estudiar cada una de estas estrategias humorísticas (ironía, chiste, juego de palabras, neologismo, cambio del código lingüístico, la adaptación de estilo de otros géneros discursivos, metáfora verbal y paralelismo) a fin de analizar su función en la construcción del significado del discurso del humorismo gráfico y valorar su peso en la muestra.

5.3.1.1. La ironía

Empezamos por la ironía dado que tiene valor universal en la muestra y aparece en la inmensa mayoría de las unidades estudiadas (90%). La ironía es un recurso expresivo que puede ir acompañado de todas las demás estrategias humorísticas, aunque hay autores que le dedican una atención notable, caso de Máximo y El Roto, que no recurren fácilmente a estrategias de humor verbal como el paralelismo o la adaptación de estilo de otros géneros discursivos.

La acepción universal de la ironía en la muestra se basa en su definición como un discurso humorístico que expresa la actitud crítica y la desaprobación del autor ante un discurso ajeno, en nuestro caso, el discurso político, económico y social producido en el marco sociocultural de la crisis económica del periodo estudiado. Recordamos al respecto la definición de Hernández González sobre la ironía como un proyecto de desmitificación, un discurso que intenta desenmascarar una determinada visión del mundo (ver apartado 2.1.1.2.). Tras el estudio de las unidades de la muestra podemos afirmar que esta definición es válida casi en la totalidad del corpus estudiado.

En pragmática lingüística se ha desarrollado una larga e interesante discusión sobre el funcionamiento y la construcción del sentido irónico. Ciertas corrientes de esta

rama epistémica¹³ destacan como clave de este discurso la actitud crítica del hablante y la expresión de desaprobación y negatividad hacia el discurso proferido por otros actores de la comunicación.

En la ironía, la negatividad es expresada indirectamente y basada en la insinuación y los presupuestos compartidos entre emisor y receptor. Es decir, la ironía es un discurso crítico indirecto en el que la coexistencia del significado literal y el implícito conduce a significaciones ambí o multivalentes que exigen la activación de un proceso inferencial complejo a fin de ser interpretadas. El procesamiento indirecto del sentido hace que el mensaje gane en eficacia comunicativa a la vez que enriquece y amplía el repertorio lingüístico convencional.

En el humorismo gráfico la ampliación del horizonte semántico y pragmático es aún más drástica, pues el carácter implícito del mensaje irónico puede depender de la imagen y no solamente de la palabra aumentando las posibilidades expresivas del autor.

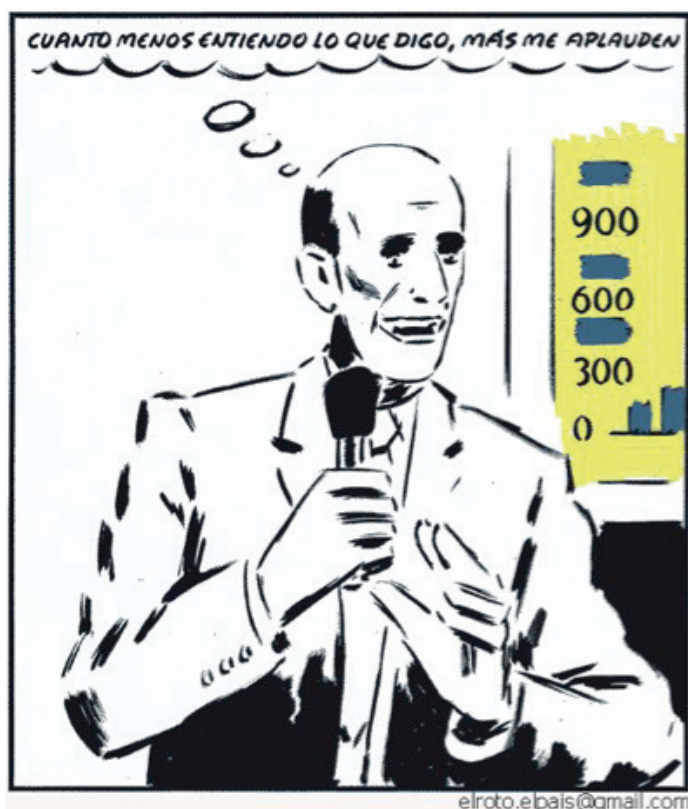
En el mismo orden de cosas, en el humorismo gráfico es interesante fijarnos en la realización de la definición clásica de la ironía (como un discurso en el que se dice lo contrario de lo que se quiere decir) y observar como el significado literal se puede expresar a través de la palabra y el implícito a través de la imagen o viceversa. Por lo visto este código mixto parece que constituye un terreno de experimentación e innovación en la expresión de enunciados irónicos.

Según estudios relativos a la definición clásica de la ironía en pragmática lingüística (Attardo, 2007) es dudoso que el mecanismo de la contradicción pueda alcanzar una explicación universal del fenómeno. Y esto es así porque se anotan casos de enunciados irónicos que no contienen contradicción alguna. En pocas palabras, un enunciado puede ser irónico incluso sin decir lo contrario de lo que se quiere, con tal de que cumpla con el requisito indispensable de la ironía, es decir que presente un sentido implícito de desaprobación y actitud crítica ante otro discurso proferido.

En el corpus estudiado se observan tanto el primero como el segundo tipo de enunciados irónicos que es mejor analizar a través de los siguientes ejemplos.

¹³Para una exposición detallada vease Attardo 2007

Ejemplo 20. El Roto, *El País*, 03/11/2011



En esta viñeta de El Roto la ironía se basa en la contradicción del discurso verbal reforzada y completada por la imagen. El monólogo interior del personaje simbólico que representa a los economistas, protagonistas indispensables de la crisis, hace patente la falta de coherencia lógica en su pensamiento y la relación inversamente proporcional entre lo absurdo de su discurso y la aceptación de que este discurso goza.

La contradicción verbal en combinación con la imagen expresa la actitud crítica, de desaprobación y desmitificación del autor de esta clase de profesionales y de su papel en la desventura económica que atravesamos. El sentido irónico es destacado y conlleva cierta agresividad ante el protagonista al ridiculizarlo por completo. Según Attardo este caso equivaldría al sarcasmo que no es más que "(...) un tipo agresivo de ironía" (Attardo: 2007:137).

No debe sorprendernos el hecho de que la ironía agresiva o sarcasmo se encuentre en una parte considerable de los enunciados categorizados en esta estrategia humorística, dado que los autores, a veces, expresan fuertes sentimientos de rechazo o ira ante algunos de los protagonistas de la vida pública.

En el siguiente ejemplo de enunciado irónico la contradicción se articula en la relación entre imagen y palabra:

EXPLICANDO LA REFORMA LABORAL...



En este caso el discurso ante el que se expresa la actitud crítica del autor está explícitamente mencionado en la viñeta en forma de declaración a la prensa. Esta es una característica especial y bastante recurrente de los enunciados irónicos en el humorismo gráfico que al ser un código mixto tiene la posibilidad de deconstruir el discurso de sus objetivos políticos a través de sus propias palabras.

La declaración de Fátima Báñez “Todos vamos en el mismo barco” se refiere a la reforma laboral del gobierno de Mariano Rajoy en 2012 y es proferida para defender y justificar dicha reforma. Según Báñez, los trabajadores y los empresarios son corresponsables en el esfuerzo para mejorar el mercado laboral y serán igualmente beneficiados por esta reforma.

Como hemos apuntado la contradicción irónica en este caso estriba en la relación entre imagen y palabra: en la imagen todos van en el mismo barco pero los trabajadores son los galeotes y los empresarios, representados en la figura del señor en rojo que saliva de satisfacción, son los únicos que se benefician. Báñez también está presente pero para dar el ritmo a los galeotes como ocurría en épocas antiguas. Estamos también ante un caso de ironía agresiva o sarcasmo en el que el autor expresa abiertamente su actitud de desaprobación y crítica ante los actores y las políticas que ellos han impuesto en materia laboral.

Finalmente, creemos oportuno mencionar los casos de ironía que no dependen de una contradicción a nivel verbal ni a nivel de relación entre imagen y palabra sino que expresan el sentido irónico a través de la metáfora visual empleada.

Ejemplo 22. Ramses Morales Izquierdo, *Cartoon Movement*, 12/03 2012



En una clara alusión a las consecuencias negativas de la política económica de la Banca a nivel internacional el autor expresa su reproche y su actitud crítica ante el status económico de la Banca a través de la metáfora de la comida: El planeta entero es el menú de los banqueros que ponen la existencia natural y humana por debajo de sus intereses de clase. No hay una contradicción evidente sino el efecto sorpresivo de la metáfora visual y sin embargo, no se puede negar el contenido irónico de la viñeta.

Si hacemos un balance global del peso de la ironía en el discurso del humorismo gráfico de la muestra estudiada y medimos su importancia tanto en las unidades en las que es la principal estrategia aplicada como en las que constituye el sustrato y la nota final en una combinación con otras estrategias, comprobaremos su preponderancia indiscutible. No sólo a nivel cuantitativo al ocupar el 90% de la muestra sino, sobre todo, a nivel cualitativo, al conseguir desenmascarar una determinada visión del mundo a la que pretende oponerse el autor de la viñeta. En este sentido no sería exagerado afirmar que la ironía es la quintaesencia del discurso del humorismo gráfico.

5.3.1.2. *El chiste*

Al acercarnos al chiste y su mecanismo humorístico nos acercamos al núcleo explicativo de la Teoría de la Incongruencia sobre el humor. Recordamos que, según esta teoría el humor relaciona dos ideas dispares de modo que se produzca una asociación sorpresiva entre ellas tras romper las expectativas creadas en un primer momento en el oyente.

Según Attardo (2001) los chistes son textos narrativos en los que la oposición de esquemas cognoscitivos ocurre a través de un “giro sorpresivo”¹⁴ (*punch line*) que suele

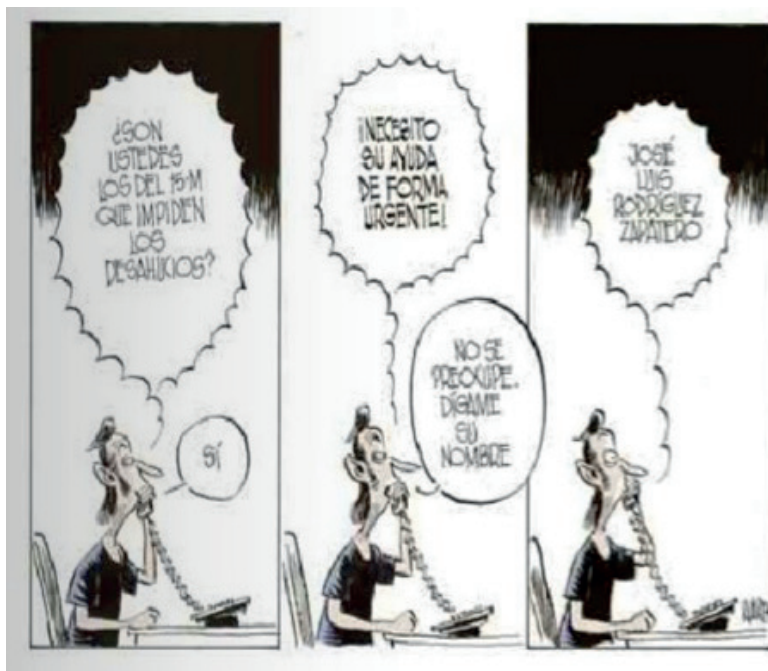
¹⁴La interpretación del término es nuestra

aparecer en la parte final del texto. Este giro sorpresivo es el que obliga al receptor del mensaje a volver atrás y reinterpretar el texto dado que su aparición revela la inutilidad del primer esquema aplicado.

En la muestra estudiada los chistes aparecen, sobre todo, en los diálogos y es en el discurso del segundo interlocutor en el que emerge mayoritariamente el giro sorpresivo. Sin embargo, no es raro que este giro se presente al final de un discurso monológico en el que el hablante mismo subvierte el esquema cognoscitivo que ha establecido al principio de su enunciación.

Veamos un ejemplo típico de chiste dialógico:

Ejemplo 23. Ricardo, *El Mundo*, 11/07/2011



En esta tira de Ricardo las primeras dos escenas nos conducen a pensar que estamos ante el caso de un ciudadano que siendo víctima del proceso de desahucios pide urgentemente la ayuda del movimiento social del 15M y de su plan solitario a los desahuciados. Este esquema explicativo del texto se rompe sorprendentemente cuando el muchacho responsable del servicio telefónico pregunta el nombre del interesado. El nombre del entonces presidente del gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, constituye el giro sorpresivo de este chiste.

El giro explicativo es rico en insinuaciones y sobreentendidos y según nuestra interpretación alude a la inestabilidad política de la época y al serio peligro que corría Zapatero de dejar de ser inquilino del Palacio de la Moncloa dadas las reacciones ante las políticas aplicadas por su gobierno, los resultados de las elecciones municipales celebradas en mayo pasado y las generales a celebrarse en noviembre siguiente.

Este ejemplo de discurso de humorismo gráfico es, además, interesante para observar, por un lado, el proceso de inferencias que exige el texto humorístico para ser interpretado, y por otro, el alto grado de dependencia del conocimiento del contexto comunicativo para poder activar el proceso interpretativo y llegar a la significación final del mensaje.

Ahora bien, aparte del efecto humorístico del chiste que, en este caso, puede ser la risa, nos parece obvio su sentido irónico. Ya hemos anotado al respecto que las estrategias humorísticas no son para nada excluyentes y que la ironía como indicación indirecta de desaprobación es omnipresente en el humorismo gráfico.

El chiste como estrategia humorística tiene importante presencia en la muestra y aparece en el 21,58% de los casos en la mayoría de los cuales está también presente la resonancia irónica como en el Ejemplo 23. Lógicamente, el chiste se puede combinar también con las demás estrategias de humor observadas en la muestra, es decir, con el juego de palabras, los neologismos, los paralelismos, la metáfora verbal, el cambio de registro o código lingüístico y la adaptación de estilo de otros géneros discursivos, con las que comparte una característica importante: la estrecha dependencia del código lingüístico para su realización.

Según Tsakona (2004) los textos humorísticos que presentan esta característica son clasificados en la categoría del humor verbal. El humor verbal se asocia con el humor referencial y esta combinación pretende cubrir todo el espectro de los textos humorísticos. La distinción entre humor verbal y referencial es apuntada desde la antigüedad clásica¹⁵ pero su elaboración sigue presente en la bibliografía contemporánea sobre humor (Tsakona, 2004; Attardo, 1994; Bergson 1986; Morreal, 1983, etc.).

Como ya hemos mencionado, en el humor verbal la incongruencia surge del código lingüístico, es decir, de la realización fonética, morfológica, sintáctica o semántica del lenguaje y de ahí que si parafraseamos el mensaje se pierde el efecto humorístico. Mientras que en el humor referencial la incongruencia surge del significado global del texto y no de su realización lingüística. Si pensáramos en la distinción clásica entre forma y contenido, el humor verbal dependería de la forma mientras que el humor referencial del contenido.

Según esta visión del humor, la metáfora visual examinada en el apartado 2.4.3.1. puede ser también vista desde el prisma de una estrategia humorística referencial al ser portadora de incongruencia cognoscitiva a través de sus signos ópticos. Incongruencia que puede surgir tanto de la combinación heterodoxa de estos signos como de la representación gráfica trastocada de las realidades a las que hace referencia.

Este acercamiento aporta un nuevo punto de arranque para el estudio del humor gráfico y de la incidencia de la distinción verbal/referencial en él, aspectos en los que aquí no pretendemos profundizar. La mención a esta distinción obedece más bien a razones prácticas, pues es necesaria para agrupar una parte considerable de las estrategias humorísticas que aparecen en el corpus estudiado. Además, sería incoherente acercarse a estrategias humorísticas como el chiste o el juego de palabras y los neologismos, etc., sin destacar su carácter eminentemente verbal.

5.3.1.3. Otras estrategias de humor verbal

Empecemos por el juego de palabras ya que constituye una de las manifestaciones más características del humor verbal a nivel intercultural, al menos en el contexto eu-

¹⁵Según Attardo (1994) la distinción, aunque sin certeza científica, se remonta a Aristóteles en su segundo libro perdido de la poética en el que estudia la comedia. La distinción entre humor verbal y referencial ha recibido una extensa elaboración en época romana por parte de Cicerón en su obra *De oratore*.

ropeo. El juego de palabras es definido así por Tsakona (2004):

“Denominamos juego de palabras al juego entre palabras o frases que tienen diferente significado pero son más o menos semejantes en cuanto a su realización fonológica/fonética (en este caso los llamamos juegos de palabra fonológicos) o entre palabras o frases que tienen múltiples significaciones (en este caso los llamamos *juegos de palabras semasiológicos*)” (Tsakona, 2004:163).¹⁶

En el conjunto de la muestra el juego de palabras es una de las estrategias humorísticas aplicadas en el 11,91% de los casos. Estamos ante una estrategia de humor verbal de especial peso para la construcción del significado humorístico, ante un recurso eficaz, hábil y sugerente para la configuración del mensaje global de las unidades, tenga o no carácter exclusivo en ellas.

Veamos un ejemplo de juego de palabras en el que este es la única estrategia humorística utilizada y el verdadero protagonista de la unidad:

Ejemplo 24. Erlich, *El País*, 15/09/2011



La abreviatura del Fondo Monetario Internacional, FMI, sirve de base para crear un juego de palabras semasiológico que alude al papel del organismo internacional en la crisis de deuda de la eurozona. Es interesante observar el alto grado de sugerencias, connotaciones y posibles significaciones que conlleva la diminuta semiosis de este texto. Y no se puede perder de vista la importancia crucial del discurso humorístico para conseguir la condensación del mensaje tan emblemática para el discurso del humorismo gráfico.

La estrategia humorística del juego de palabras no está homogéneamente distribuida en toda la muestra. Los autores griegos recurren con más frecuencia a este recurso expresivo, menos explotado por sus colegas españoles. En efecto, de la totalidad de unidades de humorismo gráfico de autores españoles el juego de palabras correspon-

¹⁶La traducción del griego es nuestra

de al 7,15% de los casos mientras que el correspondiente porcentaje para los autores griegos es tres veces superior, 22,84%.

Este dato aislado poco puede contribuir a la comprensión del fenómeno de las diferencias interculturales en el uso de las estrategias humorísticas por parte de los autores estudiados; consideramos, sin embargo, necesario mencionarlo puesto que es el único caso de evidente diferenciación entre los humoristas gráficos de las dos nacionalidades e identidades lingüísticas en cuestión.

Las prácticas discursivas y, entre ellas, el uso de determinadas estrategias humorísticas por parte de diferentes comunidades étnicas y lingüísticas, constituye un campo de estudio prometedor y escasamente explotado desde los estudios interculturales. El juego de palabras sería un objeto de estudio idóneo para investigaciones futuras. Para nuestros propósitos, basta con observar esta evidente diferenciación en cuanto al uso de esta estrategia humorística.

El juego de palabras tiene gran afinidad y contigüidad con la siguiente estrategia a mencionar, el neologismo, hecho que se hace patente desde su propia definición. Tsakona define al neologismo como “un juego lingüístico gracias al que se producen palabras compuestas inexistentes” (2004:167).

El neologismo es, pues, también un juego de palabras, pero limitado al nivel semántico de producción léxica. La creación de vocablos inexistentes y sorprendentes, es su mecanismo para originar incongruencia cognoscitiva.

Veamos un ejemplo característico:

Ejemplo 25. Kalaitzis, *Elefcerotypia*, 19/11/2011



PAPADEMOCRACIA GRIEGA

BANCO DE FE

La Santa Banca

-¿Separar la iglesia del Estado??? ¿O sea separar a los banqueros???

En esta viñeta de Yannis Kalaitzis sobre el nombramiento de Lucas Papademos (ex vicepresidente del BCE y ex director del Banco de Grecia) como presidente del gobierno griego en noviembre de 2011 sin ser elegido a través de comicios generales (ver

apartado 5.4.1.) y sobre la “fe religiosa” que las autoridades políticas nacionales e internacionales profesan a la Banca, contamos con una pléyade de juegos de palabras y con un importante neologismo que ocupa nuestro interés: el vocablo inexistente en griego “*Papadimokratía*” (“*Papademocracia*”).

Δημοκρατία y **Παπαδήμος** (**Democracia** y **Papademos**) son las palabras que sirven de base para crear el neologismo “Papademocracia”. El segundo compositivo del apellido del banquero y ex presidente del gobierno griego, **-demos**, ofrece a Kalaitzis la posibilidad de relacionarlo con la palabra **demo-cracia** y aludir a la inexistente legalización democrática del gobierno que se formó bajo su mandato.

Si definiéramos al neologismo tal como es utilizado por el autor, afirmaríamos que *Papademocracia* es un estado en el que no hay democracia. Kalaitzis consigue que su vocablo inexistente cobre consistencia semántica al presentarlo continuamente y al concederle posición destacada y especial en todas las viñetas de aquel periodo en las que el autor tematiza las obras y los días de este gobierno.

El neologismo en su conjugación con otras estrategias humorísticas corresponde al 0,014 % de los casos que, en opinión de la autora, debe sumarse con la dinámica del juego de palabras y no pensarse como una estrategia aislada.

Tsakona (2004) introduce otra categoría más de humor verbal que denomina como “mezcla de registros y lenguas” y hace referencia a lo que Attardo (2001) denomina *register humor*, es decir, un tipo de humor en el que la oposición de esquemas cognoscitivos se basa justamente en el cambio del registro discursivo que utiliza el hablante. Un ejemplo típico de *register humor* sería la mezcla humorística del registro lingüístico formal e informal en el discurso de un mismo hablante.

Dos tipos de *register humor* han comprobado ser operativos para el análisis de las estrategias humorísticas del corpus de humorismo gráfico aquí estudiado: el cambio en el código lingüístico, es decir, la introducción de una lengua extranjera en el discurso nativo, y la adaptación de estilo de otros géneros discursivos, es decir, la adaptación de las convenciones y del estilo lingüístico de otros géneros discursivos para cambiar su temática y los significados transmitidos.

Los cambios del código lingüístico no sólo se refieren a la introducción de una lengua extranjera dentro del discurso de la lengua nativa, también pueden aparecer fonemas, morfemas u otros elementos de una lengua extranjera al intentar imitarla con palabras nativas. Veamos un ejemplo relativo a esta estrategia humorística:

Ejemplo 26. Ricardo, *El Mundo*, 05/09/2011



Palacien Der Moncloen imita la lengua alemana al utilizar las desinencias de esta lengua y también al utilizar el artículo *der* propio de esta lengua. El resultado humorístico depende de este cambio del registro lingüístico que deforma el español *Palacio de la Moncloa* a fin de parecer como alemán sin serlo. La imitación de una lengua extranjera es un recurso más utilizado que la introducción del vocablo real de ésta.

A nuestro modo de ver, Ricardo a través de este cambio lingüístico quiere destacar la pérdida de la soberanía nacional española y la imposición de la hegemonía alemana en la política española, idea que refuerza la bandera alemana fuera del palacio.

La adaptación de estilo de otros géneros discursivos es también un recurso eficaz para producir el efecto humorístico y transmitir indirectamente el mensaje deseado. Además, permite una complementariedad ideal entre los signos ópticos y los verbales, dado que en la mayoría de los casos la imitación del estilo discursivo en cuestión viene a reforzarse por la imagen. Un ejemplo de esta complementariedad ideal entre palabra e imagen nos lo da la adaptación del estilo discursivo de una lección escolar en su combinación con la metáfora visual de la clase escolar vista en el apartado 5.2.1.8. Este ejemplo lo encontramos en la mayoría de los autores de la muestra.

Pero el repertorio es más amplio e incluye, entre otros, la adaptación del estilo discursivo de anuncios publicitarios, de postales de películas cinematográficas, de señales de tráfico, de juegos de mesa o incluso de un concurso televisivo:



En este concurso televisivo el presentador es Mariano Rajoy y los concursantes los personajes simbólicos que corresponden a los empresarios y los trabajadores. La pregunta es relativa a la reforma laboral y se dirige al trabajador al que se dan las típicas opciones múltiples de este tipo de discurso.

Fontdevila utiliza la terminología propia de este discurso y el trabajador va a hacer uso del *comodín de la llamada* que a su vez conducirá al colofón del chiste que es pedir el prefijo de Grecia (en alusión a la experiencia griega en la pérdida de derechos sociales y laborales que ha supuesto la aplicación de los planes de ajustes y de recortes por las autoridades económicas y políticas en este país).

Las opciones múltiples de un posible concurso de este tipo dan además la oportunidad al autor de criticar ante el contenido de la reforma laboral y la legalización del despido que esta introdujo en el mercado laboral español. -

Esta viñeta es además un ejemplo que confirma la combinación equilibrada y acertada entre imagen y palabra que hemos sostenido que caracteriza el uso de la estrategia humorística en cuestión. En conjunto, las unidades que corresponden a estas dos estrategias de *register humor* no superan el 1% de la muestra.

La siguiente estrategia humorística es la metáfora verbal, que posee el mismo mecanismo cognitivo que la metáfora visual pero esta vez es realizada y desarrollada exclusivamente a través de la palabra. Cómo es lógico, la metáfora verbal a veces completa y amplía el valor semántico de la metáfora visual pero también puede aparecer como parte de un diálogo sin que tenga representación gráfica alguna. La metáfora verbal es una estrategia de uso muy minoritario.

También lo es la última estrategia de humor incluida en este estudio del fenómeno, el paralelismo. El paralelismo es una estrategia verbal basada en la sintaxis y según

Tsakona es un: “(...) tipo de repetición que incluye palabras diferentes en el mismo esquema sintáctico y rítmico” (2004:164). El paralelismo favorece la predominancia de la palabra ante la imagen al constituir el núcleo central de la unidad.

Ejemplo 28. Vergara, *Público*, 08/02/2

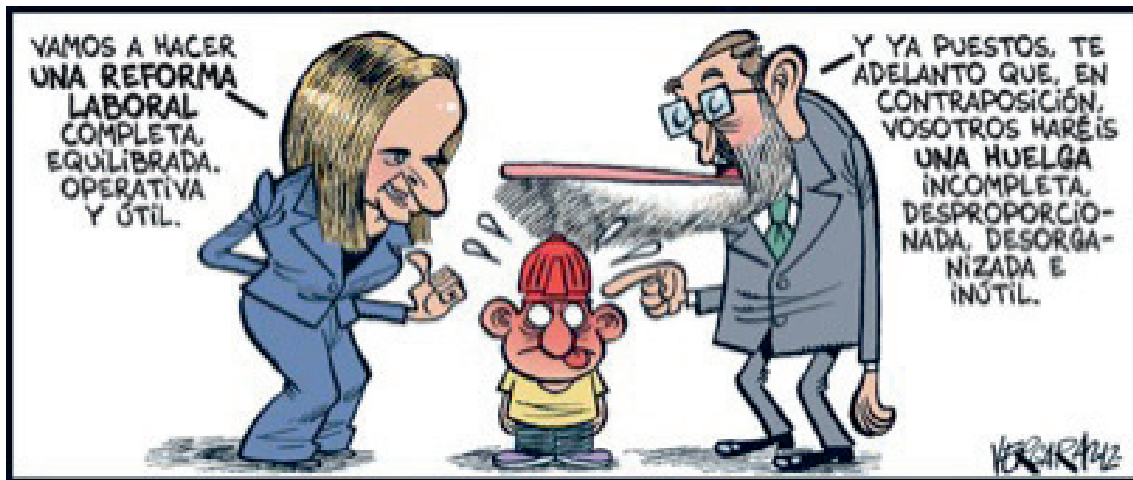
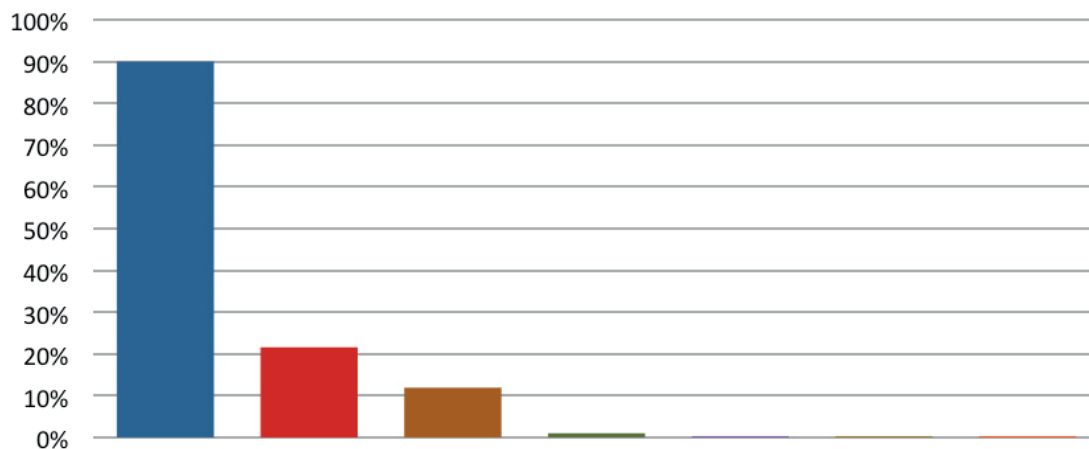


Ilustración 6: Estrategias humorísticas



- Ironía
- Chiste
- Juego de palabras
- Cambios de registro o código lingüístico / Adaptación de formatos discursivos ajenos
- Neologismos
- Metáfora verbal
- Paralelismo

5.3.2. Estrategias humorísticas y finalidad del mensaje

Las estrategias humorísticas, como indicamos al principio de este capítulo, pueden ser más o menos explotadas por los autores según su estilo, su idiosincrasia y la intencionalidad humorística que pretenden que tenga el mensaje. En cualquier caso, en cuanto a este aspecto cada autor crea su propio estilo en el que hay preferencia por ciertas estrategias humorísticas, otras escasamente hacen acto de aparición y otras son simplemente inexistentes. Hay autores que presentan un discurso humorístico complejo en el que combinan varias de las estrategias mencionadas y otros que optan por el monocultivo y el estilo sencillo y austero.

Estas diferencias pueden repercutir en los efectos humorísticos de la unidad, sin embargo, no constituyen un factor decisivo para el contenido del mensaje, es decir, para la opinión y el comentario que expresa el autor. Un juego de palabras puede utilizarse para expresar distintas opiniones políticas e ideológicas. La ironía puede ir dirigida tanto a la política aplicada de un gobierno como a los partidos de la oposición. Cualquier personalidad política nacional o internacional puede ser la “víctima” de un chiste y así sucesivamente.

Es útil recordar al respecto la afirmación de Zijderveld (ver apartado 3.3.1.1) según la cual los textos humorísticos son “formas vacías” que pueden ser completadas con significados radicalmente distintos. A esta conclusión conduce también el análisis realizado sobre el corpus estudiado: las mismas estrategias humorísticas pueden ser utilizadas para criticar objetivos completamente distintos en estrecha dependencia con la opinión y la posición política de cada autor.

Bernardo Vergara es el único autor entrevistado que menciona la distinción entre la forma humorística y el contenido del mensaje. En sus palabras: “Las herramientas propias del humor gráfico son las mismas. Lo que cambia es la víctima, a quién atacas. La forma es la misma pero el mensaje es diferente”.

La víctima que se “ataca” es significativa para el mensaje político que deseas transmitir. Así por ejemplo, la víctimas de los chistes de Mitropoulos en Ta Nea, cuando tematiza las protestas ciudadanas en Grecia contra las medidas de austeridad introducidas por el gobierno griego y dictadas por la Troika, son los manifestantes, mientras que en el mismo tema las víctimas de Kalaitzis son los políticos griegos y la Troika.

En resumidas cuentas, como ya hemos sostenido, el discurso del humorismo gráfico, como todo discurso público, es un discurso político e ideológico y este es el aspecto más importante para valorar su significado y función en los medios de comunicación.

5.4. ANÁLISIS DEL CONTENIDO POLÍTICO - IDEOLÓGICO DE LAS UNIDADES DEL HUMOR GRÁFICO DE LA MUESTRA

5.4.1. Referencias contextuales

Al entrar en la cuestión de las temáticas desarrolladas en la muestra es preciso mencionar los acontecimientos políticos, económicos y sociales del periodo que nos ocupa a fin de contextualizar el discurso producido por los humoristas gráficos. Recordemos que estos textos tienen la finalidad de comentar la actualidad política y no podrían ser analizados sin una mención, aunque sea breve, al contexto sociopolítico al que se refieren.

Con este fin vamos a presentar a continuación una breve crónica de los acontecimientos políticos, económicos y sociales que son comentados y mencionados en la muestra y que se centran tanto en lo acaecido durante estos trece meses en Grecia y España como a nivel europeo en relación con estos dos países.

El contexto político general en el que se insertan todas las unidades de la muestra es el de la crisis de deuda en la eurozona originada tras el desplome de la Banca de inversión y de la Bolsa Estadounidense en 2007. Como indica Varufakis (2012), la explosión de la burbuja financiera basada en activos tóxicos a los que la Banca alemana y francesa estaban expuestas trajo en suelo europeo las repercusiones del desplome estadounidense. El traspaso de las pérdidas privadas a las cuentas públicas con el argumento “too big to fail” que se adoptó en los EEUU abrió el camino para una gestión equivalente de la crisis por parte de los estados europeos como Alemania que habían adoptado el modelo de economía financiarizada.

Grecia constituyó el eslabón débil de la eurozona y despertó desde el principio la desconfianza de los mercados financieros ante la dudosa capacidad del estado de pagar los intereses de su elevada deuda pública. Según la versión de las instituciones financieras, como anota Vicens Navarro (2012), la raíz del problema de la deuda pública es el excesivo gasto público y de ahí que, para disminuir el déficit y la deuda pública, la solución que propone la corriente del pensamiento neoliberal es efectuar un serio ajuste fiscal y un recorte drástico del gasto público.

En esta corriente de pensamiento, añade Navarro, no tiene cabida alguna la crítica a la arquitectura de la zona euro y al papel del Banco Central Europeo (BCE) en el aumento de la deuda pública, puesto que en vez de prestar dinero con bajos intereses a los estados miembros el BCE lo presta a la Banca privada que a su vez compra deuda pública pero con intereses elevadísimos.

Bajo este estado de cosas, la imposibilidad de financiar la deuda pública griega puso en marcha los ataques especulativos de los mercados financieros que provocaron la subida de los *spreads*¹⁷ a alturas inimaginables hasta imposibilitar por completo la financiación de la deuda pública por parte del Estado griego.

El poder político y económico europeo representado, sobre todo, por Francia y Alemania, en colaboración con el BCE, la Comisión Europea (CE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) que por primera vez intervenía en Europa con sus controvertidas recomendaciones, diseñaron un mecanismo de rescate financiero para Grecia que garantizaba la protección de sus propios intereses, debido a que la mayoría de deuda de Grecia estaba en manos de la Banca francesa y alemana (Varufakis, 2012, Navarro, 2012).

El 24 de abril de 2009 el entonces primer ministro griego, Yorgos Papandreou, anunció la entrada del país en el mecanismo de rescate y se comprometió a llevar a cabo un plan de ajuste fiscal y de recortes drásticos del gasto público a cambio del desembolso de tramos del préstamo previstos conforme el país avanzaba en las denominadas reformas estructurales exigidas.

¹⁷ Término inglés, que en castellano significa diferencial. Un spread de tasas de interés es la diferencia entre la tasa pasiva (tasa que pagan los bancos por depósitos a los ahorristas) y la tasa activa (que cobran los bancos por créditos o préstamos otorgados).

Según el pensamiento económico dominante, un ajuste fiscal drástico apaciguaría los deseos especulativos de los mercados financieros y resolvería el problema griego, al tiempo que impediría su extensión a otros países de la eurozona expuestos a deudas públicas o privadas incontrolables.

Desde la alta esfera política y mediática europea se señaló al pueblo griego como al principal culpable de la situación y se lanzó una campaña que señalaba los vicios de los griegos a fin de justificar la pérdida vertiginosa de su nivel de vida tras la aplicación del plan de ajuste y de recortes previsto. David Harvey (2009) explica este mecanismo de acusar de la crisis a las víctimas, apelando a su irresponsabilidad, para evitar que se explique el carácter clasista y de explotación social que ha tenido esta crisis financiera (aunque Harvey se refiere al contexto de EEUU, creemos que su explicación es válida para Grecia y el contexto europeo de esta crisis).

El relato del caso único y marginado de Grecia pronto se desmintió tras incluir en el mecanismo de rescate a Irlanda, el 21 de noviembre del mismo año, y de Portugal, el 16 de mayo de 2011. España no enfrentaba a problemas de deuda pública de este calibre y no se encontraba inmersa en la espiral de riesgo y bancarrota inducidos en Grecia, Portugal e Irlanda. Sin embargo, a partir de enero de 2011 se ve “obligada” a aplicar medidas de austeridad y ajuste a fin de reducir el déficit presupuestario.

Es el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero el que empieza la implantación de un plan de ajustes que causará un enorme perjuicio a la población y que continuará y acentuará el gobierno de Mariano Rajoy que le seguiría a partir de noviembre del mismo año. La frase “para inspirar confianza en los mercados” es repetida hasta la saciedad por políticos y medios de comunicación españoles para justificar los recortes.

En España es el sector bancario afectado gravemente por la explosión de la llamada burbuja inmobiliaria, el que provoca fuertes convulsiones financieras en el país. Convulsiones que culminaron entre mayo y julio de 2012, cuando el gobierno español toma la decisión, en colaboración con la CE, de acudir al fondo del rescate europeo para la recapitalización de la Banca privada.

Navarro, Torres López y Garzón Espinosa (2011), analizan en detalle las características especiales de la crisis de la economía y la Banca española y el mecanismo que se utilizó para nacionalizar las pérdidas privadas, como también, las consecuencias de esta decisión política para la población española. Para lo que aquí nos interesa, hay que resaltar el papel de la Banca privada en la crisis financiera española, dado que constituye un punto de referencia constante del humorismo gráfico español en este periodo.

Finalmente, habría que mencionar la referencia contextual a las continuas celebraciones de Cumbres Europeas y otras reuniones entre miembros de las clases políticas y financieras para solucionar a nivel político las grietas cada vez más extendidas y profundas de la eurozona.

Una vez descrito brevemente el escenario general de las referencias contextuales del periodo que nos ocupa, vamos a detenernos en los acontecimientos concretos a los que se refieren los autores de la muestra tanto en Grecia como en España.

La prensa impresa y digital de los dos países ha sido la fuente de información principal para la presentación de la tabla de acontecimientos que presentamos a continuación. Aquí nos limitamos a reproducir sólo los acontecimientos que fueron registrados como referencias contextuales en la muestra.

Tabla I. Acontecimientos económicos y socio-políticos mencionados en la muestra.

ESPAÑA	GRECIA
MAYO 2011	
<p>En mayo de 2011 se celebran en España elecciones municipales y autonómicas en las que el PP gana tanto a nivel de votos como a nivel de representación territorial. El PSOE culpa a la crisis económica por la derrota y rechaza el adelanto de los comicios generales.</p>	<p>En Grecia, el movimiento de los indignados tiene características similares al de España aunque no constituye el inicio de la movilización popular.</p>
<p>La explosión de la indignación ciudadana ante la deficiente representación democrática que le garantiza la clase política establecida y ante las medidas y decisiones que ella toma sin su consenso es el acontecimiento más llamativo y comentado por los humoristas gráficos de la muestra en este mes tanto en Grecia como en España.</p>	<p>Las calles y las plazas de Atenas han sido escenario de multitudinarias y continuas protestas sociales desde el anuncio del primer plan de rescate financiero en 2010. Manifestaciones de protesta que fueron la respuesta ciudadana a los drásticos recortes de sueldos y pensiones y de los servicios públicos.</p>
<p>Las protestas ciudadanas, masivas y con larga duración (Puerta del Sol y La plaza de Syntagma quedan vacías bien entrado agosto) reivindican una regeneración del sistema político establecido y protestan contra la imposición de una política económica que condena los servicios sociales y los intereses públicos a la hora que</p>	

ESPAÑA**GRECIA**

<p>Las protestas ciudadanas, masivas y con larga duración (Puerta del Sol y La plaza de</p>	
JUNIO 2011	
<p>Las elecciones municipales y autonómicas y las consecuencias políticas que han supuesto sus resultados para el PSOE y su líder, José Luis Rodríguez Zapatero, son el punto de enfoque periodístico más importante a nivel de política nacional.</p>	<p>El gobierno de Papandreou anuncia un nuevo plan de medidas de austeridad con enormes consecuencias negativas para la población y como exigen los prestamistas internacionales para desembolsar el próximo tramo de préstamo acordado. Diputados del partido en el gobierno dimiten, pues se niegan a votarlas.</p>
<p>El movimiento ciudadano del 15M va en aumento y su evolución continua atrae el interés de la opinión pública. Los incidentes conflictivos entre policía y manifestantes es uno de los temas del debate público sobre las protestas.</p>	<p>Mientras, una nueva ola de protestas empieza y culmina con la votación de las medidas el 29 de junio. En las batallas campales entre la Policía y los manifestantes este mismo día decenas de personas llegan asfixiadas por los gases lacrimógenos en los hospitales del centro de la ciudad. Los médicos editan un anuncio de protesta por la violencia policial y avisan al gobierno de la posibilidad de manifestantes muertos si siguen las tácticas policiales.</p>

ESPAÑA**GRECIA****JULIO 2011**

El movimiento indignado se extiende por las plazas de buena parte del país y cada vez más ciudadanos refuerzan sus filas. El 23 del mes se celebra en Madrid la Marcha Popular Indignada momento cumbre de la movilización durante este periodo.

El gobierno de Papandreou anuncia un nuevo plan de medidas de austeridad con enormes consecuencias negativas para la población y como exigen los prestamistas internacionales para desembolsar el próximo tramo de préstamo acordado. Diputados del partido en el gobierno dimiten, pues se niegan a votarlas.

Este mes la Caja Mediterráneo, CAM, conectada con proyectos inmobiliarios de alta financiación en el pasado, tras las pruebas de resistencia a la Banca (stress test) declara pérdidas incontrolables y es nacionalizada por el Banco de España que decide recapitalizarla con dinero público.

Mientras, una nueva ola de protestas empieza y culmina con la votación de las medidas el 29 de junio. En las batallas campales entre la Policía y los manifestantes este mismo día decenas de personas llegan asfixiadas por los gases lacrimógenos en los hospitales del centro de la ciudad. Los médicos editan un anuncio de protesta por la violencia policial y avisan al gobierno de la posibilidad de manifestantes muertos si siguen las tácticas policiales.

La presión de los mercados financieros vuelve a ser constante y llega a nuevos máximos.

En Grecia, que es el punto de mira principal del acoso financiero, la descalificación de la capacidad crediticia llega a

ESPAÑA**GRECIA**

JULIO 2011	
	<p>En Grecia, que es el punto de mira principal del acoso financiero, la descalificación de la capacidad crediticia llega a las puertas del impago y las autoridades europeas discuten sobre un nuevo plan de rescate financiero para evitar las repercusiones negativas en los demás países de la periferia. Este nuevo plan de rescate es aprobado en la Cámara de los Diputados el 21 del mes.</p>
AGOSTO 2011	
<p>El BCE interviene con la compra de bonos de España e Italia para frenar el acoso mientras Bundesbank y los representantes financieros de los países de norte expresan su desagrado. La presión de los mercados y la viabilidad de la moneda única son algunos de los temas principales de discusión mediática.</p>	<p>El gobierno de Yorgos Papandreou se enfrenta a serias dificultades para aplicar los ajustes presupuestarios acordados con los prestamistas y para encontrar el apoyo político necesario para llevarlas a cabo.</p>
<p>El 23 de agosto el presidente del gobierno español, J. L. Rodríguez Zapatero propone una reforma constitucional para modificar el artículo 135 de la Constitución española</p>	

ESPAÑA**GRECIA**

<p>a fin de que el Estado y las Comunidades Autónomas no puedan superar los márgenes presupuestarios establecidos por la Unión Europea. La reforma cuenta con el consenso del PP y se aprueba en septiembre sin la implicación de otros partidos o instituciones ni de procesos democráticos.</p>	
<p>Manifestaciones contra la reforma constitucional. Desalojo y ocupación policial de la Puerta del Sol en Madrid.</p>	
SEPTIEMBRE 2011	
<p>La crisis Bancaria se agudiza y el gobierno decide nacionalizar nuevas entidades Bancarias (CatalunyaCaixa, Novacaixagalicia y Unnim).</p>	<p>El ministro de Finanzas, Evangelos Venizelos, anuncia nuevas medidas urgentes de austeridad, entre ellas despidos masivos en el sector público y nuevas bajadas en salarios y pensiones. También se aprueba el impuesto especial sobre las propiedades inmobiliarias, que se cobrará en la factura de la luz. Su impago llevará al corte de la electricidad en la vivienda, lo que en los meses posteriores dejará a muchos griegos sin suministro eléctrico en sus propias casas.</p>

ESPAÑA**GRECIA**

<p>José Luis Rodríguez Zapatero anuncia oficialmente la convocatoria de elecciones anticipadas para el próximo 20 de noviembre.</p>	<p>Papandreou en su habitual comparecencia en la Exposición Internacional de Salónica donde cada año el primer ministro griego anuncia sus planes económicos se ve enfrentado a una ola de protestas masivas organizadas por la oposición política y las Uniones Sindicales del país.</p>
<p>El movimiento 15M y los partidos de la Izquierda exigen un referéndum y vuelven a protestar contra la reforma constitucional.</p>	<p>Se intensifica la crisis política del gobierno y su incapacidad para aplicar lo acordado. Los rumores de la posible quiebra del Estado griego vuelven al escenario europeo y provocan de nuevo oscilaciones bursátiles y ataques especulativos.</p>
OCTUBRE 2011	
<p>El número de parados en España alcanza los cinco millones de personas</p>	<p>En Grecia, en este mes se convocan dos huelgas generales acompañadas de grandes marchas y manifestaciones. El descontento popular desborda en las calles de Atenas.</p>
<p>Un acto de protesta coordinada en varios países del mundo es convocado para el 15 de octubre (15-O). Finalmente se sumaron a la cita 951 ciudades de 82 países; en Estados Unidos, la convocatoria corrió a cargo del movimiento Occupy Wall</p>	<p>El 26 del mes una Reunión Cumbre más se celebra en Bruselas sobre Grecia y el futuro de la eurozona. Se decide recortar la deuda de Grecia con la Banca privada en un 50% y ampliar el Fondo Europeo de Estabilidad Financiera hasta un</p>

ESPAÑA**GRECIA**

<p>Street. El principal lema de las manifestaciones fue <i>Unidos por un cambio global</i>.</p>	<p>billón de euros.</p>
	<p>El primer ministro Yorgos Papandreou anuncia su intención de convocar un referéndum y someterse a una moción de confianza para convalidar el acuerdo europeo a cambio de más austeridad y recortes.</p>
<p>NOVIEMBRE 2011</p>	
<p>Se confirma el estancamiento de la economía española y la prima de riesgo bate nuevos récords.</p>	<p>La Unión Europea bloquea el siguiente tramo del rescate mientras no se «resuelvan as dudas» sobre el referéndum y Papandreou es abiertamente presionado por los líderes de la eurozona a ceder y a renunciar a la intención de celebrarlo.</p>
<p>El 20 de noviembre el PP gana las elecciones generales con mayoría absoluta. El PSOE encabezado por Alfredo Rubalcaba anota mínimos históricos.</p>	<p>Papandreou cede, se dimite y empieza el proceso de formación de un gobierno de “unidad nacional” en cuya cabeza se coloca el ex vicepresidente del BCE, y ex presidente del Banco de Grecia, Lucas Papademos. El 11 de noviembre se nombra al primer presidente del gobierno griego no electo a través de las urnas.</p>

ESPAÑA**GRECIA**

<p>Movilizaciones universitarias en distintas ciudades españolas para protestar por la subida de las tasas universitarias. En Madrid, la movilización universitaria coincide con la octava huelga de la enseñanza pública de la “marea verde” (como se conoce el conjunto de propuestas llevadas a cabo contra los recortes en educación).</p>	<p>Banco de Grecia presenta un informe ante el Parlamento que revela que el 13% de las familias griegas no tiene ningún tipo de ingreso al tiempo que se anuncia de nuevo un paquete urgente de medidas de austeridad.(como se conoce el conjunto de propuestas llevadas a cabo contra los recortes en educación).</p>
DICIEMBRE 2011	
<p>El número de parados supera los cinco millones al tiempo que Eurostat anuncia que la renta per cápita española de 2011 se situó por debajo de la media europea, algo que no sucedía desde 2001.</p>	<p>El mes empieza con la séptima huelga general del año.</p>
ENERO 2012	
<p>El presidente del gobierno Mariano Rajoy visita en Berlín a la canciller Ángela Merkel ante la que se compromete a seguir con la política de ajustes y a cambio pide que el BCE siga comprando deuda y proporcionando liquidez a la Banca española.</p>	<p>El primer ministro, Lucas Papademos, advierte que si no se aceptan las exigencias de los acreedores, Grecia entrará en quiebra descontrolada en marzo. Dentro de las nuevas exigencias figuran más recortes salariales y la colocación del salario mínimo por debajo de los 600 euros. Además se exigen 15.000 despidos en el sector público.</p>

ESPAÑA**GRECIA**

FEBRERO 2012	
<p>El gobierno aprueba su primera reforma financiera y amplía el capital del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB).</p>	<p>El gobierno de Papademos pacta con la Troika despedir 15.000 funcionarios públicos dentro de 2012.</p>
<p>La ministra de Trabajo, Fátima Báñez, presenta el decreto-ley de la reforma laboral que abarata y facilita el despido y es duramente criticada por los sindicatos y por los partidos de la Izquierda.</p>	<p>El 7 del mes se convoca la primera huelga general del año contra las medidas gubernamentales.</p>
<p>En contra de la reforma laboral, se convocó en 57 ciudades de toda España la mayor manifestación sindical de los últimos años.</p>	<p>El 12 del mismo mes bajo fuertes tensiones políticas y sociales el Parlamento griego aprueba la quita acordada, un plan de recapitalización bancaria y las nuevas medidas de ajuste.</p>
<p>Convocatorias de manifestaciones contra la reforma laboral también por el 15M.</p>	<p>El 11 y 12 de febrero se ha convocado huelga general de 48 horas.</p>
<p>Fuerte represión policial en las protestas y detenciones de manifestantes incluso de menores de edad. Valencia es el escenario de mayores disturbios y cargas policiales.</p>	<p>Las manifestaciones y protestas culminan el segundo día en una protesta masiva que se intentó disolver con gases lacrimógenos. Mikis Ceodorakis y Manolis Glezos dos destacadas personalidades de Grecia Moderna son también víctimas del ataque policial y con</p>

ESPAÑA**GRECIA**

síntomas de asfixia se refugian en la consulta médica del Parlamento.	Las manifestaciones y protestas culminan el segundo día en una protesta masiva que se intentó
	El primer ministro griego, Lucas Papademos, anuncia la celebración de elecciones legislativas anticipadas el próximo 6 de mayo
MARZO 2012	
Séptima huelga general en la historia de la democracia española, convocada por Comisiones Obreras y UGT para protestar contra la reforma laboral recién aprobada por el gobierno. La huelga fue acompañada de manifestaciones masivas en las principales ciudades españolas.	Se efectúa el canje de los bonos acordado con los acreedores privados. Entre ellos, cuatro fondos de pensiones griegos, acreedores de deuda soberana que al principio negaron su participación y al final cedieron ante las fuertes presiones del gobierno.
El ministro de Hacienda, Cristobal Montoro, presenta el proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2012, que establece el mayor recorte de gasto público de la democracia española, una importante subida de impuestos centrada en las grandes empresas y la denominada “amnistía fiscal” que pretende hacer aflorar ingresos defraudados a Hacienda.	La Eurozona formaliza el segundo rescate a Grecia y autoriza el pago del primer tramo del préstamo.

ESPAÑA**GRECIA**

	<p>El 25 de marzo con motivo de la celebración de la fiesta nacional de la Independencia del Imperio Otomano una ola de protestas y desaprobación del personal político se desata por todo el país. La clase política tiene serias dificultades para asistir a los actos festivos.</p>
	<p>En Atenas se prohíbe la participación de los ciudadanos en la Plaza de Syntagma por razones de seguridad de los políticos y se obstaculiza la manifestación convocada.</p>
ABRIL 2012	
<p>Gobierno anuncia un recorte adicional de los Presupuestos presentados el 30 de marzo, que se repartirán entre Educación y Sanidad.</p>	<p>El día 4, Dimitris Jristulas, un farmacéutico jubilado, se suicida en medio de la Plaza de Syntagma para protestar contra el grave daño causado por los planes político-económicos impuestos. Nueva ola de manifestaciones y protestas con motivo de su muerte y nuevas cargas policiales. Un fotógrafo griego es herido de gravedad.</p>
<p>Se aprueba el copago farmacéutico: los usuarios pagarán el 10% del precio de las medicinas. Además se</p>	<p>El primer ministro griego, Lucas Papademos, anuncia la celebración de elecciones legislativas anticipadas el</p>

ESPAÑA**GRECIA**

restringe la asistencia sanitaria a todos los inmigrantes ilegales, incluidas sus familias.	próximo 6 de mayo
En enseñanza, suben las tasas universitarias y se aumenta el número de horas lectivas para los profesores y el número de alumnos por clase.	
Según INE el número total de desempleados para el primer trimestre de 2012 alcanza los 5.639.500.	
MAYO 2012	
Rodrigo Rato dimite como presidente de Bankia. El gobierno nacionaliza el Banco Financiero y de Ahorros, matriz de Bankia, por lo que se hace con el control de la entidad.	Nueva Democracia gana las elecciones con el 18,8% de los votos y es incapaz de formar gobierno.
El Consejo de Administración de Bankia decide pedir una inyección de 19.000 millones de euros de dinero público para el grupo Banco Financiero y de Ahorros, matriz de Bankia (de los que 12.000 serán para esa entidad), una cifra que desborda todas las previsiones y que lo convierte en el mayor rescate financiero de la historia de España y uno de los	Syriza, a pesar de una campaña mediática de terror sobre las consecuencias que implicaría su ascenso, es el segundo partido más votado en las elecciones (16,78% de los votos). Comienza el desplome del PASOK.

ESPAÑA**GRECIA**

mayores de Europa.	
Se conoce la desviación del déficit público de 2011 por parte de la Comunidad de Madrid y de la Comunidad Valenciana, gobernadas ambas por el Partido Popular. Estos déficits ocultos obligan a revisar al alza el déficit total del Estado español.	El Presidente de la República, Karolos Papoulias, ante la imposibilidad de que se forme un gobierno, convoca nuevas elecciones generales para el 17 de junio.
El gobierno da a conocer el «acuerdo histórico» alcanzado con las Comunidades Autónomas para que recorten su déficit en 18.000 millones de euros.	
Huelga general en todos los niveles educativos públicos, desde infantil a la Universidad, y en prácticamente todas las Comunidades Autónomas (lo que constituye la primera huelga unitaria de la enseñanza pública en la historia de la democracia). Los convocantes son los sindicatos de profesores y las organizaciones estudiantiles como protesta por las últimas decisiones del Gobierno de reducir el gasto educativo y a favor del derecho a la educación pública.	
23 de mayo: Los mineros de Asturias y del norte de León	

ESPAÑA**GRECIA**

<p>inician una huelga en protesta por el plan del gobierno de reducir en un 63% las ayudas al carbón nacional. Durante las semanas siguientes se producen duros enfrentamientos con la policía por el corte de carreteras y autovías y el levantamiento de barricadas.</p>	
JUNIO 2012	
<p>El ministro de Economía, Luis de Guindos, anuncia que España ha solicitado y obtenido un rescate financiero de la Unión Europea para “sanear” el sistema financiero español.</p>	<p>La intervención política sin precedentes de gobiernos y centros políticos y económicos extranjeros al indicar los peligros que se corren si gana Syriza va en aumento mientras se acerca la fecha de los comicios.</p>
<p>El dinero se inyectará en el FROB y de este organismo público, a los bancos, por lo que el Estado Español será el responsable último de la devolución del dinero, contabilizado como deuda pública. A pesar de ello el ministro se negó a llamarlo rescate.</p>	<p>Los resultados de la nueva convocatoria electoral son muy similares a los del mes anterior, pero esta vez, Nueva Democracia consigue formar un gobierno tripartito con el apoyo de Pasok y la Izquierda Democrática.</p>

5.4.2. Perfil ideológico-político de los medios escogidos

No es posible acercarse al análisis del discurso ideológico del humorismo gráfico periodístico del periodo que nos ocupa si antes no se traza, aunque sea en líneas generales, el perfil ideológico-político de la prensa en la que se articula este discurso.

El objetivo de este apartado es, pues, describir escuetamente el perfil ideológico-político de los medios escogidos y ubicarlos en el contexto político de la prensa nacional de cada país.

Cartoon Movement no se incluye en este cuadro puesto que es una plataforma digital internacional de libre colaboración y de ahí que se rige de normas completamente diferentes que una publicación periodística nacional. Para rastrear la orientación política de esta plataforma es preciso mencionar las declaraciones de sus fundadores al describir los objetivos de esta iniciativa. Según ellos, *Cartoon Movement* ha sido creado para defender la libertad de prensa y del humorismo gráfico político y para consagrarlo como un lenguaje periodístico independiente.

Prensa española:

- *ABC* es uno de los grandes periódicos nacionales de España fundado en 1903. Durante la dictadura de Franco apoyó el régimen y tras la caída de la dictadura resurgió bajo nueva dirección. Según López de Maturana Diéguez (2005) su línea editorial responde al tríptico de conservador, monárquico y católico. Su línea ideológica se complementa con la defensa de la unidad de España y la condena abierta de los movimientos independentistas.

Políticamente no esconde su tradicional afiliación al PP y la actitud muy crítica ante el PSOE que empieza desde la época de Felipe González, a cuyo gobierno se enfrentó con fuertes polémicas que llegan hasta el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, como tendemos ocasión de comprobar en el análisis de la muestra. La actitud conservadora y católica se mantiene hasta nuestros días, hecho que comprueba su indiscutible defensa a la Ley del Aborto introducida por el gobierno de Mariano Rajoy durante la temporada que nos ocupa.

- *El Mundo* es también uno de los periódicos de mayor difusión a nivel nacional y fue fundado en 1989. Pertenece políticamente a la derecha liberal y es más tolerante a opiniones y columnistas de diferente orientación política de modo que se aleja de la línea ultraconservadora de *ABC* y se dirige también a lectores del centro político.

En líneas generales ha sido crítico al PSOE y más favorable hacia el PP sin ocultar su posición centralista y contraria a los movimientos independentistas.

- *El País* fue fundado en 1976 y marcó la renovación de la prensa española y el proceso de democratización de la misma de ahí que constituyera "(...) un acontecimiento periodístico de su tiempo" como indica Malavé (2004:231). En efecto, *El País* en su fundación fue definido como un periódico independiente, favorable al pluralismo y de tendencia política de izquierda a centro-izquierda. Su afiliación política, al menos para las primeras legislaturas de la democracia, fue cercana al PSOE.

Ha sido el periódico líder de ventas en España hasta el periodo que nos ocupa (según datos de OJD de enero a diciembre de 2012), referente obligatorio de la prensa española a Europa y un periódico español que a través de su edición global se imprime y distribuye en América Latina.

El carácter de periódico riguroso y progresista de *El País* se ha puesto en duda por parte de otros periódicos¹⁸ y se le ha acusado de haber tomado posturas conservadoras y derechistas en asuntos como el movimiento social 15M o la no aceptación de la legitimidad democrática de los gobiernos de la Nueva Izquierda Latinoamericana.

- *Público* es la publicación más joven de la prensa española de la muestra al ser fundada en 2007. Es un periódico de claro signo progresista y de izquierdas y de carácter cercano a los movimientos y las causas sociales e independentistas.

En febrero de 2012 se cierra la edición de papel y continúa la edición digital de acceso gratuito. La edición digital consigue mayor difusión que ha ido en aumento durante los últimos años (según OJD en octubre 2014 *Público.es* tiene 8,7 millones de usuarios únicos al mes).

- *El Jueves* es una revista semanal de humor satírico de diferentes estilos y temáticas, entre ellas, el humor gráfico de temática política. También incluye series de cómic de temática variada.

En cuanto al humor político, *El Jueves* ha sido distinguido por su carácter crítico y mordaz, abiertamente hostil ante la monarquía y el catolicismo, como también ante personalidades destacadas del poder político en España.

Su postura política es mayoritariamente progresista y contraria al status sociopolítico establecido (al menos durante el periodo que nos ocupa) y defiende a ultranza la libertad de expresión.

Prensa griega

- *Elefceros Typos* (Prensa Libre) se publica por primera vez en 1983 y pronto se convierte en el órgano extraoficial del partido conservador de la Nueva Democracia (ND) y principal protagonista de la prensa griega contra el gobierno socialista de Andreas Papandreou. Según Dimitris Psijoyós (2010) la identificación partidaria de este periódico con la derecha griega es indiscutible y no sólo incluye el aspecto estrictamente político sino también referencias a la religión ortodoxa y al espíritu nacionalista que caracteriza esta posición ideológico-política.

Durante su trayectoria ha conocido mejores y peores momentos en cuanto al éxito de ventas pero, en todo caso, no ha dejado de ser un punto de referencia obligatoria para la derecha conservadora griega y para su principal representación política, la ND.

- *Kathimerini* (*El Diario*) es un periódico de larga trayectoria histórica, fundado en 1919, que en las últimas décadas representa la derecha liberal y democrática griega sin identificación partidaria declarada y con cierta tendencia al centro político.

¹⁸ Alejandro Torrús, "El País cambia de director y la redacción teme un giro a la derecha", *Público*, 18/02/2014. Consultado en: <http://www.publico.es/502803/el-pais-cambia-de-director-y-la-redaccion-teme-un-giro-a-la-derecha>

Carlos Enrique Bayo, "El giro a la derecha de *El País*", *El Monde Diplomatique* (edición chilena), 05/2013. Consultado en: <http://www.lemonediplomatique.cl/El-giro-a-la-derecha-de-El-Pais.html>

Iñigo Sáenz de Ugarte, "¿Por qué *El País* quiere irse más a la derecha?", *eldiario.es*, 25/02/2014. Consultado en: http://www.eldiario.es/rastreador/testamento-Pais-periodicos_6_232786742.html

Su apoyo político a la ND aunque más indirecto que el de *Elefceros Typos* es, en ocasiones, incuestionable, sobre todo, en periodos recientes de la historia griega como anota Psijoyós (2010). *Kathimerini* ha conseguido la fama de ser un periódico riguroso en cuanto a las noticias y desapasionado en cuanto a su discurso y alberga voces de articulistas de orientación política diferente.

- *Ta Nea (Las Noticias)* es también un periódico de larga trayectoria histórica, fundado en 1931, que en las últimas décadas, tras la caída de la dictadura de los Coroneles, ha sido identificado con el centro político. No ha ocultado su apoyo al partido socialista, PASOK y es el periódico de mayor tirada en Grecia, incluido el periodo que nos ocupa. Pertenece al Organismo Periodístico Lamprakis, uno de los magnates de los medios griegos.

Tras la crisis de 2010 y la notable bajada de la tirada y de los ingresos publicitarios, el Organismo decidió publicarlo sólo los días laborables mientras que los fines de semana publica *To Bima* (El Paso) otro periódico importante de este Organismo.

Durante la etapa que ha sido escogida en este estudio los periódicos del Organismo Lamprakis han defendido a ultranza los planes de rescate y ajuste aplicados por la Troika y los gobiernos de Papandreou y Papademos dando un giro conservador en lo político y neoliberal en lo económico.

- *Elefcerotypia* (Libertad de prensa) se funda en 1975 tras la caída de la Dictadura de los Coroneles y desde su principio ejemplifica un giro en la libertad y la independencia de la prensa griega al conseguir que los redactores participen en las decisiones editoriales e incluso en la administración del periódico. Según Psijoyós (2010), *Elefcerotypia* responde a la necesidad de democratización de la prensa griega tras la caída del régimen dictatorial.

Tras la victoria de PASOK en 1981 el periódico adopta el lema "(...) apoyamos al gobierno, controlamos el poder" (Psijoyós, 2010:479); de este modo, se apoyan las políticas favorables a las clases populares y trabajadoras y el control se ejerce desde el punto de vista de la izquierda no partidista del país.

Elefcerotypia, según Psijoyós, goza del mayor grado de independencia a nivel de redacción y presenta una amplitud de opiniones que corresponden a las distintas manifestaciones de la izquierda griega. Se dirige a lectores que se identifican con posturas políticas que comprenden desde el centro democrático hasta la izquierda revolucionaria.

Durante finales de los años noventa y principios del nuevo milenio compite con *Ta Nea* el liderazgo en ventas a nivel nacional. El 22 de noviembre de 2011 deja de publicarse tras la negación de la Banca a prolongar su financiación. *Elefcerotypia* declara oficialmente la quiebra económica el día 30 del mismo mes.

- *To Pontiki* (El Ratón) es la publicación de sátira política más representativa de la prensa griega desde 1979, año de su nacimiento. Es un periódico semanal que incluye todas las secciones convencionales de un diario político aunque concede especial importancia al humor a través de la viñeta política, el montaje fotográfico, los textos humorísticos y otras técnicas de sátira política. No guarda ninguna relación con el cómic artístico de cualquier otra temática.

To Pontiki no tiene afiliación partidaria evidente, sin embargo, su posición política de centro-izquierda o izquierda es reconocida y se dirige a lectores de este territorio po-

lítico. Su carácter satírico no le impide cultivar el periodismo de investigación y, a veces, ha sido el epicentro del debate político por sus reportajes polémicos.

5.4.3. Análisis de los temas, la argumentación y los objetivos críticos del humorismo gráfico en la muestra

La muestra se compone de unidades (cada una de las piezas analizadas) de humorismo gráfico dentro del periodo temporal establecido que se incluyen en uno de los cuatro bloques temáticos o macrotemas que son los siguientes: a. El poder político nacional y europeo, b. El poder económico. La Banca y el sistema financiero, c. La sociedad ante la crisis y d. Los medios de comunicación.

A fin de analizar el discurso producido dentro de estos macrotemas o bloques temáticos es necesario correlacionarlos con dos conceptos afines que hemos examinado en la ficha del contenido: el argumento de la unidad, es decir, la base argumentativa del comentario crítico del autor, el razonamiento de la opinión política expresada sobre cada tema y la “víctima” u objetivo de la crítica ejercida. En efecto, es imposible analizar la postura tomada ante cualquier tema sin analizar el razonamiento del autor sobre este tema y sin destacar el objetivo al que van dirigidas sus flechas críticas.

Cada macrotema incluye, como es de esperar, distintos contenidos que corresponden al distinto enfoque crítico de las opiniones políticas representadas por los autores. Opiniones políticas que parten de sus principios ideológicos y determinan el carácter ideológico-político de su discurso público.

Nuestra labor consiste en agrupar cada enfoque crítico en temáticas particulares según la afinidad de la opinión y el comentario expresado dentro del marco de cada macrotema de la muestra. En otras palabras, el estudio de los contenidos de cada macrotema es realizado a través de la agrupación de temáticas afines tal y cómo estas se explotan dentro del marco de cada publicación.

Este procedimiento analítico obedece a una doble finalidad: primero, examinar y categorizar las unidades de humor gráfico de la muestra en función de su posicionamiento crítico y, luego, pasar a una segunda fase de análisis que nos permitirá configurar la estructura conceptual de los discursos político-ideológicos del humorismo gráfico materializados en la muestra.

Pasamos, a continuación, a la primera fase de análisis que corresponde a la presentación y categorización de las temáticas desarrolladas en el marco de los cuatro macrotemas en cada una de las publicaciones de la muestra. Estudiaremos primero las publicaciones diarias de cada país, después, las publicaciones semanales y, finalmente, la plataforma digital independiente del *Cartoon Movement* tratada como un caso aparte por las razones ya mencionadas.

5.4.3.1. El poder político nacional y europeo

PUBLICACIONES DIARIAS

I. Público

Los humoristas gráficos de *Público* son Vergara, Manel Fontdevila, Medina y Alfons López¹⁹. Dado que los autores (a excepción de Alfons López) dejaron de colaborar

¹⁹ Los humoristas gráficos se mencionan con el nombre que utilizan en las publicaciones que colaboran.

con este periódico cuando se cerró la edición de papel en febrero de 2012, las unidades de la muestra corresponden a esta fecha y no cubren todo el periodo estudiado, es decir, hasta junio de 2012.

Las temáticas que se desarrollan en el marco de este periódico son las siguientes:

- a. La crítica al poder político nacional y europeo.

Uno de los motivos clave de la crítica ejercida al poder político nacional es el incumplimiento de sus promesas electorales:

Ejemplo 29. Manel Fontdevila, *Público*, 19/09/2011



En esta unidad, Zapatero a través de una argumentación absurda, repetitiva y contradictoria desmiente sus compromisos electorales y llega a anunciar medidas de orientación completamente contraria a la original. El título de la unidad es *Auge y caída* y explica la trayectoria política de Zapatero y de su gobierno. Fontdevila describe en clave humorística la degradación del discurso político de su “víctima” y descompone su imagen pública caída al descrédito y la ignominia.

De la misma manera, Vergara presenta a Rajoy antes de las elecciones del 20N como Moisés que lleva en sus manos los dos mandamientos: “Inspirar confianza en los mercados y crear empleo”. En la siguiente escena que corresponde a la época postelectoral, los mandamientos se han convertido en polvo y del rostro de “Moisés” caen gotas de sudor.

Las flechas de la crítica política de los autores no van dirigidas exclusivamente a los jefes del gobierno, es decir, a las figuras de Zapatero y Rajoy, sino también a ministros y otros responsables políticos gubernamentales. Fontdevila se mofa de Sáenz de Santamaría, vicepresidenta en el gobierno de Rajoy, por su justificación de los recortes y las subidas de impuestos como una emergencia temporal que dentro de pocos años se recompensará; Fátima Báñez, ministra de empleo en el mismo gobierno, constituye repetidas veces el objetivo de Vergara que se dedica a deconstruir y des-

virtuar los argumentos que ella utiliza para defender la reforma laboral; Artur Más se presenta como un “genio de la privatización” y Esperanza Aguirre falsifica sin escrúpulos el número de los manifestantes en las protestas sociales.

En cuanto a las autoridades políticas de la UE que también constituyen las “víctimas” de los autores, se critica, ante todo, la política monetarista y neoliberal que se ejerce y que va contra los derechos laborales y sociales de los ciudadanos europeos:

Ejemplo 30. Vergara, *Público*, 21/12/2011



Se critica la salvación del euro a costa de la ciudadanía europea, del mismo modo que en otras unidades se critica la supuesta salvación de la economía griega a costa de la ciudadanía griega. “Arruinar a los griegos para evitar la ruina de Grecia” es la paradoja que utiliza Vergara para criticar los planes de rescate impuestos por la Troika con consecuencias nefastas para la sociedad de este país.

En resumen, dos son los motivos principales de la crítica al poder político europeo: la crítica a la arquitectura deficiente y desigual de la UE que no muestra la determinación necesaria para resolver la crisis financiera y la crítica a la eurozona como un marco económico restrictivo y autoritario en el que dominan los intereses de las élites económicas alemanas en menoscabo de los países periféricos y de la ciudadanía europea en su conjunto.

b. La crítica al modelo vigente de democracia representativa y la imposición del poder económico al poder político.

Los autores de *Público* llaman la atención a la falta de verdadera democracia y la distancia, cada vez más sentida, entre la voluntad popular y las decisiones tomadas desde las altas esferas del poder. Critican, además, el discurso político dominante en España, que se ha deslizado, según ellos, hasta la pura demagogia.

“En este país se vive en demagogia” indica Medina en una de sus viñetas en la que subraya y critica este aspecto de la vida política española a través de un juego de palabras entre *democracia* y *demagogia*.

Fontdevila insiste en la falta de representación democrática de la ciudadanía y denuncia el sistema político actual basado en ciclos electorales que empiezan con ex-

pectativas que pronto se ven frustradas y durante los cuales la clase política pone en práctica un programa por el que no ha sido votada. La participación democrática ciudadana se limita al derecho al voto en cada legislatura, es decir, la ciudadanía es prácticamente inactiva y distante de la toma de decisiones políticas. El voto en cada ciclo electoral no legitima de ninguna manera las políticas ejercidas en contra de los intereses populares.

La falta de democracia real es destacada también con motivo de la Reforma Constitucional aprobada en septiembre de 2011 que se estigmatiza como una cruda violación de las normas democráticas del país. Una violación que indica claramente la subordinación de la clase política nacional a la élite política dominante en la UE.

Ejemplo 31. Fontdevila, *Público*, 03/09/2011



Sin embargo, el punto más álgido de la crisis del modelo vigente de democracia representativa que indican los autores de este periódico es, sin lugar a dudas, la imposición del poder económico internacional, representado por la Banca y los mercados financieros, al poder político.

Un síntoma significativo de esta imposición es el fenómeno de las “puertas giratorias” según el cual altos cargos de la esfera privada vienen a ocupar puestos importantes en la esfera pública y viceversa en perjuicio del interés público. El ejemplo del presidente de España y Portugal en Lehman Brothers hasta su quiebra en 2008, Luis de Guindos, nombrado ministro de economía en el gobierno de Rajoy no pasa desapercibido:

Ejemplo 32. Alfons López, *Público*, 22/01/2012



Los autores de *Público* resaltan en muchas ocasiones el fenómeno de las puertas giratorias y, en general, el deterioro del sistema político actual invadido por los representantes del poder económico, y también la actitud de servidumbre de los políticos españoles y europeos ante la oligarquía financiera

La argumentación está basada en demostrar la absoluta colaboración entre bancos y gobiernos y el ataque que lanzan a los derechos democráticos y laborales de la ciudadanía. Las víctimas del humorismo gráfico de esta temática son figuras políticas reales pero también personajes simbólicos que representan a las élites económicas y financieras.

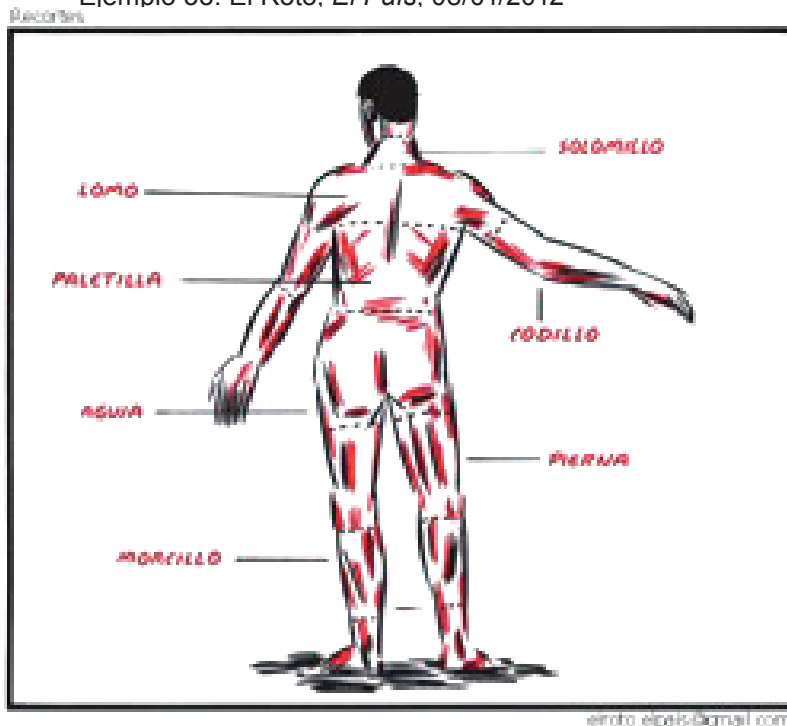
II. *El País*

Los autores cuyas viñetas cumplen con los criterios temáticos establecidos en esta investigación y publican en el país por todo el periodo indicado son Forges, El Roto y Erlich. Las temáticas que se desarrollan en la muestra del humorismo gráfico de este periódico son las siguientes:

a. Crítica a la política de ajuste fiscal y de recortes sociales.

Los autores de este periódico dedican gran parte de su esfuerzo creativo a tematizar el paro, los recortes, el plan de ajuste fiscal y, en general, la política de austeridad impuesta por los gobiernos de España y dictada por las altas cúpulas del poder político y financiero de la eurozona. Se destaca la injusticia y el carácter antisocial de esta política como también las consecuencias dramáticas que tiene para la población. Veamos un ejemplo característico de El Roto:

Ejemplo 33. El Roto, *El País*, 08/01/2012



Los recortes se hacen al cuerpo mismo de la ciudadanía tratada como si fuera mercancía de carnicería. Es una política que no respeta los valores básicos del ser humano y

va contra los principios de la libertad y la democracia.

La austeridad “se exige airadamente desde los palacios” y las carpetas ministeriales rebotan de sangre (El Roto). Los relojes en vez de agujas tienen tijeras y los cinturones de los ciudadanos cada año se aprietan más y más (Erlich). Mientras tanto, en el interior de los palacios-instituciones políticas prosiguen las deliberaciones al tiempo que fuera de ellos se multiplican las chabolas. Desde la primera clase del barco que se hunde el poder político pide champán a los camareros (El Roto).

Estos son solamente unos ejemplos de una amplia gama de unidades de humor gráfico dedicadas a esta temática en las que los comentarios críticos de los autores se dirigen al poder político establecido. Hay que anotar que este poder político no aparece nunca con nombres y apellidos sino que se opta por representarlo simbólicamente.

b. Escepticismo ante la viabilidad del proyecto de la UE y la eurozona

Las unidades en las que la temática, la argumentación y objetivo de las flechas críticas apuntan a la estructura político-económica de la UE y la zona euro pertenecen casi exclusivamente a Forges y Erlich. Este último tematiza con frecuencia la crisis griega y destaca la injusticia e insostenibilidad del programa de rescate financiero, el desastre que supone para la población y la imposición autoritaria de las grandes fuerzas europeas y, sobre todo, Alemania al país mediterráneo.

Grecia es vista como la primera pieza que cae en un juego del dominó y esta caída arrastra primero a los demás países de la periferia y luego a todo el edificio de la UE. Edificio cuyas bases no están precisamente fundamentadas en los valores de la igualdad y la democracia.

Erlich y Forges critican, además, la falta de un proyecto unitario y orientado hacia el bien común en la UE e indican la cesión de la soberanía nacional de los países más débiles a los poderosos, es decir, Francia y Alemania. El euro es una nueva “especie que causa estragos en varios países de Europa” (Erlich) y los planes de inversión para salir de la crisis de deuda tienen como principal beneficiario a la Banca y no a la población europea (Forges).

También en este caso los autores de *El País* no dirigen sus ataques críticos a personajes reales y no ridiculizan a nivel personal a los líderes políticos nacionales o europeos. En la mayoría de las unidades optan por utilizar personajes simbólicos como ocurre en el siguiente ejemplo:

Ejemplo 34. Erlich, *El País*, 03/07/2011.



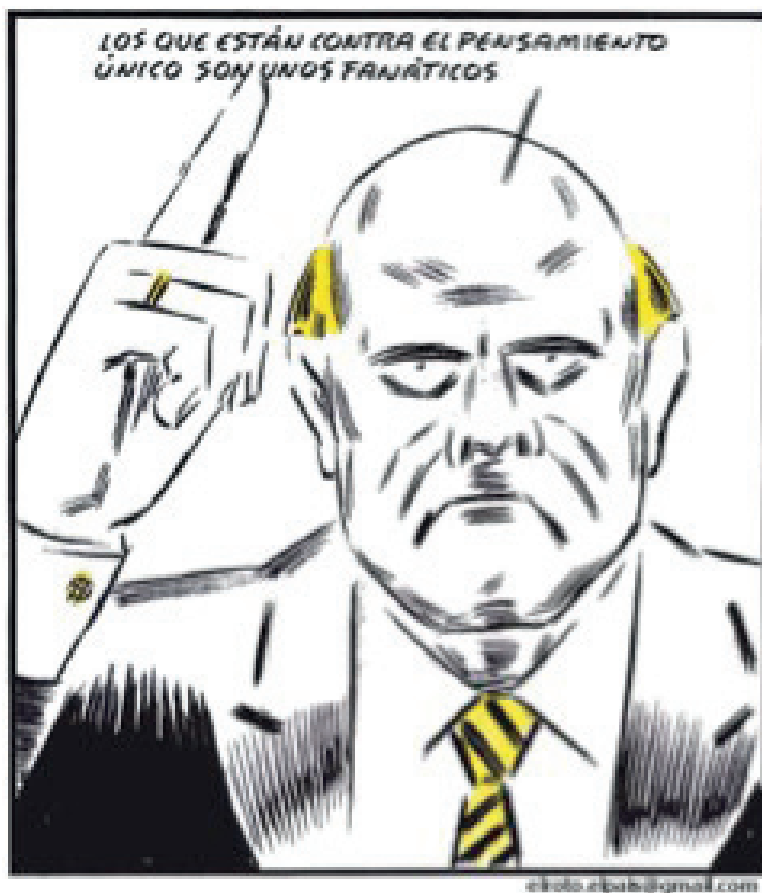
c. Crítica al sistema político y a la vulnerabilidad de las instituciones democráticas

“La democracia es un peligro para la democracia” comenta El Roto al referirse al referéndum propuesto por el presidente del gobierno griego, Yorgos Papandreou, y nunca celebrado. La paradoja verbal sirve para criticar justamente el menoscabo de las instituciones democráticas en el contexto europeo de la crisis de deuda. Forges, por su parte, resalta el asunto de la imposición de los poderes económicos a los estados europeos y se pregunta por qué no se vota “sin intermediarios” directamente a Moody’s, a Fitch o a Goldman Sachs.

Para El Roto los políticos son muñecos de cartón y su principal labor es obedecer a las órdenes de la oligarquía económica, pues la soberanía nacional ya no reside en los Parlamentos sino en los “fondos soberanos”. La democracia forma parte del pasado al declararse “el primer gobierno de brokers” (El Roto) y la Constitución es una novia que llora y pide socorro porque la quieren casar con sus violadores (Forges).

La temática del debilitamiento y declive de las instituciones democráticas aunque no ocupa numéricamente buena parte de la muestra del humorismo gráfico de este periódico sí que presenta algunas aportaciones valiosas. ¿Cómo podemos hablar de democracia si cada vez gana más terreno la supremacía del pensamiento único? (ver apartado 3.2.3.). El esquema verbal de la paradoja le sirve de nuevo a El Roto para referirse a la pérdida de la libertad de pensamiento y el autoritarismo consiguiente:

Ejemplo 35. El Roto, *El País*, 30/11/2011



III. *El Mundo*

Los humoristas gráficos en *El Mundo* durante el periodo que nos ocupa son Ricardo, Idígoras y Pachi, Guillermo y Gallego & Rey. Las temáticas particulares dentro del

macrotema del poder político nacional y europeo son las siguientes:

- a. La responsabilidad de los gobiernos españoles. Las políticas de austeridad y su actitud ante la Banca.

Los autores de *El Mundo* ejercen una crítica política a los gobiernos españoles que personalizan, sobre todo, en la figura del presidente del gobierno. De este modo, José Luis Rodríguez Zapatero y después Mariano Rajoy son los indiscutibles protagonistas de las unidades que pertenecen a esta temática y, por supuesto, los principales objetivos del humorismo gráfico.

Guillermo duda de la declaración del gobierno de Zapatero de poner impuestos a los ricos y, en el mismo orden de cosas, Idígoras y Pachi ridiculiza a Rubalcaba al ponerlo delante del espejo a gritarse a sí mismo "Te voy a freír a impuestos ricachón". Ricardo, por su parte, presenta unas ruinas arqueológicas que sorprendentemente no son unas ruinas griegas sino la Moncloa tras las elecciones municipales y autonómicas de mayo de 2011.

Rajoy se muestra indefenso ante las dificultades a las que se enfrenta su gobierno pero, según Ricardo, cuenta con una gran ventaja: puede echar la culpa a Zapatero y no sólo a la situación de la eurozona y la crisis griega como hacía su antecesor.

La crítica ejercida tiene como objetivo resaltar las responsabilidades políticas de los jefes del gobierno español. Responsabilidades que, según los autores, son obvias e irrefutables en un asunto central de la política de sus gobiernos: el rescate a la Banca en detrimento del interés público. En efecto, se rescata a la Banca al tiempo que se hunden servicios públicos vitales como la sanidad y la educación:

Ejemplo 36. Ricardo, *El Mundo*, 09/05/2012



Ricardo dedica una parte considerable de sus viñetas políticas a este asunto que, sin embargo, también está presente en Guillermo e Idígoras y Pachi. La crítica relativa se ejerce contra el gobierno de Zapatero pero es después del cambio del gobierno y la toma del poder por parte de Rajoy cuando se agudiza y culmina.

Rajoy se presenta como un superhéroe “cuyo super oído detecta una llamada de angustia”, pues “un banco lo necesita” y sale volando a socorrerlo (Ricardo). Luis de Guindos llega a Bankia cargado de sacos abultados con el dinero de rescate y sale con una sandwichera de regalo (Idígoras y Pachi). El objetivo de las unidades que se incluyen en esta temática es ridiculizar el poder político por su opción antipopular de rescatar a la Banca.

Del mismo modo, se pone en el punto de mira la política de recortes y la reforma laboral llevada a cabo por el gobierno de Rajoy. Idígoras y Pachi presenta la reforma laboral como un libro de terror escrito por Luis de Guindos y la compara con obras maestras de este género literario como *Frankenstein* de Mary Shelley y *El Cuervo* de Edgar Allan Poe. Gallego & Rey presenta a Rajoy como Eduardo Manostijeras (protagonista de la famosa película de Tim Burton) y a su lado Esperanza Aguirre con manos de hachas y una sonrisa amenazante.

Ricardo critica la medida de copago sanitario y argumenta que no es posible pedir que los ancianos paguen sus medicamentos al tiempo que se hacen contratos de alto coste con un sin fin de asesores gubernamentales. La “víctima” de la unidad es obviamente Mariano Rajoy y su política:

Ejemplo 37. Ricardo, *El Mundo*, 20/04/2012



- b. La presión que sufren los políticos españoles por la jerarquía de la UE y por los mercados financieros.

Zapatero y Rajoy protagonizan también una serie de unidades en las que se destaca la presión que sufren sus respectivos gobiernos por la presión de los mercados financieros a la economía española. Se presentan indefensos y diminutos ante enormes figuras fantásticas que amenazan con aplastarlos, devorarlos o destruirlos completamente. Del mismo modo, se presenta el traspaso de poderes entre ellos: la fuerza bestial, impersonal y ciega de los mercados ya no perseguirá a Zapatero sino a Rajoy.

Los mercados son además los que deciden la suerte de las naciones europeas y de la representación política en ellas. Su voluntad se impone ante toda exigencia social, política y democrática en España y en Europa. El personal político parece ser una pieza intercambiable a su servicio:

Ejemplo 38. Ricardo, *El Mundo*, 20/07/2011



Los políticos españoles así presentados no son los únicos objetivos de estas viñetas. Comparten las flechas críticas con los mercados financieros y, a veces, se presentan como víctimas de ellos en su absoluta incapacidad de reaccionar y hacer frente a su imposición. En otras palabras, los políticos españoles más que responsables son presentados en este caso como víctimas de los mercados todopoderosos.

También se destaca la relación de desigualdad entre el poder político español y el control político de la UE representado, sobre todo, por la figura de la canciller alemana, Ángela Merkel. Desde la cúpula de la UE se exigen más y más ajustes, más y más austeridad y los políticos españoles que han asumido su condición de subordinados intentan cumplir las órdenes.

Así, Ricardo presenta a Rajoy como participante en un concurso de baile en el que representa su coreografía con una tijera en la mano para recibir la nota del tribunal compuesto de Ángela Merkel, las agencias de rating Fitch y Standard & Poors y el

FMI. Gallego & Rey, por su parte, presenta el programa económico del PP en términos del juego infantil de la cuerda: Merkel y Sarkozy mueven la cuerda y Rajoy da saltos según el ritmo que ellos marcan.

c. La crisis griega y sus consecuencias para España

La crisis griega, la discusión sobre los planes de rescate impuestos y la posibilidad de la salida de la zona euro con las consecuencias que este hecho pueda tener para los demás países periféricos, entre ellos España, son motivos presentes en el humorismo gráfico de este periódico.

El acento argumentativo cae en la imposibilidad de la resolución de la crisis griega en el seno de la UE y en el callejón sin salida en el que se encuentra este país mediterráneo. También se destaca la falta de procesos democráticos para tomar decisiones consensuadas al respecto de esta crisis y las consecuencias que sufre la población griega.

De este modo, Ricardo presenta a Europa como a una mujer que va a suicidarse con una pistola cuyo cañón es una columna griega. También presenta a Grecia como a una mujer que se ahoga en el mar mientras Merkel le tira aros salvavidas que no flotan. Idígoras y Pachi, por su parte, elige la metáfora de un espectáculo del circo para transmitir este mismo mensaje:

Ejemplo 39. Idígoras y Pachi, *El Mundo*, 19/09/2011



La crisis griega eleva la presión sobre España y Zapatero aparece con un sólo ojo en la cara como cíclope (Ricardo) mientras que Rajoy suplica a los griegos a “votar sensata y responsablemente” (Guillermo) en las elecciones generales de junio de 2012, en un momento en el que el gobierno de Rajoy solicita el rescate financiero de la UE y la tensión en la crisis española llega a sus momentos máximos.

Las víctimas no se definen con claridad en esta serie de unidades en las que el ataque crítico deja espacio a la descripción y al acercamiento comprensivo hacia una difícil y dura realidad.

IV. **ABC**

Los humoristas gráficos de este periódico son Puebla, Máximo y Mingote, este último, sin embargo, fallece el 3 de abril de 2012. Antes de su muerte su colaboración es menos intensa que la de sus compañeros y de ahí que sean reducidas las unidades de humorismo gráfico de este autor en la muestra.

Las temáticas desarrolladas dentro del macrotema de la política son las siguientes:

a. La crítica al PSOE y la IU. La legitimación de la política del PP

Esta temática es desarrollada casi en exclusiva por Puebla y hace referencia al periodo en el que PSOE está en el gobierno. Las “víctimas” del ataque del humorismo gráfico de Puebla son el entonces presidente del gobierno español, J.L. Rodríguez Zapatero, el vicepresidente primero y portavoz del gobierno, Pérez Rubalcaba y el coordinador general de IU, Cayo Lara.

Puebla acusa a Zapatero de mentiroso, inútil y catastrófico para el país y satiriza su insistencia en permanecer en el poder tras las elecciones municipales y autonómicas de mayo de 2011. Zapatero siempre aparece denigrantemente caricaturizado por Puebla quien a través de sus viñetas más que opinión política expresa la ira y el desagrado que siente ante la personalidad política de su “víctima”.

De la misma manera, Rubalcaba es ridiculizado por sus declaraciones de simpatía ante el movimiento 15M y por sus promesas electorales, que según el autor, son irreal e insostenibles. Rubalcaba, también es acusado de mentiroso e inútil y de ser un sujeto político incrédulo y peligroso. Cayo Lara es uno de los objetivos de la crítica de Puebla, pues, según su punto de vista el líder de IU conspira con Zapatero un pacto secreto para organizar y animar las protestas de mayo de 2011 y es el verdadero responsable por su estallido:

Ejemplo 40. Puebla, ABC, 22/05/2011



La crítica política de Puebla no incluye referencias a las políticas de austeridad ni a las consecuencias que estas políticas han tenido para la sociedad. Indica el paro como máximo problema social sin criticar sus causas y sin señalar a los responsables.

Desde la victoria del PP en las elecciones generales de 20N su principal argumento es que el gobierno se esfuerza lo humanamente posible para mejorar la economía del país pero las dificultades de la crisis son, a veces, insuperables. Nunca caricaturiza negativamente la figura de Rajoy ni los ministros de su gobierno. Es más, Puebla compadece los sufrimientos de Rajoy a causa de la subida de la prima de riesgo y las dificultades que este hecho supone para la economía española. Rajoy, presionado, ha adelgazado y no por haber seguido un régimen alimenticio:

Ejemplo 41. Puebla, ABC, 28/05/2012

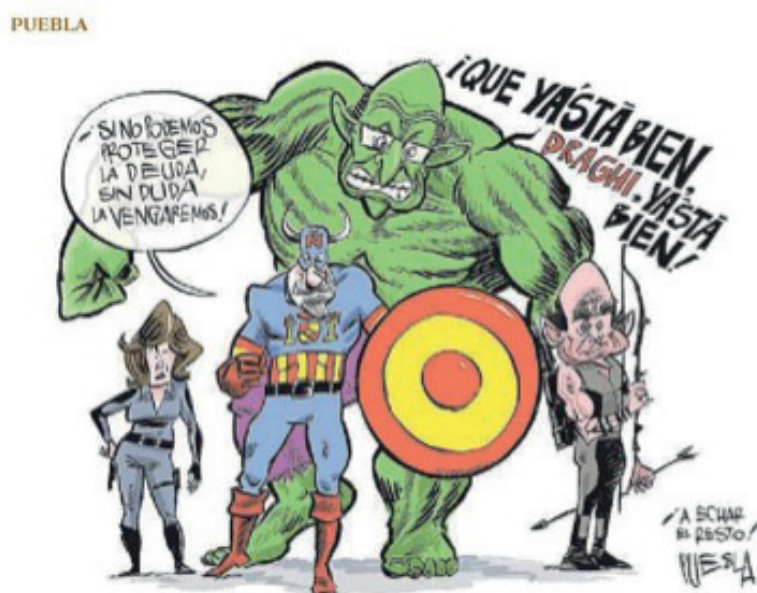


b. La crisis en el seno de la UE y los esfuerzos del gobierno español para hacerle frente

Máximo expresa su escepticismo ante el futuro de Europa, indica los cambios en su fisionomía y llama la atención sobre el carácter confuso de su identidad al componerse de estados nacionales muy diferentes e incluso competitivos entre sí. Las viñetas de este autor son reflexiones en voz alta y no ataques críticos dirigidos hacia un objetivo político concreto.

Puebla, por su parte, comenta la lentitud de la UE en tomar decisiones y señala su preocupación ante las decisiones que considera negativas para la economía española. También en esta temática muestra su respaldo a los esfuerzos del gobierno español y legitima su postura de defender “heroicamente” los intereses nacionales ante, por ejemplo, el BCE y Mario Draghi:

Ejemplo 42. Puebla, ABC, 18/05/2012



c. Reflexiones sobre la política y la crisis.

En ABC encontramos una serie de viñetas políticas que expresan a través de la voz de sus actantes (normalmente personajes simbólicos que representan a los ciudadanos españoles) reflexiones de carácter abstracto sobre la política y la crisis económica. Estas reflexiones aunque se presentan como verdades generales y naturales están, a nuestro parecer, fuertemente cargadas de ideología política. Vamos a detenernos en las más importantes.

Máximo pone en duda la calidad del debate político en España y, sobre todo, el debate preelectoral, al destacar que los argumentos de los partidos políticos se reducen a la descalificación de sus oponentes. De la misma manera, cuestiona la calidad de la democracia en España al indicar la sed para el poder y el egoísmo humano como principales motivos para la participación en la vida política. Finalmente, Máximo se pregunta hasta qué punto los ciudadanos se pueden sentir representados en el sistema de democracia representativa actual.

Mingote, en cambio, expresa su incomprensión y sorpresa ante la desconfianza que

muestran los ciudadanos españoles por los políticos que ellos mismos han legitimado con su voto. Huye de cualquier explicación relativa a las causas del desagrado de los ciudadanos y destaca lo absurdo de esta situación.

Además, este autor justifica la crisis apelando a las diferencias “profesionales” entre políticos y economistas (“el problema es que los políticos no entienden de economía y los economistas no entienden de política”), y da por sentado que la crisis podría solucionarse si hubiera los dirigentes adecuados, es decir, dirigentes capaces de gestionar adecuadamente los asuntos económicos. “Hacen falta políticos que sepan lo que se debe hacer y que lo hagan”, sostiene a través de la voz de uno de sus personajes simbólicos.

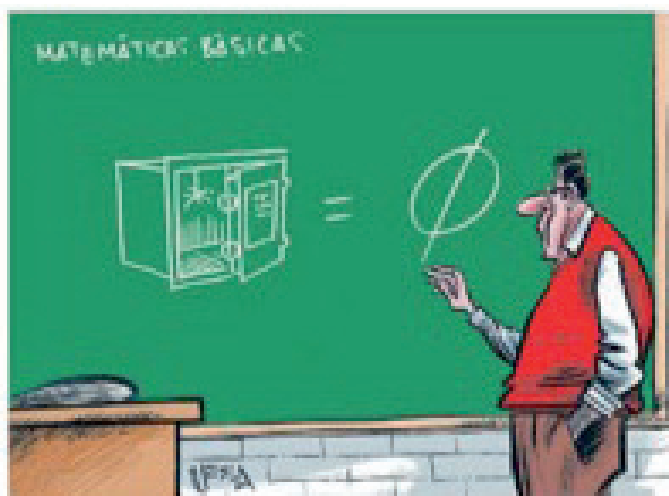
Este concepto de las decisiones políticas sobre la vida pública en términos de gestión profesional óptima, tal como haría un buen tecnócrata con su empresa privada, es un motivo que se repite en sus viñetas. En ocasiones, se refiere a la ineptitud del personal político nacional para gestionar bien y solucionar los problemas de la economía española e incluso llega a proponer que para superar este obstáculo se podría “contratar a políticos extranjeros”. Evidentemente, esta propuesta se hace en clave humorística pero esto no ensombrece la visión ideológica de la supremacía de la tecnocracia en la política.

Puebla, por su parte, prescinde de toda referencia a las consecuencias de la política de austeridad y de recortes sociales para la sociedad, como ya mencionamos, aunque sí aporta sus propias reflexiones sobre la crisis y sus secuelas. Con motivo del temporal de frío que azotó España en febrero de 2012, crea una serie de viñetas en las que se refiere al paro y a los recortes sociales en términos de malas condiciones meteorológicas y equipara los problemas sociales con la ola de frío polar.

Según esta visión, la crisis es como un fenómeno natural ante el cual no tiene cabida buscar las causas e indicar los responsables. También, este silogismo implica que es inútil e imposible actuar contra este fenómeno, pues, poco o nada se puede hacer ante los fenómenos “naturales”.

Asimismo, Puebla apela al “sentido común” de los lectores para presentar las arcas públicas vacías como un hecho lógico, real e indiscutible. De nuevo, preguntarse por las causas y las responsabilidades de esta realidad no tiene cabida en su silogismo. Hay que aceptar esta realidad como tal y pensar en qué se puede hacer en adelante:

Ejemplo 43. Puebla, ABC, 27/05/012



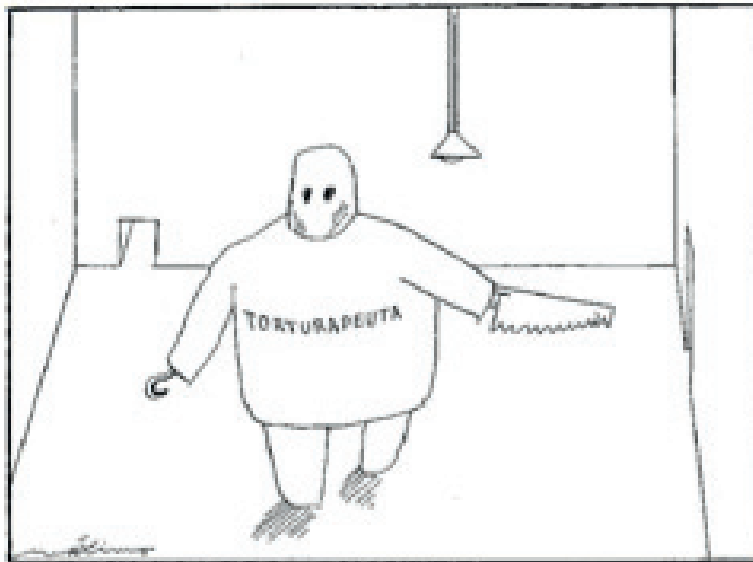
Ante este tipo de humorismo gráfico de la muestra nos parece más coherente buscar el beneficiario que el objetivo o víctima de la unidad, pues su principal función no es criticar sino legitimar al poder como veremos en su momento.

d. Las consecuencias de la crisis para la sociedad española

Máximo dedica parte de su obra a comentar las consecuencias de la crisis en la sociedad española destacando la facilidad del despido tras la reforma laboral, el derrocamiento del estado de bienestar y la insistencia en aplicar planes de recorte que pueden tener consecuencias dramáticas si incluyen servicios públicos como la sanidad.

También expresa la preocupación de los ciudadanos ante la subida de impuestos y el ataque que han supuesto los desahucios para la sociedad española. Sigue siendo una labor difícil identificar las “víctimas” en el humorismo gráfico de Máximo aunque en esta temática se puede insinuar que son las altas esferas del poder político desde donde se toman las decisiones para aplicar estas políticas:

Ejemplo 44. Máximo, ABC, 07/05/2011



V. *Elefceros Typos*

Este periódico incorpora en su plantilla a un sólo autor de humorismo gráfico. Desde mayo de 2011 hasta septiembre del mismo año este puesto es ocupado por Koundouris, que después de esta fecha es sustituido por Dermentzoglou.

Dos son las temáticas que se desarrollan a lo largo de la muestra en relación con el marcotema de la política nacional y europea y sus relaciones:

a. La crítica al gobierno griego y a la clase política nacional.

Kondouris en su argumentación destaca, ante todo, la incompetencia, la inutilidad y la falta de confiabilidad política del presidente del gobierno griego y presidente del Partido Socialista Panhelénico (PASOK), Yorgos Papandreou. Sus ataques críticos se dirigen, sobre todo, a la personalidad política de Papandreou pero también a algunos de los miembros destacados de su gabinete gubernamental.

Papandreou es acusado por Koundouris de haber favorecido la intromisión del FMI en el marco europeo con motivo de la planificación del rescate financiero para Grecia y, sobre todo, de haber tomado medidas de extrema austeridad que causaron la recesión de la economía griega y el empobrecimiento de amplias capas de la sociedad. Estos son los diez mandamientos de este otro Moisés consagrado por el FMI:

Ejemplo 45. Koundouris, *Elefceros Typos*, 03/10/2011



FMI (ΔΝΤ)

NO ENCONTRARÁS TRABAJO

NO TE JUBILARÁS

NO VIVIRÁS

NO TENDRÁS ESPERANZA

NO IRÁS DE COMPRAS

NO ESTUDIARÁS

NO TE PONDRÁS ENFERMO

NO COBRARÁS

Dermentzoglou también acusa a Papandreou por su política económica y social y destaca la insostenibilidad de su proyecto político que culminó con su dimisión tras ser rechazada la celebración del referéndum que propuso por parte de las autoridades políticas europeas.

Con motivo de la inestabilidad política tras la dimisión de Papandreou y ante la propuesta de la formación de un gobierno de unidad nacional, Dermentoglou crítica a la clase política griega de ser incapaz de llegar a un acuerdo a pesar de la situación de emergencia del país.

Según su punto de vista, la formación de un gobierno de “unidad nacional” es absolutamente necesaria y la falta de consenso indica que las ambiciones políticas se anteponen al bien común. Sin embargo, Dermentoglou evita mencionar los objetivos y el programa político que iba a tener este nuevo gobierno de “unidad nacional”.

Syriza y su presidente, Alexis Tsipras, es otro objetivo importante de las viñetas de Dermentoglou, sobre todo, durante la campaña electoral para los comicios generales de mayo y junio de 2012. El autor reproduce el tópico, repetido hasta la saciedad por la mayor parte de los medios griegos en aquel periodo, de que la elección de Syriza equivale a la salida del país de la zona euro y la quiebra económica.

Finalmente, Dermentoglou se abstiene de hacer comentarios políticos sobre el partido conservador de la ND ni sobre su líder, Antonis Samaras que, recordamos, es la afiliación política del medio con el que colabora.

b. La crítica a las autoridades políticas de la UE y la Troika

La hegemonía alemana en Europa y la imposición de los dictados de la Troika de prestamistas internacionales en la política nacional griega son otros objetivos de su argumentación crítica.

Alemania es casi siempre representada por la canciller alemana, Ángela Merkel que constituye el principal objetivo de estas viñetas y a la que considera responsable por la catástrofe europea. En efecto, Merkel aparece sentada encima de las ruinas de los países periféricos de Europa, visita las tumbas de estos países en el cementerio de la eurozona o es la representante de una nueva Inquisición que condena a los PIGS a morir quemados en la hoguera. No se abstiene de comparar la hegemonía alemana con el III Reich, que esta vez no es un ejército de ocupación militar sino económica.

La Troika es uno de los objetivos más recurrentes del humorismo gráfico de Dermentoglou. La argumentación básica gira en torno a la idea de la imposición autoritaria e injustificada de sus decisiones políticas y económicas al pueblo griego. Los políticos griegos como Lucas Papademos intentan señalar direcciones más razonables para la resolución de la crisis pero no son escuchados.

Grecia es el conejillo de Indias para el experimento de las políticas económicas y sociales de la Troika y la principal víctima de estas:

Ejemplo 46. Dermentoglou, *Elefceros Typos*, 10/01/2012



- Así por curiosidad... Si los griegos somos los conejillos de indias, ¿qué esperáis comprobar de **este** experimento?

VI. *Kathimerini*

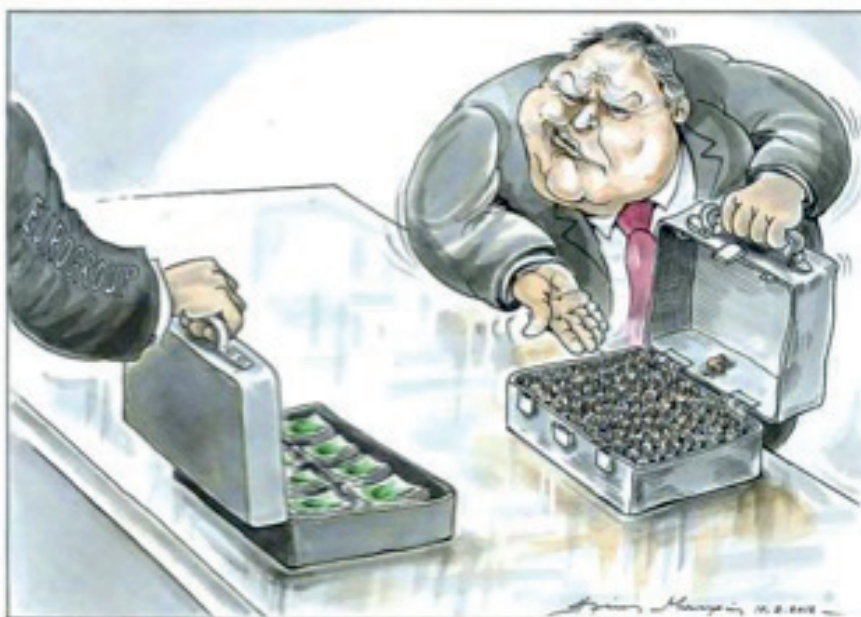
Ilias Makris y Andreas Petoulakis son los dos humoristas gráficos de *Kathimerini* y su obra cubre todo el periodo estudiado. Las temáticas presentadas son semejantes que en *Eleftheros Typos* con la diferencia de que la Troika no constituye un objetivo de la crítica.

a. La crítica al gobierno griego y a la clase política nacional

Ilias Makris centraliza su crítica en Yorgos Papandreou, quien bajo la presión de los mercados financieros y de las autoridades políticas de la UE ha sometido al pueblo griego a un verdadero tormento que pone a prueba los límites de su resistencia. Observa, además, claramente que el rescate que Papandreou ha acordado con los prestamistas internacionales no está dirigido al pueblo griego sino a satisfacer a los intereses propios de los prestamistas. Critica su decisión para celebrar el referéndum en la coyuntura en la que lo hizo y le considera responsable por el desastre de la economía y la sociedad griega.

Evangelos Venizelos, ministro de Finanzas durante el gobierno de Yorgos Papandreou y también durante el gobierno de Lucas Papademos es acusado de ser uno de los artífices de la política económica que fue planificada en total colaboración con los prestamistas internacionales en detrimento de la sociedad griega:

Ejemplo 47. Ilias Makris, *Kathimerini*, 12/02/2012



Makris critica el cinismo de Venizelos y la absoluta falta de escrúpulos de este político a la hora de sacrificar al pueblo griego a fin de satisfacer las exigencias de las altas esferas del poder económico y político europeo y sus propias ambiciones políticas.

Las flechas críticas de Makris van dirigidas a toda la clase política griega, a la que considera no estar a la altura de las circunstancias y hundida en el círculo vicioso de una larga y estéril controversia; una clase política distante y aislada de las verdaderas necesidades y problemas del pueblo griego.

Andreas Petroulakis, por su parte, ridiculiza la figura de Papandreou al que presenta como autor de discursos absurdos e inconsistentes, critica a Venizelos pero a nivel de su personalidad egocéntrica y no de sus decisiones políticas y presenta a Papademos como a un político serio y organizado y una figura política positiva para el futuro de Grecia.

La presuposición básica de la argumentación de Petroulakis es que el país debe tomar una la dirección clara y unívoca: debe seguir el camino de las políticas de austeridad y ajustes fiscales que indica la hegemonía europea dado que, según su punto de vista, no hay otra alternativa viable que no sea la de la quiebra económica. Es decir, Petroulakis reproduce el argumento básico de los partidos políticos en el poder durante el periodo que nos ocupa:

Ejemplo 48. Petroulakis, *Kathimerini*, 09/02/2012



- ¡No hay otra opción! ¡O firmáis los despidos y la reducción de los salarios y las pensiones o firmáis la quiebra del país!
- *Ya os lo decía yo que Petsalnikos era mejor*²⁰.

En el humorismo gráfico de Petroulakis no tienen visibilidad alguna las consecuencias de las políticas de austeridad y recortes que imponen las autoridades políticas griegas y europeas a la sociedad griega ni las condiciones bajo las que vive esta sociedad.

b. La crítica a las autoridades políticas de la UE

La actitud sumisa de los políticos griegos ante los dictados de la hegemonía europea es vista por parte de Petroulakis dentro del marco anteriormente descrito de la falta de posible alternativa. Así que las viñetas con esta temática tienen una finalidad más descriptiva que crítica a la vez que atenúan y aligeran la importancia de este asunto.

Ilias Makris destaca la imposición de la hegemonía alemana en Europa y la compara con la invasión nazi durante la IIGM (Ejemplo11). En este marco satiriza la toma de decisiones por parte de las instituciones europeas sin la participación democrática de Grecia y de los demás países de la UE, la deriva conservadora de la UE y la insisten-

²⁰Filipos Petsalnikos fue también propuesto para la presidencia del gobierno de unidad nacional pero su candidatura fue rechazada unánimamente.

cia en políticas económicas que destruyen la economía y la sociedad griega.

VII. *Ta Nea*

Kostas Mitropoulos, Dimitris Jantzopoulos y Evi Xenou son los humoristas gráficos de este periódico.

La obra de Evi Xenou es un caso aparte, pues sus viñetas tienen más bien fines ilustrativos que críticos y no constituyen un comentario político de la actualidad. Se trata de representaciones pictóricas de personalidades políticas destacadas que carecen de argumento y de objetivo humorístico. Su función principal es aligerar con imágenes graciosas la lectura del periódico y hacerlo más atractivo a nivel de imagen. Y esta es la razón por la que no incluimos las viñetas de esta autora en las temáticas desarrolladas sobre la política y los demás macrotemas de la muestra.

Veamos un ejemplo en el que Papandreou está en el timón de una barca, metáfora visual que posiblemente aluda al oficio político que ocupa al ser el presidente del gobierno del país:

Ejemplo 49. Evi Xenou, *Ta Nea*, 05/05/2011



Las temáticas desarrolladas en el marco de este periódico son las siguientes:

a. La crítica a la oposición política griega

Mitropoulos centraliza su crítica política en la negación de los partidos políticos de la oposición, tanto durante el gobierno de Papandreou como durante el gobierno de Papademos, a consensuar y aceptar las condiciones de los planes de ajuste y austeridad exigidos por parte de los prestamistas internacionales a cambio del rescate financiero. En cambio, presenta a Papandreou y a Papademos como defensores del bien de la patria que enfrentan serias dificultades en aplicar su programa y llevar a cabo las reformas necesarias que, según su punto de vista, harán que el país salga del la-

berinto de la crisis de deuda y resolverán los problemas de la economía y la sociedad griega.

Mitropoulos coincide con Jantzopoulos en su dura crítica hacia los partidos de la Izquierda y, sobre todo, hacia Syriza que es considerado un peligro para la orientación europeísta del país y su permanencia en la zona euro. En efecto, el argumento principal que utiliza contra Syriza es que su hegemonía política equivale al aislamiento de Grecia del contexto de la eurozona y al desastre económico.

Syriza y el Partido Comunista Griego son también acusados de perturbar la paz social puesto que llaman a la clase trabajadora y, en general, al pueblo a la desobediencia y fomentan los movimientos de protesta contra la política establecida. Para estos autores, la Izquierda (arbitrariamente calificada de extrema izquierda puesto que no se autodefine como tal) funciona como un factor de desestabilidad política y social y no dista de la extrema derecha en cuanto a sus prácticas políticas y su retórica:

Ejemplo 50. Mitropoulos, *Ta Nea*, 31/03/2012



Lucha contra los memorándums

Extrema derecha: - No al euro, sí al dracma

Extrema izquierda: - Al rublo, al rublo

La crítica al serio peligro que constituye la Izquierda va en aumento en el periodo previo a las elecciones generales de mayo y junio de 2012. Entre la gama de los argumentos utilizados figura también la identificación de la izquierda griega con el antiguo bloque soviético y la amenaza que constituye para el progreso del país.

Jantzopoulos desde el anuncio de la fecha de los comicios generales dedica parte de su obra a argumentar en contra de la convocatoria de estos comicios que considera inútiles y catastróficos, pues, sólo van a traer más problemas al país. Según su modo

de ver, sería mejor que Papademos siguiera en el gobierno aunque, recordemos, nunca fue elegido a través de las urnas:

Ejemplo 51. Jantzopoulos, *Ta Nea*, 31/03/2012



-¿Me podría explicar qué sentido tienen estas elecciones?

-Ninguno

-Entonces... ¿porqué se celebran?

-Supongo... ¡que es una manera elegante para que se hundan también las urnas!

En Jantzopoulos volvemos a encontrar el silogismo de Puebla según el cual la política es cuestión de buena o mala gestión y el gobierno de un tecnócrata y ex banquero como Papademos puede traer mejores resultados para el país que un partido político elegido a través de comicios generales.

b. Causas y consecuencias de la crisis político-económica del país

Entre las unidades de humorismo gráfico de Mitropoulos hay algunas en las que se destaca el asunto de las consecuencias que han tenido las políticas de austeridad impuestas por el gobierno y la Troika para ciertos segmentos de la población como, por ejemplo, los jubilados o las familias de bajos ingresos.

Sin embargo, la argumentación básica sobre las políticas ejercidas tras el estallido de la crisis de deuda y los planes de rescate acordados giran en torno a dos conceptos básicos: la visión de la crisis como un desastre natural y la indicación de la falta de alternativas para enfrentarla que conduce a la aceptación de la necesidad de seguir la dirección del ajuste fiscal y de las políticas de austeridad dictadas por la UE.

Mitropoulos equipara las consecuencias sociales de la crisis con fenómenos naturales desastrosos al incluirlo todo en un mismo nivel semántico que es la descripción de adversidades excepcionales. Así, en repetidas ocasiones presenta listas de largas enumeraciones de los problemas a los que se enfrenta el país en las que se mezclan las consecuencias de la política de austeridad y recortes, como la reducción de sueldos y salarios, el aumento del IVA, el paro, etc., con fenómenos naturales desastrosos como las olas de calor, las inundaciones, las picaduras de insectos venenosos, etc.,

La lista de los males que sufren los griegos es completada con fenómenos sociales considerados igualmente negativos como las huelgas, las protestas y las ocupaciones de edificios públicos.

El otro eje de los comentarios políticos de este autor es significativamente repetitivo. Mitsos (diminutivo popular de Dimitris), su principal protagonista y personaje que simboliza al pueblo griego, se encuentra entre la espada y la pared y tiene que elegir entre la quiebra económica y la vuelta al dracma o la aceptación de las políticas y las medidas impuestas. Quizá, el ejemplo más característico de las viñetas que reproducen el ideologema de la falta de alternativas es la carretera de un sólo sentido que tiene que tomar Grecia si no quiere estrellarse contra las potencias europeas:

Ejemplo 52. Mitropoulos, *Ta Nea*, 10/12/2011



Disciplina fiscal
UE (EE)

–¿Hacia dónde vamos Mitsos? No es una carretera de doble sentido. Es de un sólo sentido.

a. Grecia y la UE

Jantzopoulos comenta el frágil equilibrio de la zona euro y la dificultad de los líderes europeos para actuar decisivamente a fin de resolver la crisis de deuda que se profundiza y extiende cada vez más. En cuanto a las relaciones entre los políticos griegos y los europeos describe la condición de subordinación y dependencia de los primeros a la vez que responsabiliza ciertas figuras de la hegemonía alemana como al ministro de Finanzas alemán, Wolfgang Schäuble, por los serios problemas que enfrenta Grecia:



Mitropoulos, por su parte, sigue en la línea de la defensa del programa político y económico diseñado por las autoridades europeas para Grecia de modo que la víctima de sus viñetas no es la Troika, ni Ángela Merkel sino el pueblo griego que no da su brazo a torcer y se muestra reacio a colaborar.

Es más, Mitropoulos justifica el intervencionismo y la imposición de las autoridades europeas a costa de la soberanía popular y nacional griega con el argumento de la necesidad de un factor exterior que imponga la disciplina fiscal y el control de los derroches y demás patologías de la economía y la sociedad griegas. Este acercamiento está en estrecha relación con la culpabilidad del pueblo griego como tendremos ocasión de analizar en el marcotema de la sociedad y su papel en la crisis.

En otras ocasiones Mitropoulos critica el empeoramiento de las condiciones laborales, el empobrecimiento de la población y la recesión económica y señala la responsabilidad de la Troika ante estos problemas.

VIII. *Elefcerotypia*

Dos son los humoristas gráficos de *Elefcerotypia*, Stathis y Kalaitzis, quienes publican diariamente hasta el cierre del periódico. La temática principal que se desarrolla en relación al tema de la política es la siguiente:

a. La crítica al poder político griego y europeo.

Kalaitzis critica con sarcasmo el supuesto rescate financiero y argumenta que éste no está destinado para ayudar a los griegos sino a los intereses de los prestamistas y de las oligarquías económicas dentro y fuera del país.

Su crítica al presidente del gobierno, Yorgos Papandreou y al ministro de Finanzas, Evangelos Venizelos, es feroz al presentarlos como colaboracionistas con el nuevo ejército de ocupación nazi, aunque esta vez la ocupación es económica y en las fuerzas del eje participa el FMI. En efecto, este nuevo ejército de ocupación económica es liderado por las autoridades políticas alemanas y la Troika de prestamistas internacionales (CE, BCE y FMI).

En este marco, Kalaitzis acusa al gobierno de Papandreou de traición nacional y lo equipara con las Fuerzas del Orden²¹, símil de fuertes connotaciones para la memoria histórica de los lectores griegos que subraya su culpabilidad por sucumbir ante el poder enemigo. En términos literales, Kalaitzis subraya la responsabilidad del gobierno griego por haber adoptado un plan político, económico y social que masacra al pueblo griego y ataca los fundamentos del estado social y democrático.

El gobierno, la Troika y la Banca son los objetivos predilectos de Kalaitzis. Los presenta unidos y unánimes en su labor de imponer las medidas previstas en los memorandos y de abolir los derechos laborales, sociales, y en último término, humanos de los griegos:

Ejemplo 54. Kalaitzis, *Elefcerotypia*, 18/06/2011



TROIKA

MEMORANDO
Las santas BANCAS

Troika: - Jurad

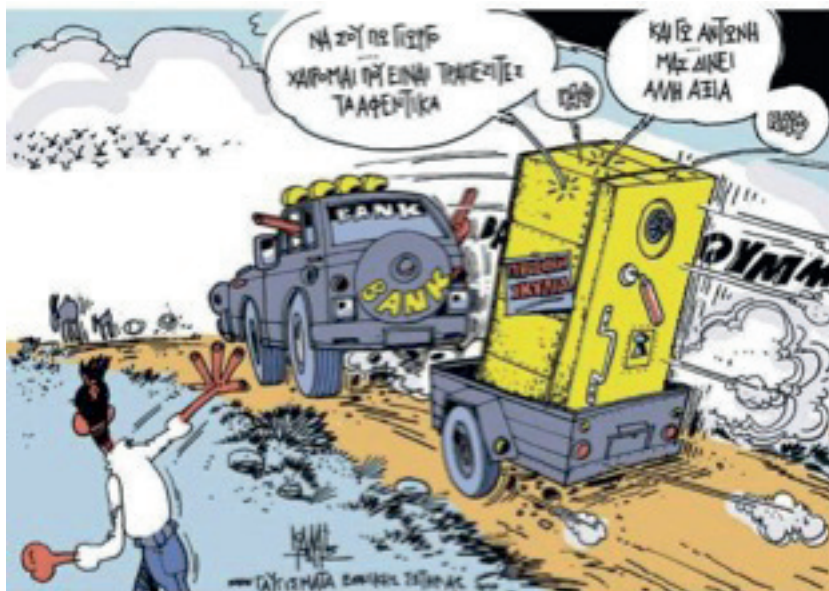
Gobierno: -Juramos

Kalaitzis denuncia la violación de las normas democráticas en el proceso de nombramiento de Lucas Papademos como presidente del gobierno del país y, por este motivo, sostiene que este gobierno de unidad nacional no goza de legitimidad democrática alguna.

La falta de legitimidad democrática es denotada a través del juego de palabras *Papadimocratía*, es decir, un estado que no se rige de las normas democráticas sino de las normas neoliberales de economía financiarizada (Ejemplo 25). En este estado antidemocrático los políticos son presentados como los perros de caza de los banqueros y su principal labor consiste en atacar a las presas que persiguen sus jefes:

²¹Las Fuerzas del Orden eran grupos paramilitares fundados durante la ocupación nazi a fin de apoyar a las fuerzas del eje fascista y luchar contra la guerrilla griega del Frente de Liberación Nacional, núcleo de la resistencia del país y factor crucial para la derrota del ejército invasor.

Ejemplo 55. Kalaitzis, *Elefcerotypia*, 12/11/2011



Peligro perros

Ladridos de salvación nacional

- *Quiero decirte una cosa Yorgos... Me alegro de que nuestros jefes sean banqueros. Gaf..*
- *Y yo también Antonis... Es que nos da otro valor Guf..*

En resumen, el principal argumento de Kalaitzis es que la política ejercida por la Troika y los gobiernos griegos que colaboran con ella es una política que defiende los intereses de la Banca y de la oligarquía económica nacional e internacional y va contra los valores democráticos, los principios del estado del bienestar y los intereses populares.

Stathis también critica al poder político griego por identificarse con los intereses de la Troika y la oligarquía, por obedecer a sus mandamientos y por adoptar la postura del fiel servidor a los grandes intereses económicos nacionales e internacionales.

Expresa su indignación ante figuras políticas como Papandreou y, sobre todo, Venizelos, que es su objetivo en repetidas ocasiones, y los representa como ejemplos de degradación política y moral, verdaderas marionetas que han perdido toda dignidad política y humana. Venizelos aparece en sus dibujos como una figura siempre encorvada que tiene tres manos, una está siempre en alza haciendo el saludo nazi ante la Troika o las autoridades políticas alemanas.

La invasión nazi y el ejército del III Reich es el símil utilizado para referirse a las autoridades políticas alemanas. La metáfora de la guerra económica tiene destacada presencia en las viñetas de Stathis que recurre al uso de imágenes de la II GM y de juegos de palabras relativos para referirse a la nueva invasión del país. Así, los prestamistas para esta guerra utilizan "intereses blindados" en vez de vehículos blindados que se utilizarían en una guerra militar.

La UE se ha convertido en un paisaje dantesco en el que Grecia intenta sobrevivir de los peligros que acechan por dondequiera. La UE es un manicomio en cuyas celdas Grecia está encerrada y utilizada como conejillo de indias para los experimentos de su

autoritaria e inhumana dirección. La única crisis que no sufre Europa bajo el mando alemán es la que debería sufrir, es decir, la crisis de conciencia:

Ejemplo 56. Stathis, *Elefcerotypia*, 11/10/11



- ¡Crisis en todo! Crisis de deuda, crisis Bancaria, crisis política, crisis de salarios, crisis del sistema de Seguridad Social, crisis de confianza...
- *Sólo una crisis no hay: la crisis de conciencia...*

Stathis resalta las consecuencias de las políticas ejercidas en la ciudadanía griega y la pérdida de los derechos laborales y sociales. Equipara los presupuestos estatales con los sacrificios humanos que pedían los dioses de religiones antiguas y presenta al trabajador griego como presa del monstruo de la Troika-Cerberero que destroza sus carnes:

Ejemplo 57. Stathis, *Elefcerotypia*, 20/12/2011



TROIKA

- *Para no quitarte dos salarios te he quitado tres*
- *¿Pero creéis que soy jilipollas?*
- *¡De bajo coste...!*

Stathis comparte las mismas víctimas y sus argumentos tienen la misma orientación política que Kalaitzis, su colega en *Elefcerotypia*.

PUBLICACIONES SEMANALES

IX. *To Pontiki*

En este periódico satírico de publicación semanal se utilizan diferentes lenguajes de humor político como el fotomontaje y la introducción de bocadillos en fotografías de políticos, que no son incluidos en el objeto de estudio de esta investigación. Así que, de todo el material satírico del periódico hemos elegido exclusivamente las viñetas políticas cuya autoría corre a cargo de tres autores: Panos Zajaris, Soloup y Tsiolakis.

Las temáticas desarrolladas son las siguientes:

a. La crítica al poder político griego. El déficit democrático.

La degradación del sistema de la democracia representativa en el contexto de la crisis económica es un asunto que ocupa la atención de los tres autores del humorismo gráfico en este periódico. Se concentran, principalmente, en el traspaso de poder al gobierno de Papademos sin la celebración de comicios generales.

En este marco Soloup deconstuye el argumento defendido por el discurso político y mediático dominante tras la dimisión de Papandreou según el cual la convocatoria de elecciones sería un desastre para Grecia. El silogismo base fue que en condiciones tan urgentes y críticas para la economía y la sociedad griegas es mejor optar por un gobierno de colaboración entre fuerzas políticas favorables al memorando que recurrir a la voluntad popular.

Según Soloup, en un país destruido en el que la Troika usurpa todos los bienes públicos es cómico y paradójico defender que las elecciones significarían un desastre:

Ejemplo 58. Soloup, *To Pontiki*, 14/11/2011



En los sombreros de los "ladrones": UE (EE), FMI (ΔΝΤ) y BCE (ΕΚΤ)

- Pero, ¿para qué sirve un gobierno de colaboración?
- Las elecciones serían un desastre para el país.

Soloup, Zajaris y Tsiolakis al expresar sus comentarios sobre el gobierno de Papademos insisten en la violación de las normas democráticas y en los esfuerzos del poder político para acallar la voz popular.

Los autores de *To Pontiki* coinciden, además, en su crítica al poder político griego al acusarlo de colaborar con el poder político y económico europeo en la defensa de los intereses de la oligarquía nacional e internacional. Colaboración que no deja de ser desigual y desproporcionada, pues, más que aliados los políticos griegos se presentan como marionetas y sirvientes del poder político-económico europeo e internacional.

Papandreou se encarga de vender barato las infraestructuras y los recursos nacionales, Venizelos sacrifica sin escrúpulos al pueblo griego para favorecer a los dioses de los mercados y Papademos, ex banquero, no puede sino converger con sus colegas y defender sus propios derechos y no los del pueblo griego. Soloup en la siguiente viñeta presenta como Papademos en vez de sentarse en el bando de Grecia en las negociaciones sobre el plan económico del país se sienta en el bando de sus ex-colegas:

Ejemplo 59. Soloup, *To Pontiki*, 08/12/2011



NEGOCIACIONES

GRECIA

(En los sombreros) LOS BANCOS, LOS MERCADOS, BCE.

- ¡Oh, perdón! Es la fuerza de la costumbre.

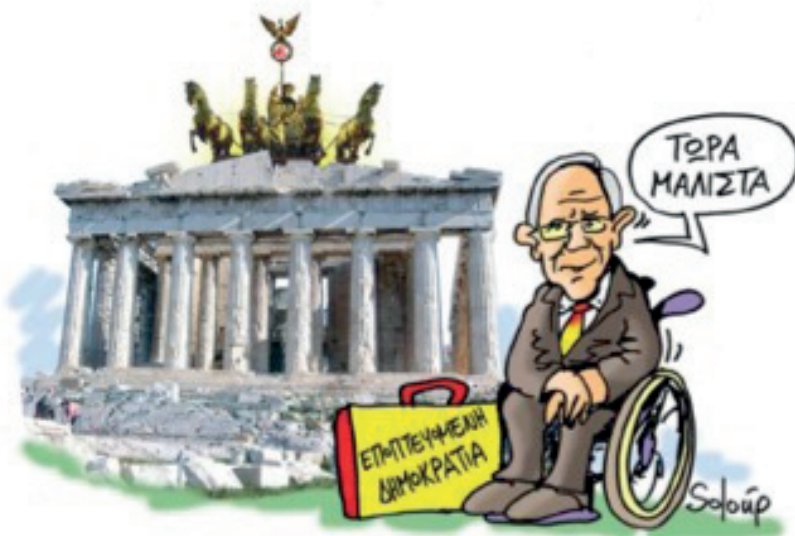
Otro núcleo argumentativo de la crítica de Soloup, Zajaris y Tsiolakis a la política ejercida por los gobiernos griegos y la Troika es el de dar visibilidad a las consecuencias nefastas que esta política ha tenido para el pueblo griego. Así, el mercado laboral es un desierto que al intentar atravesarlo estás condenado a morir de sed, los derechos laborales constituyen una memoria histórica y los suicidios, en vertiginoso aumento desde el estallido de la crisis en Grecia, no son suicidios sino asesinatos masivos.

b. La crítica al poder político europeo y la Troika

Según los autores de este periódico, la Troika impulsa al pueblo griego a un nuevo tipo de esclavitud social y ha convertido a Grecia en una nueva colonia económica en la que rigen los principios del neoliberalismo más salvaje. La Troika realiza un verdadero saqueo de la riqueza del país y es el principal actor en el drama de la abolición de los derechos democráticos, laborales y sociales de la población. Por supuesto, en total colaboración con el poder político griego como indicamos en el apartado anterior.

El rescate financiero es un eufemismo exagerado que se utiliza para ocultar el verdadero propósito de los prestamistas internacionales que es defender los intereses de la Banca y de las élites económicas. Europa es un tren sin frenos que lleva a bordo a los pueblos europeos y los conduce directa e inequívocamente al precipicio. Merkel y Schäuble son los artífices de esta *alemanización* de Grecia y de Europa y en su empeño por imponer la nueva orden política y económica neoliberal no respetan ni el derecho de los pueblos a autodeterminarse y ni mucho menos la soberanía nacional y popular:

Ejemplo 60. Soloup, *To Pontiki*, 28/02/2012



DEMOCRACIA INTERVENIDA

- ¡Ahora sí!

x. ***El Jueves***

La lista de colaboradores de humorismo gráfico en *El Jueves* es larga y variante. Además, la obra de los autores no siempre aparece firmada sino que puede verse incluida en la editorial de modo que no es posible un acercamiento que distinga el perfil de los distintos autores.

Por esta razón, estudiaremos las temáticas desarrolladas en el macrotema de la política tal y como es presentado en esta publicación en su conjunto sin detenernos en las ópticas de los distintos autores.

Dos son las temáticas desarrolladas en esta revista:

a. La crítica al poder político español y europeo

J.L. Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy son los indiscutibles protagonistas y los principales objetivos del humorismo gráfico político de *El Jueves*. Sin embargo, el ministro de Finanzas, Luis de Guindos, y la vicepresidenta del gobierno de Rajoy, Susana Sáenz de Santamaría, también consiguen concentrar las flechas críticas de los autores.

La crítica se centraliza en los inaceptables privilegios de los que goza la clase política en España (y que contrastan espectacularmente con el continuo menoscabo de los derechos de los ciudadanos) y en la nula credibilidad de su discurso hipócrita y conscientemente engañoso. También se critica la inutilidad y la incompetencia de los políticos españoles en el poder y, sobre todo, la impunidad de la que gozan a pesar de haber provocado estragos en la economía y la sociedad españolas.

Prevalece la figura de Rajoy que es acusado de defender los intereses de la Banca a costa del bien público, de haber ejercido una política de anulación de los derechos laborales a favor de las élites económicas que culminó con la reforma laboral y, finalmente, de ejercer una política de recortes contra los servicios públicos que ha supuesto un ataque frontal contra el estado de bienestar y los valores sociales fundamentales de un estado democrático.

En cuanto a las relaciones entre el poder político español y la hegemonía alemana en Europa se sostiene que esta es una relación de subordinación dado que el presidente del gobierno no hace más que obedecer a las órdenes y los mandamientos de sus superiores:

Ejemplo 61. *El Jueves*, número 1830

Del 20 al 26 de junio del 2012



También se crítica la política que ejerce la cúpula del poder europeo representada, sobre todo, por Merkel y Sarkozy y se opina que la dirección tomada es inviable y desastrosa. Dentro de este marco, se resaltan las deficiencias de una unión política y

monetaria desequilibrada y basada en la desigualdad entre sus miembros y en la explotación de los países débiles a favor de los poderosos. Grecia y la política ejercida en este país es un ejemplo de la inoperatividad del proyecto europeo.

b. Las consecuencias sociales de la política ejercida

Los humoristas gráficos de *El Jueves* prestan especial atención en las consecuencias que ha tenido para la sociedad española la política que han decidido, diseñado y ejercido sus “víctimas” predilectas del apartado anterior.

El paro, los desahucios, los hospitales públicos que se enfrentan a serias dificultades para atender a los pacientes, son algunos de los problemas de los ciudadanos abatidos por la desesperanza como este jubilado que piensa que la mejor opción posible es suicidarse:

Ejemplo 62. *El Jueves*, número 1805

Del 28 de diciembre del 2011 al 3 de enero del 2012



La emigración de españoles con alta formación profesional al extranjero y la degradación de la educación pública son problemas sociales que se mencionan también en esta temática.

5.4.3.2. *El poder económico. La banca y el sistema financiero*

PUBLICACIONES DIARIAS

I. **Público**

La crítica ejercida desde este periódico al poder económico establecido y sus instituciones dominantes, es decir, la Banca, los mercados financieros, la Bolsa y las agen-

cias de rating es contundente y dinámica tanto cualitativa como cuantitativamente. Esto significa que la temática de la crítica al poder económico ocupa una parte considerable de la muestra y que las aportaciones de los autores cubren todos los aspectos importantes del tema. Veámosla por partes:

a. Crítica a la Banca

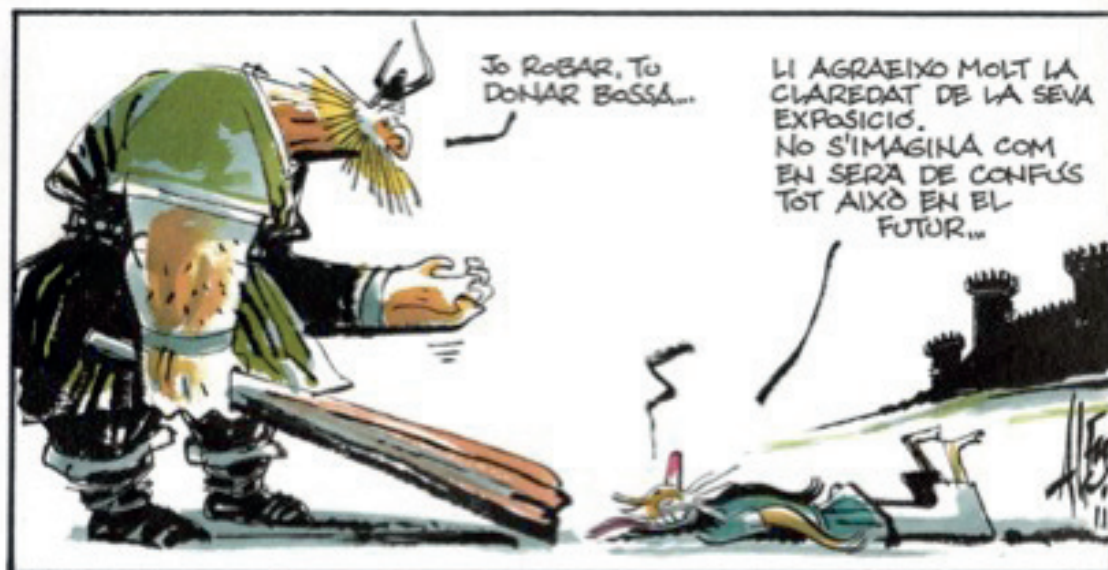
La Banca es considerada la causa principal de la crisis económica tanto en España como en el resto de Europa y a nivel internacional al haber adaptado una política financiera basada en la especulación y la mala gestión del riesgo crediticio que condujo a la quiebra del sistema financiero con inmediatas repercusiones en los estados nacionales. Los gobiernos no sólo no obligaron a la Banca a asumir sus responsabilidades y establecer un marco legal para que no se repitieran las malas prácticas especulativas sino que permitieron a la Banca, a través de mecanismos opacos y complejos, sobrevivir a costa de los contribuyentes y del dinero público. Justamente a este aspecto de la crisis financiera hace referencia la siguiente viñeta de Vergara:

Ejemplo 63. Vergara, *Público*, 04/12/2011



Los autores de *Público* critican ferozmente los abusos del poder bancario a costa de la ciudadanía como también las prácticas mafiosas y deshonestas que este poder utiliza para imponer sus intereses a los ciudadanos y los estados. Medina, Fontdevila, Vergara y Alfons López acusan a la Banca de haber saqueado sin escrúpulos los recursos económicos públicos, y de haber cometido el delito penal del robo. El problema, como comentábamos antes, es que para este robo se utilizan técnicas confusas, complejas y opacas que no permiten que las víctimas identifiquen claramente al ladrón. Veamos al respecto la siguiente viñeta emblemática de López:

Ejemplo 64. López, *Público*, 21/06/2011



-Yo robar, tú dar bolsa.

-Le agradezco mucho la claridad de su exposición. No se imagina lo confuso que será esto en el futuro

Finalmente, vale la pena mencionar que en *Público* el ataque crítico a la Banca señala como culpables a empresas bancarias concretas, como Goldman Sachs y a banqueros de nombre y apellido como Emilio Botín.

b. Crítica a los mercados financieros, la Bolsa y las agencias de rating

Los autores de *Público* critican la supuesta imparcialidad de las agencias de rating y llaman la atención en el conflicto de intereses que supone su intervención en los mercados financieros, pues resulta cuanto menos cuestionable que una empresa financiera pague a otra para que ésta la valore objetivamente.

Además, no se puede ignorar el papel que han tenido en la crisis de deuda europea al bajar las calificaciones crediticias de ciertos estados europeos y provocar el alza del coste de financiación de su deuda. Este mecanismo, como ya hemos mencionado, hizo que se pusieran en marcha los planes de rescate financieros a países como Grecia, Portugal, Irlanda y Chipre y mientras que en el caso de Italia, España y Francia empujó a las autoridades políticas y económicas hacia la aplicación de planes de ajuste fiscal y de recortes sociales.

Vergara explica en clave humorística el conflicto de intereses entre agencias de rating y Banca de inversión:

Ejemplo 65. Vergara, *Público*, 13/06/2011



Los mercados financieros son presentados como fuerzas opacas sin nombre y apellido que especulan sin límite a fin de satisfacer su sed insaciable de dinero y poder económico. Su actuación destruye el tejido social de los estados europeos y obliga a países y ciudadanos a doblegarse ante sus órdenes. Cuando más se engrandece su dominio, más se violan los derechos sociales y humanos de la ciudadanía:

Ejemplo 66. Medina, *Público*, 12/02/2012



La especulación es el arma principal de esta fuerza de destrucción social que muchas veces es representada a través de la metáfora de los animales salvajes como los tiburones y las aves de carroñero que merodean buscando su próxima víctima. Cualquier indicio de desobediencia por parte de pueblos o estados democráticos provoca una reacción a escala con bajadas de las calificaciones crediticias, fluctuaciones ilimitadas de la Bolsa e inquietud en el mundo político.

Desde la óptica de los autores de *Público*, los mercados financieros son los verdaderos enemigos de las sociedades, de las democracias europeas, del estado de bienestar y de los derechos laborales y humanos. La Banca, la Bolsa y las demás instituciones financieras son las municiones de un ejército que lucha por imponer su hegemonía basada en la inmoralidad, la intolerancia, la codicia y la preponderancia del poderoso ante el débil. Es el lado oscuro de la cultura económica y social de la

civilización occidental metamoderna que debe ser erradicado para siempre a fin de avanzar a modelos sociales más justos e igualitarios.

II. *El País*

La crítica al poder económico es también presente y pujante en el humorismo gráfico de *El País* durante el periodo estudiado. En este caso, las unidades correspondientes se pueden incluir en tres temáticas principales:

a. La crítica a la Banca

La recapitalización de la Banca con dinero público es el eje de la crítica de estos autores que expresan la indignación que sienten ellos y los ciudadanos ante “esta clase de financieros que hay que financiarlos” como comenta El Roto. Esta decisión, eminentemente política, fue completamente errónea, pues en vez de solucionar la crisis financiera ha hecho que ésta se recicle y reproduzca en las economías de los estados nacionales. Se creó así un círculo vicioso cuyas consecuencias tuvieron que pagarlas los ciudadanos aunque ellos no fueron los responsables del desastre:

Ejemplo 67. El Roto, *El País*, 21/06/2011



Se resaltan las prácticas mafiosas del sector bancario, se acusa a los banqueros de ladrones y se hace hincapié en la impotencia de los pueblos a reaccionar ante este nuevo imperio mundial que no goza de legitimidad democrática alguna y, sin embargo, ha dejado su impronta en todos los niveles de la vida social y económica.

b. Los mercados financieros y los economistas

Los mercados financieros son presentados como una fuerza que ocupa las altas esferas del poder económico y que, fuera de todo control social o político, decide sobre la suerte de los estados y las sociedades. El Roto equipara a los mercados financieros con los dioses de una religión moderna que en vez de pedir sacrificios de vacas y ovejas como hacían los viejos dioses piden sacrificios humanos. Forges aporta su propia definición en la que destaca los graves resultados que tiene su hegemonía para los pueblos:

Ejemplo 68. Forges, *El País*, 18/09/2011



El aspecto de las consecuencias que paga la ciudadanía por la imposición de los mercados financieros en la vida económica de los países es destacado por todos los autores. El sistema financiero es parecido a un monstruo que al haberse librado de todo control político destruye todo lo que encuentra en su paso:

Ejemplo 69. El Roto, *El País*, 01/07/2011



Los altos cargos de las empresas bancarias y financieras y, en general, los economistas en cuyo pensamiento se ha basado la construcción de este sistema financiero y bancario constituyen también un objeto importante de crítica que se centra en dos aspectos principales: en sus beneficios extraordinarios y en su discurso ilógico y lejano a la vida real de los ciudadanos.

Estos altos cargos, supuestamente especializados en conocimientos económicos, con su aura de preponderancia y experticia incuestionable, cobran sueldos y pagas inmensas y han contribuido como nadie a la quiebra del sistema económico financiarizado que ellos mismos han creado. Se les acusa de ser unos de los verdaderos responsables de la situación económica insostenible que han sufrido y sufren los ciudadanos:

Ejemplo 70. Forges, *El País*, 19/07/2011

1. Gracias a papá obtengo el premio fin de carrera de Empresariales en una universidad pija...
2. ...por lo que me contrata tito Giulio de alto ejecutivo en Pastizara, S.A...
3. ...donde durante 3 años cumplo los objetivos encomendados, con un 145% de incremento sobre lo previsto...
4. Ante estos 'resultados fulgurantes' obtengo el prestigioso Winner Mucha Past, lo que me lleva a ser contratado por Oligopol, S.A...
5. ...donde repito los 'resultados espectaculares' de Pastizara, S.A, por lo que recibo una oferta de Forralia Bank imposible de rechazar...
6. ...en 2 años logro incrementar el activo del banco en el 307%.
7. Con 32 años y después de 7 de 'profesión', me retiro con una pensión de 2 millones de euros anuales.
8. Hoy, 5 años después de mis 'sensacionales actuaciones', Pastizara, Oligopol y Forralia Bank, en quiebra técnica, necesitan 2.450 millones de euros del Estado.



Finalmente, las lanzas críticas de los autores son dirigidas a las agencias de rating por su papel en el acoso sistemático de los países europeos y, en general, por su papel en la creación de este círculo vicioso que ha significado la crisis de deuda soberana para España y las demás naciones europeas.

c. La crítica al pensamiento económico dominante

El Roto a través de sus viñetas lanza una crítica sustancial a los conceptos base del pensamiento económico dominante que es presentado como un dogma o una fe irracional que traduce todos los recursos naturales y la existencia humana misma en términos de ganancias y posibles beneficios. Según este dogma, incluso el agua que fluye en los ríos sin ser aprovechado a nivel comercial y empresarial de modo que produzca ganancias es un derroche ilógico e incomprensible.

Este dogma profesa un culto en el santuario de las cifras y de sus propios y complejos sistemas numéricos en los que la vida humana es un detalle insignificante. A la afirmación de que detrás de los números hay personas, el sacerdote de la religión neoliberal grita: "¡Pues que se aparten!". Toda la capacidad mental del hombre, todas sus actividades y su fuerza vital tienen exclusivamente un objetivo, ganar dinero:

Ejemplo 71. El Roto, *El País*, 27/12/2011



La crítica de El Roto en este y otros casos similares supera, a nuestro parecer, el límite del comentario periodístico y obtiene un nivel de abstracción que equivale a la pura reflexión ética y filosófica. En efecto, esta crítica pone en duda el concepto mismo del progreso humano y cuestiona abiertamente los logros técnicos y tecnológicos que significan la prevalencia de la razón instrumental habermasiana en detrimento de la razón comunicativa y el ethos democrático. (ver apartado 3.2.2.)

III. *El Mundo*

La crítica al poder económico y la Banca en *El Mundo* se centra, sobre todo, en la actuación de los políticos españoles ante su colapso, es decir, en la decisión política de recapitalizar la Banca con dinero público que ya hemos comentado en el marcotema anterior.

Las unidades del humor gráfico que se incluyen en la presente temática son más bien minoritarias y desarrollan, aunque someramente, la siguiente temática:

a. Crítica a los mercados financieros y los altos cargos bancarios.

Los directivos y demás altos cargos de la Banca en España constituyen un objetivo constante de las flechas críticas de los autores de este periódico. Su dirección desastrosa y sus altas ganancias injustificables entran en el punto de mira de los comentarios críticos de los humoristas gráficos. Desde su óptica, quienes verdaderamente han robado a las Cajas de Ahorro en España son sus propios directores:



El agujero negro de la Banca española es una realidad para la que deben dar explicaciones tanto los políticos como los banqueros. Y el sufrimiento de la sociedad española por culpa de ambos hace que esta necesidad sea urgente e imperante.

También a nivel europeo se culpabiliza a los actores principales de la gestión de instituciones bancarias como el BCE por adoptar políticas en detrimento de las economías nacionales y por mostrarse insuficientes e incapaces de intervenir decisivamente para controlar y poner freno a la crisis de deuda en la zona euro.

Las agencias de rating están también presentes con comentarios irónicos sobre su presencia todopoderosa y su importancia al marcar las reglas del juego. Finalmente, se mencionan las espectaculares convulsiones bursátiles y sus repercusiones en la estabilidad económica a nivel nacional e internacional.

IV. **ABC**

Excepto Máximo, que dedica importante parte de su obra al tema del poder económico, la Banca y los mercados financieros, los demás autores de *ABC* tienen muy pocas aunque significativas aportaciones al respecto.

a. La Banca, los mercados y la ciencia económica

La palabra *bancos* aparece en una sola viñeta de Mingote en la que una pareja paseando comenta que sería mejor que el gobierno en vez de dar tanto dinero a los bancos lo diera a los ciudadanos para que ellos se encargaran de meterlo en los bancos. Cuestionamos seriamente si este enunciado podría ser clasificado como un comentario crítico hacia la Banca al aportar una afirmación que se puede considerar más bien una justificación a la política aplicada que no un argumento contrario a ella. Pues, según el autor, de todos modos el dinero acabaría en los bancos.

Semejante duda provoca la siguiente viñeta de Puebla en la que un señor pensativo hace el siguiente silogismo:

PUEBLA



Los mercados en un primer plano se nos presentan como una fuerza hostil porque la reacción espontánea es odiarlos. Sin embargo, el autor nos invita a superar esta reacción y reflexionar a fin de entender un mecanismo más profundo y difícil de ser captado desde el principio.

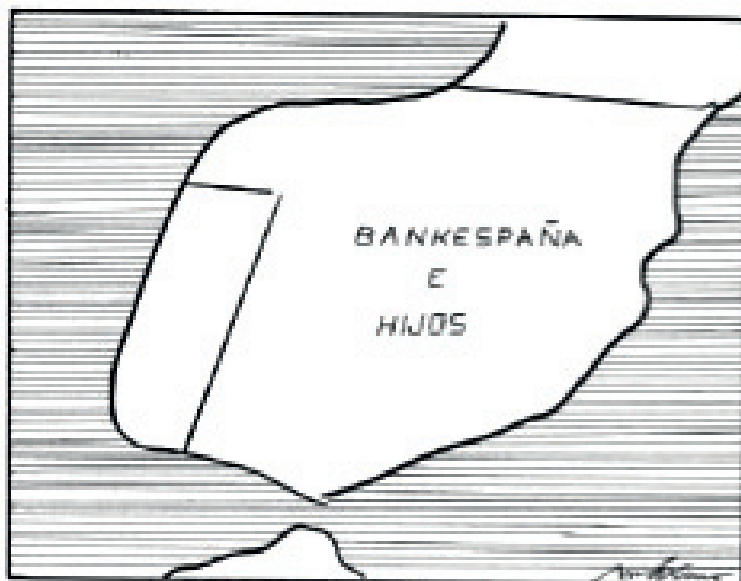
Inevitablemente, surge una serie de preguntas: ¿En qué consistiría nuestro ejercicio mental de comprensión de este fenómeno? ¿En justificar su razón de ser y su importancia? ¿En aceptar la normalidad de las reglas del juego del capitalismo financiarizado? No pretendemos dar una respuesta. Lo que sí queremos resaltar es que ciertamente el discurso del humorismo gráfico no es siempre de índole crítica.

Máximo, por su parte, ejerce crítica contra la ciencia económica y contra los economistas y destaca que aunque ésta debería ser una ciencia exacta y basada en principios lógicos, así como se aplica en la vida real parece un verdadero desbarajuste. “La economía es la única ciencia que toma el pelo a los científicos”, afirma, y presenta una serie de silogismos absurdos al referirse a conceptos básicos como la deuda, los intereses y las acciones bursátiles que refuerzan su argumentación sobre la ciencia económica contemporánea.

Según el autor, la irracionalidad que rige instituciones económicas como la Bolsa, la Banca y las grandes empresas, a veces, se asemeja al mundo de la profecía y se basa en intuiciones y previsiones injustificables. El sistema financiero parece haber perdido la senda lógica y funciona sin normas y principios racionales. Sin embargo, según el autor, si hubiera verdaderos expertos en economía, estos problemas podrían solucionarse y no habría crisis económica. Es decir, el problema fundamental consiste en un acercamiento científico erróneo por parte de los economistas.

Crítica a los banqueros por sus privilegios, los altos cargos que por sus emolumentos están a punto de “cargar el capitalismo” y a la Banca misma por haber dominado la vida económica y política de España:

Ejemplo 74. Máximo, ABC, 23/06/2012



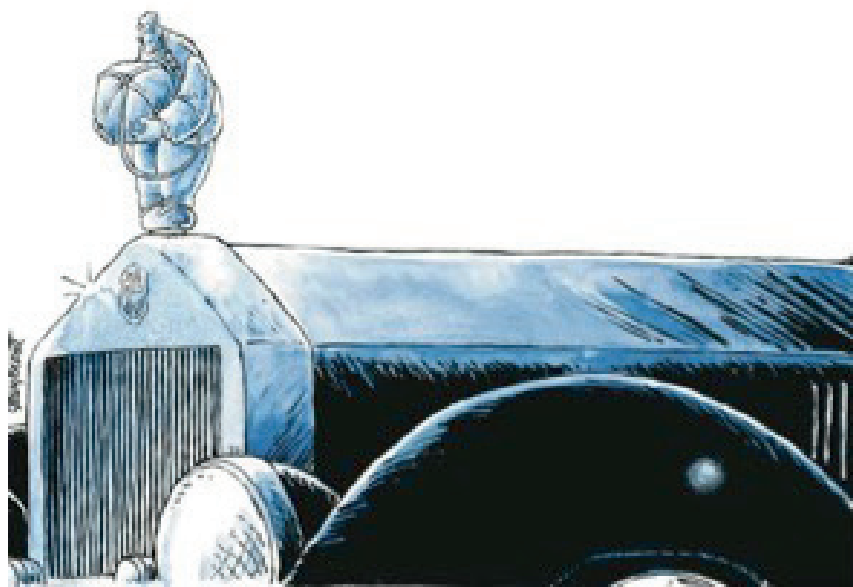
v. ***Elefceros Typos***

Las unidades del humor gráfico sobre el poder económico y la Banca en *Elefceros Typos* durante el periodo que nos ocupa son realmente escasas. En su conjunto pueden ser incluidas en la siguiente temática:

a. Crítica al poder económico y la Banca

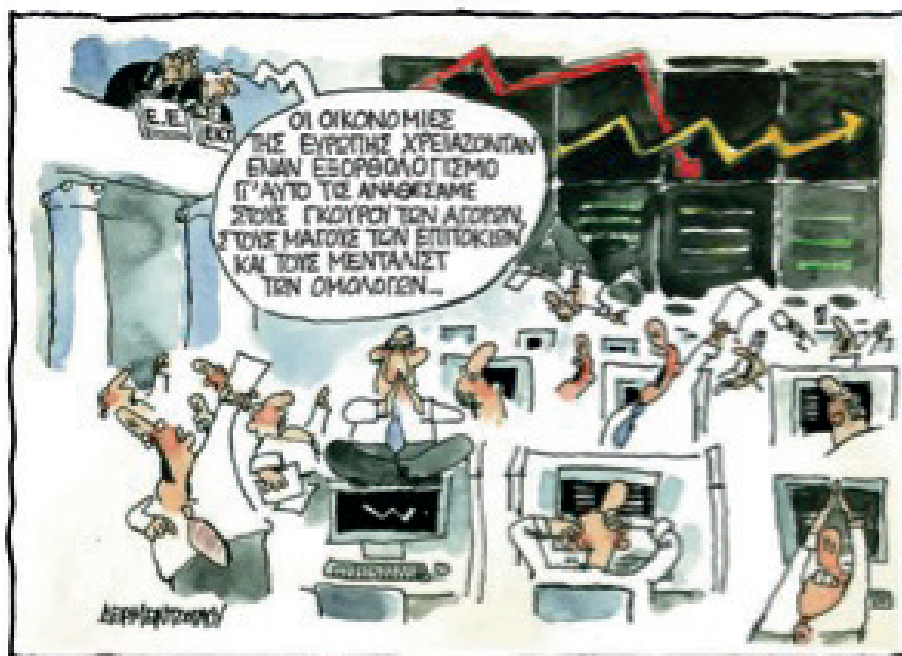
Koundouris lanza un ataque crítico al poder económico al destacar que su existencia y grandeza es fruto de la pobreza y la miseria de las mayorías. La oligarquía económica es alimentada por la extrema desigualdad social y el verdadero malestar de “los de abajo”:

Ejemplo 75. Koundouris, *Elefceros Typos*, 23/08/2011



Dermentzoglou critica el rescate bancario en España y destaca que la Banca gana bajo todas las condiciones, tanto en tiempos de auge económico como en tiempos de crisis. Además, comenta que tal y como ha sido trazada la política económica en la zona euro benefició única y exclusivamente a la Banca. Finalmente, satiriza la absoluta falta de racionalidad por parte de los agentes bursátiles y de los mercados financieros que, sin embargo, son los que toman las decisiones para las economías europeas:

Ejemplo 76. Dermentzoglou, *Eleftheros Typos*, 19/11/2011



EE (UE) EKT(BCE)

- *Las economías europeas necesitan racionalización por eso hemos decidido que se hagan cargo de ellas los gurús de los mercados, los magos de los intereses y los visionarios de los bonos.*

VI. *Kathimerini*

Las reducidas aportaciones de los humoristas gráficos en *Kathimerini* en este macrotema se desarrollan en la siguiente temática:

a. La crítica a los mercados financieros y la Banca

Andreas Petroulakis toca someramente este asunto al comentar en clave humorística el efecto grave que pueden tener las intervenciones de las agencias de rating en la economía mundial.

Ilias Makris subraya la responsabilidad de los mercados financieros en el hundimiento de la economía europea y mundial y comenta que en la crisis se favoreció la Banca en detrimento de la sociedad y la ciudadanía:

Ejemplo 77. Ilias Makris, *Kathimerini*, 12/06/2012



VII. *Ta Nea*

Los humoristas gráficos de este periódico tampoco centran su atención y sus comentarios en este tema. Aparecen, sin embargo, algunas aportaciones significativas de su postura política ante el poder económico.

a. “Oda” a la Banca o silencio.

La aportación de Jatzopoulos se reduce en una sola viñeta que, sin embargo, es necesario comentar porque es la única unidad en toda la muestra en la que se reconoce y se exalta el papel de la Banca en la vida de los ciudadanos:

Ejemplo 78. Jatzopoulos, *Ta Nea*, 30/08/2011



*Sois el alfa mío y la omega mía,
Sois mi principio y mi fin,
Todo mi pensamiento y todas mis obras
Ánimo cobran de vuestra pasta (dos veces)*

Jatzopoulos publica esta viñeta con motivo de la fusión de dos de las más grandes unidades bancarias en Grecia, Alpha Bank y Eurobank, en agosto de 2011. El estilo de la canción popular griega es representado tanto por el verso y su rima como por la figura del cantante típico que toca el bouzouki, el instrumento de cuerdas más emblemático de la música popular de Grecia Moderna.

El autor empieza con el verso bíblico del Apocalipsis en el que aparece la primera y la última letra del abecedario (alfa y omega) y hace un juego de palabras entre la letra A del texto bíblico y el banco de Alphabank.

Esta canción al estilo popular está dedicada a la Banca que según Jatzopoulos es lo más importante en la vida del hombre, pues la realización de sus sueños depende del dinero que conseguirá o no de ella.

A pesar de la incongruencia provocada por la oposición de esquemas entre el tipo de canción popular elegido y la temática de la Banca es importante subrayar que el autor haya creado una oda para alabar a la Banca. Evidentemente, su objetivo no es lanzar un ataque crítico a las instituciones bancarias sino más bien reconocer y legitimar su papel en la vida actual. Y a esta conclusión nos conduce también la absoluta falta de cualquier mención crítica hacia el poder económico en toda su obra del periodo en cuestión.

Mitropoulos muestra en ocasiones una postura crítica hacia los mercados financieros por haber provocado serios problemas en la zona euro y hacia las agencias de rating en cuya presión se deben los planes de austeridad que empeoran la vida del pueblo griego. Se refiere también a las convulsiones bursátiles aunque para minimizar su importancia y sostener que el sistema financiero conseguirá estabilizarse aunque quizá para ello sea necesario aceptar más pérdidas de derechos sociales.

Sus lanzas críticas nunca se dirigen a la Banca.

VIII. *Elefcerotypia*

La crítica a la Banca se incluye dentro de la crítica a las instituciones bancarias supranacionales implicadas en el mecanismo de rescate, es decir, el FMI y la BCE. En este marco está continuamente presente en el macrotema de la política en el que tiene papel protagonista y es uno de los principales objetivos del humor como ya hemos indicado. Además, Stathis y Kalaitzis dedican una parte considerable de su obra al poder económico y la Banca, que constituyen el objetivo exclusivo de sus flechas críticas:

a. Crítica a la Banca y el sistema financiero

Para estos autores la Banca es responsable del estallido de la crisis, es el actor principal del chantaje económico que sufre el país y, finalmente, es la principal beneficiaria de la política económica ejercida en nombre de la superación de la recesión económica que esta crisis ha provocado en la economía nacional.

La Banca, la Bolsa, las agencias de rating y, en general, el sistema financiero dominante son presentados como una mafia que se impone a las sociedades y los países utilizando las técnicas de la amenaza y del chantaje características de estos grupos armados. Una mafia de usureros que sólo obedece a sus propias normas y desafía abiertamente las normas democráticas y legales.

Esta imposición se hace efectiva con la complicidad del sistema político y prueba de

ello es la recapitalización de la Banca con dinero público. El poder económico ataca directamente los derechos sociales y laborales y de ahí que sea pura ironía hablar de rescate financiero a Grecia y a la población griega:

Ejemplo 79. Stathis, *Elefcerotypia*, 12/10/2011



- Cuando los banqueros alemanes planean rescatar a los trabajadores griegos...
- Es como si las pirañas planeasen cómo rescatar a los salmonetes...

PUBLICACIONES SEMANALES

IX. *To Pontiki*

En este periódico la crítica a la Banca se centra también en el FMI y el BCE que son dos de los tres componentes de la Troika. Sin embargo, los mercados financieros y la recapitalización de la Banca con dinero público cobran su propio protagonismo:

a. Crítica a la Banca y los mercados financieros

El pánico provocado por la especulación de los mercados financieros y la reproducción continua de las previsiones desastrosas para la economía griega y europea por parte de los medios de comunicación no dejan indiferentes a los autores de este periódico:

Ejemplo 80. Panos Zajaris, *To Pontiki*, 15/02/2012



- ¿Puedo balar o se provocará inquietud en los mercados?

Según Zajaris, Soloup y Tsiolakis, la Banca es la principal responsable de la crisis y el único actor que no sufre ningún tipo de pérdidas sino que, al contrario, tiene altos beneficios. Las pérdidas se acumulan en el bando de las sociedades y de los trabajadores y es significativo al respecto el juego de palabras de Tsiolakis entre la *recapitalización* de la Banca y la *decapitación* de los ciudadanos. Finalmente, la deuda bancaria es vista como un mecanismo de sometimiento y esclavitud perpetua.

X. ***El Jueves***

a. Crítica a la Banca y al sistema financiero

La recapitalización de la Banca española es también en este caso el tema que concentra los comentarios críticos de los autores.

Sin embargo, la crítica de *El Jueves* a la Banca no se reduce a referencias de carácter general sino que también va dirigida a personalidades concretas y destacadas de la vida económica en España, caso de Emilio Botín. Con motivo de la acusación de evasión fiscal en junio de 2011 el famoso banquero español es representado en la portada de la revista:

Ejemplo 81. *El Jueves*, número 1779

Del 29 de junio al 5 de julio del 2011



La viñeta se refiere a las cuentas opacas con importantes cantidades que Botín fue acusado de mantener en la Banca suiza. La veracidad de la acusación nunca se pudo comprobar, dado que la Audiencia Nacional en 2012 archivó la causa. En cualquier caso, es importante anotar que a la hora de criticar el poder económico y la Banca *El Jueves* es uno de los pocos medios españoles que defiende el derecho a satirizar a personas con nombre y apellido.

En el punto de mira de esta publicación se encuentran también los directivos de los bancos quebrados como la Caixa Galicia y la CAM y en, un plano más general, los altos cargos de los organismos financieros que son acusados de esconder sus prácti-

cas ilegales debajo de un lenguaje técnico complejo e incomprensible a las mayorías.

Las agencias de rating y las desastrosas consecuencias de sus prácticas especulativas en España completan el cuadro del contenido de los comentarios críticos alrededor de esta temática.

5.4.3.3. La sociedad ante la crisis

PUBLICACIONES DIARIAS

I. *Público*

a. La sociedad sufre las consecuencias de la crisis

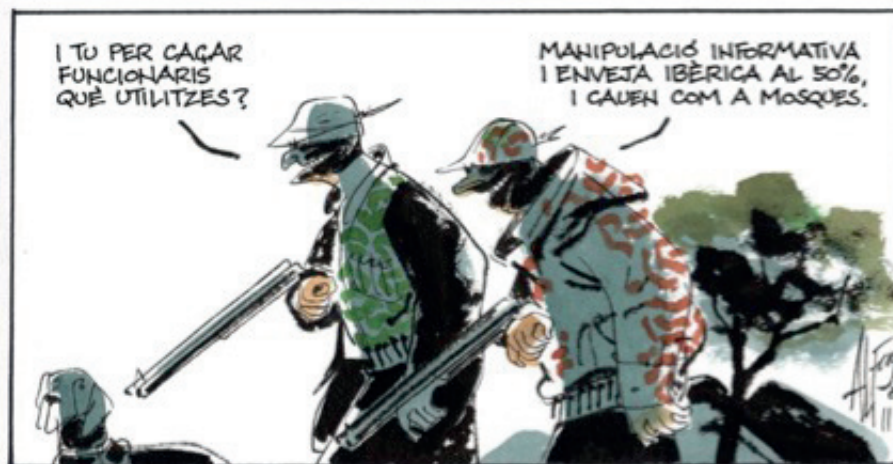
Las consecuencias de la crisis financiera y de las políticas que se ejercieron con motivo de ella es una constante en este periódico y de ahí que atravesase todas las temáticas desarrolladas como hemos tenido la ocasión de comprobar al acercarnos a la crítica del poder político y económico.

En *Público* encontramos unidades de humor gráfico que conceden u papel protagonista a este aspecto y exponen con dolorosos detalles los padecimientos de la mayoría de la gente al referirse al paro, la degradación de la educación y la sanidad pública y, en general, el deterioro de las condiciones de vida de la población española.

Un aspecto importante de la argumentación relativa a la sociedad ante la crisis es atacar críticamente un tópico ampliamente extendido y reproducido por el discurso político y mediático dominante según el cual la culpa de la crisis cae en la sociedad que vivía “por encima de sus posibilidades”. Los autores de *Público* atacan críticamente este concepto y señalan que es completamente erróneo indicar a la sociedad como culpable.

De este modo, lo que se critica es la tendencia de apuntar como responsables a ciertos grupos profesionales, caso de los funcionarios públicos, y de provocar sentimientos enmascarados hacia ellos poniendo en marcha el mecanismo de estigmatización y culpabilidad de los mismos:

Ejemplo 82. Alfons López, *Público*, 21/12/2011



—¿Y tú, para cazar funcionarios, qué usas?

—Manipulación informativa y envidia ibérica al 50%, caen como moscas.

b. Crítica a la represión policial

Los autores de *Público* unánimemente expresan su denuncia a la violencia y la represión policial que se ha ejercido ante las movilizaciones masivas de la ciudadanía tanto en el marco del movimiento 15M como en las protestas contra los desahucios y otras causas sociales.

Deconstruyen el discurso mediático dominante según el cual son los manifestantes los que provocan la violencia mientras que la Policía cumple con su deber de proteger la paz social y la seguridad de los ciudadanos:

Ejemplo 83. Vergara, *Público*, 22/02/2012



Finalmente, resaltan la hipocresía del mundo político ante las protestas al fingir cierta comprensión ante los motivos que las han provocado o al hacer caso omiso a las reivindicaciones sociales expresadas a través de estos movimientos.

II. ***El País***

a. La sociedad sufre las consecuencias de la crisis

El auge de la desigualdad social y de la pobreza, la desesperación del paro y las condiciones laborales precarias, la extinción del estado de bienestar y la pérdida de derechos en todos los aspectos son asuntos que atraen la atención de El Roto, Forges y Erlich en este marco temático.

La mayoría social viene a pagar los gastos de una fiesta en la que no participó:

Ejemplo 84. Erlich, *El País*, 10/04/2012



La metáfora de la fiesta hace referencia al auge económico y al agrandamiento de la burbuja financiera, frutos de una política económica decidida y ejercida a espaldas de la sociedad civil que ahora es condenada a sufrir las consecuencias.

Los autores de *El País* condenan la injusticia social e intentan dar visibilidad a los sectores sociales que más la sufren. En algunas ocasiones mencionan las protestas y los movimientos sociales aunque este aspecto es de los menos elaborados de su relato.

III. ***El Mundo***

a. Las protestas sociales y la crítica al sindicalismo

Los autores de *El Mundo* comentan en sus viñetas las movilizaciones sociales iniciadas con el 15M. Según Gallego & Rey e Idígoras y Pachi este movimiento ha puesto al sistema político en una condición embarazosa y de profunda preocupación al desafiar su status y su propia estructura. También comentan en clave humorística las acampadas de la Puerta de Sol y los incidentes conflictivos que a partir de un momento hicieron su acto de presencia en las calles de Madrid y demás ciudades españolas. Gallego & Rey es el único que denuncia abiertamente la represión policial.

La huelga general convocada en marzo de 2012 llama la atención de los autores que expresan su crítica al respecto. Según Ricardo y Gallego & Rey, las pésimas condiciones sociales y laborales de aquel momento habían creado expectativas para una participación masiva en la huelga que, sin embargo, fueron frustradas. Además, Idígoras y Pachi critican a los jefes sindicalistas por su inactividad y lenta respuesta a los problemas serios y crecientes en el mercado laboral español.

No faltan por supuesto las referencias a los problemas sociales de la pobreza y del paro. Ricardo se jacta del cliché ya mencionado de “vivir por encima de nuestras posibilidades” que se utiliza para justificar la crisis culpabilizando al pueblo:

Ejemplo 85. Ricardo, *El Mundo*, 07/11/2011



IV. **ABC**

a. Crítica al sindicalismo

Mingote y Puebla ejercen una crítica fuerte a las uniones sindicales y a sus líderes, Cándido Méndez de UGT e Ignacio Fernández Toxo de CCOO, que son los principales protagonistas de las viñetas de esta temática.

Los sindicalistas son presentados como personas degradadas, inútiles y perezosas que viven sin trabajar y sin ejercer actividad productiva alguna. El ataque crítico es frontal y se encuentra representado también en el dibujo dado que sus caricaturas son denigrantes y pretende ridiculizar e infravalorar lo máximo posible a sus figuras.

Méndez y Toxo no se levantan del sofá ni para las huelgas que convocan ellos mismos y con su actitud y postura social constituyen el obstáculo más serio del país en su camino hacia el progreso y el desarrollo económico. Los humoristas gráficos de ABC repiten hasta la saciedad su oposición a los movimientos huelguísticos que consideran inútiles y dañinos. Las huelgas se convocan para que los sindicalistas justifiquen su razón de ser y para nada más:

Ejemplo 86. Mingote, ABC, 27/03/2012



Puebla se mofa de los sindicalistas y de la tradición del movimiento obrero en España a través de un juego de palabras basado en el himno del anarcosindicalismo español "A las barricadas" que es transformado en "A las barriladas" en alusión al movimiento sindical de la actualidad y su dedicación principal que, según el autor, es tomar cervezas.

b. Crítica a las protestas sociales

Puebla y Mingote expresan su profunda indignación ante el movimiento 15M y ante todas las movilizaciones y protestas sociales que han tenido lugar en España durante el periodo que nos ocupa. Según su punto de vista, las movilizaciones sociales constituyen, en el mejor de los casos, un ejercicio de gimnasia inútil y, en el peor, una reacción injustificable contra las normas sociales y políticas y un verdadero peligro para el desarrollo del país y la superación de la crisis económica.

Los manifestantes son ridiculizados y representados como personas marginadas que no respetan las normas estéticas, higiénicas y sociales debidas, además de ser, indiscutiblemente, el responsable de los incidentes conflictivos con la Policía. Así que, la Policía no tiene más remedio que cumplir con su deber:

Ejemplo 87. Puebla, ABC, 16/06/2011

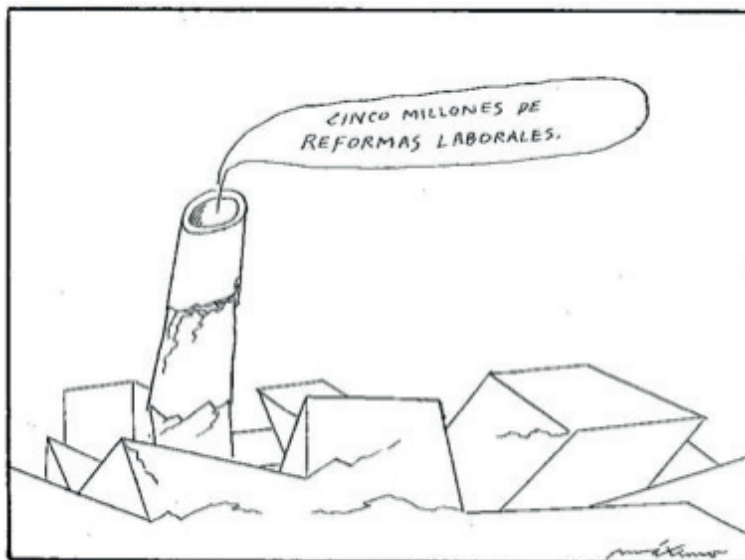


En resumen, Puebla y Mingote opinan que con las protestas peligran seriamente la estabilidad política y económica de la nación, tan importante en esta coyuntura crítica. Y este es el punto en el que Máximo concuerda con sus colegas. Este autor considera que las protestas y los enfrentamientos entre diferentes fuerzas sociales ponen en peligro la unidad nacional y hacen que emerja a la superficie la discordia entre los españoles. Finalmente, Máximo lanza su ataque crítico a los “jóvenes pica-pedrereros de más de 50 años” que participan en las protestas.

c. Los problemas sociales

El paro es el problema social que más comentan los autores de ABC. Puebla expresa su compasión por las personas que lo sufren, Mingote destaca la pobreza que ha conllevado y Máximo critica la poca incidencia que pueda tener para su solución la reforma laboral del gobierno de Rajoy:

Ejemplo 88. Máximo, ABC, 25/01/2012



v. *Elefceros Typos*

a. Crítica a las protestas y al sindicalismo

Dermentzoglou hace referencia a las protestas aunque sin indicar las reivindicaciones que las animan ni la dinámica popular que han conseguido. Su crítica se concentra en los incidentes conflictivos y las repercusiones que éstos tienen en la vida de los ciudadanos mientras que sus flechas críticas van dirigidas a los grupos antisistema a los que considera responsables.

Las destrucciones provocadas en el centro de la ciudad, las barricadas de contenedores en llamas y, en general, el ambiente bélico que domina tras las protestas es el punto que atrae su interés:

Ejemplo 89. Dermentzoglou, *Elefceros Typos*, 20/10/2011



- *Nuevo video con el conejillo de indias "El Griego" da la vuelta al mundo... Kostas el antisistema rompe piedras en la Plaza de Syntagma mientras que, simultáneamente, ¡quemla la basura!*

Dermentzoglou señala, además, a los líderes sindicales como co-responsables de la situación pésima en la que se encuentra el país, aunque este no deja de ser un tema periférico en sus viñetas.

b. Crítica a los problemas sociales y la idiosincrasia popular

El paro, el trabajo precario y el empobrecimiento de la población son los problemas sociales en los que se centra este autor.

La sociedad griega comparte responsabilidad puesto que no está dispuesta a esforzarse más y a cambiar de mentalidad e idiosincrasia. El autor reproduce el tópico del mediterráneo vago y reacio a adaptarse a un ritmo de vida acelerado que garantice cada vez mayor competitividad y eficacia profesional:

Ejemplo 90. Dermentzoglou, *Elefceros Typos*, 21/02/2012



- ¡Producimos el mejor sol, las mejores playas y la mejor historia! ¿Cómo podemos ser más competitivos?
-

VI. *Kathimerini*

a. Crítica a los movimientos huelguísticos y las protestas

Andreas Petroulakis e Ilias Makris realizan una fuerte crítica contra las huelgas convocadas por las organizaciones sindicales griegas y opinan que este tipo de movilizaciones son desastrosas para la economía griega, que se encuentra ya debilitada y a punto de derrumbarse.

Petroulakis y Makris argumentan que las organizaciones sindicalistas convocan huelgas repetidas para defender sus intereses gremiales y de este modo anteponen estos intereses al bien común, que consiste en conseguir estabilizar la economía y superar en lo posible los problemas de la crisis. Grecia está a punto de caer en el precipicio y en esta situación dramática es injustificable dar prioridad a la reivindicación de los derechos laborales de los diferentes sectores profesionales:

Ejemplo 91. Ilias Makris, *Kathimerini* 11/05/2011



- ¿Qué hay de nuevo?
- ¡No puedo decirte, estoy en huelga!

En cuanto a las protestas, los autores de *Kathimerini* también prestan atención a los incidentes conflictivos y a sus consecuencias entre las que figura el daño que provocan en el sector turístico griego. Pues estar de turismo en Atenas durante esta época es parecido a participar en una misión peligrosa en zona de combate.

b. Crítica a los problemas sociales y la incompetencia de la sociedad griega

Ilias Makris comenta en sus viñetas los graves problemas sociales que sufre el pueblo griego, entre ellos, el paro, el empobrecimiento de amplias capas de la población, la emigración al extranjero en busca de trabajo y la asfixia que provoca la brusca bajada del nivel de vida y la falta de esperanza para el futuro.

Andreas Petroulakis, por su parte, destaca, sobre todo, la responsabilidad de la población en la crisis vivida. Según este autor, la culpabilidad del pueblo griego es manifiesta, sobre todo, en el sector público, que no funciona debidamente y que permite que se cobren subvenciones injustificadas e ilegales. Petroulakis en esta temática reproduce el discurso de los medios pro-sistema que presentan continuamente escándalos de subvenciones ilegales o de altas remuneraciones en el sector público al que señalan como principal causa del desastre económico.

Según el autor, la crisis se debe a un sector público hipertrofiado y a la sociedad griega que no consigue ser más productiva. Si no cambian estos factores, la crisis no podrá superarse nunca.

VII. **Ta Nea**

a. Crítica al sindicalismo y a la sociedad griega

Jatzopoulos y Mitropoulos coinciden en nombrar como co-responsables de los problemas económicos y sociales del país a las organizaciones sindicales por convocar huelgas y manifestaciones contra los recortes de los salarios y las pensiones y contra la mutilación de los servicios públicos.

Estos autores lanzan sus flechas críticas al sector público y a los funcionarios de este sector a los que consideran privilegiados y a los que culpan por absorber los recursos de las arcas públicas sin ofrecer nada a cambio. Los movimientos sindicalistas defienden estos privilegios y se niegan a colaborar para hacer efectivas las reformas estructurales que intenta imponer el gobierno y la autoridades políticas europeas. De este modo, hundieron al país todavía más en el fango de la crisis económica:

Ejemplo 92. Mitropoulos, *Ta Nea*, 22/10/2011



- *Señor Mitsos, nosotros colaboraremos, ofreceremos financiación y garantías. ¿Vosotros, váis a trabajar?*
- *¡Un momento a ver qué días podemos!*

Programa de huelgas 2011-2012

Además, Mitropoulos culpabiliza al pueblo griego por la crisis y argumenta que todos estos años “ha vivido por encima de sus posibilidades”, es decir, reproduce el tópico del discurso mediático dominante que ya hemos mencionado. También alude a la naturaleza vaga e indiferente que caracteriza, al menos, arquetípicamente a la sociedad griega.

Jatzopoulos, por su parte, acusa al pueblo griego de mostrarse inferior a las circunstancias y no duda de valorar negativamente su habilidad mental y de destacar su falta de cultura y de nivel educativo:

Ejemplo 93. Jatzopoulos, *Ta Nea*, 21/05/2012



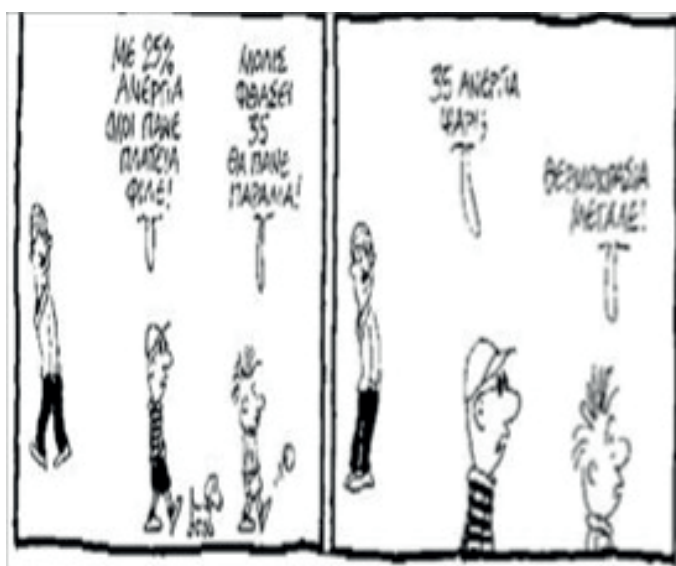
De todos modos es injusto pedir a un pueblo que hasta ayer resolvía crucigramas solucionar un enigma como este.

b. Crítica a las protestas y movimientos sociales

Tanto Jatzopoulos como Mitropoulos utilizan dos argumentos básicos para criticar las protestas y las movilizaciones sociales que tienen lugar con alta frecuencia durante el periodo que nos ocupa.

Según el primero, las manifestaciones son el resultado de la necesidad de descargar la ira y el enfado que siente la población, sobre todo, joven y desde este ángulo no tienen una base ideológico-política seria. Estamos ante un fenómeno superficial incapaz de condicionar cambios sustanciales en la política y la sociedad puesto que expresa una descarga sentimental y no un pensamiento político estructurado. Así que estos autores infravaloran la importancia del fenómeno:

Ejemplo 94. Mitropoulos, *Ta Nea*, 20/06/2011



- ¡Con 25% de paro todos irán a la plaza, amigo!
- ¡Cuando llegue a 35 irán a la playa!
- ¿35 de paro, colega?
- ¡De temperatura, macho!

El segundo eje argumentativo se basa en la idea de que las protestas perturban la paz social e inducen a la violencia independientemente de quién, por qué y con qué objetivos las organiza. En este marco conceptual no es de extrañar que los autores de este periódico repetidamente igualen las protestas de reivindicación social con los incidentes violentos que provocan los grupos de extrema derecha o los grupos criminales de cualquier índole. En resumen, las protestas son sinónimo de violencia y de desorden social y expresan la inmadurez democrática de los que las convocan.

VIII. ***Elefcerotypia***

a. Crítica a la represión policial y a la culpabilización de la sociedad

Para Stathis y Kalaitzis el pueblo griego es el gran derrotado del plan político-económico impuesto por la Troika en colaboración con las élites nacionales. El paro, la pobreza y la pérdida de derechos laborales y sociales son los aspectos más destacados.

Tsiolakis llama la atención a las amenazas y los chantajes para aceptar las condiciones económicas y sociales que imponen los memorandos y resalta que el pueblo griego es indiscutiblemente la mayor víctima de estas.

Soloup presenta en casi toda sus viñetas a personajes que simbolizan al pueblo griego atemorizado, desesperado y harapiento al que no se le reconoce siquiera el derecho a protestar. En efecto, la represión policial ante las protestas continuas y multitudinarias es criticada con vehemencia por este autor. Su argumento principal es que el poder político y económico impone por la fuerza sus decisiones puesto que no puede contar con el consenso social necesario para imponerlas pacíficamente:

Ejemplo 96. Soloup, *To Pontiki*, 21/02/2012



- Wow!!! ¿Este es un movimiento como “Ocupa Wall Street”?
- No este es el movimiento “Para que aceptéis el memorando²²”

X. ***El Jueves***

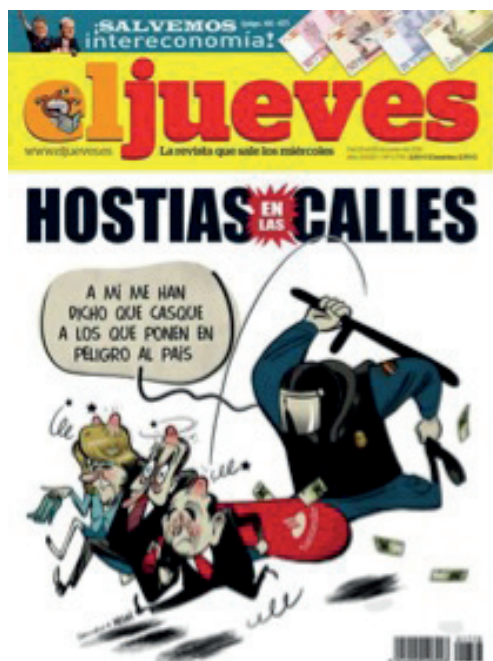
a. Crítica a la represión policial y a los ataques contra el sector público

Las consecuencias que sufre la sociedad española por la crisis es una temática constante de los autores de *El Jueves*, como ya indicamos en el macrotema de la crítica al poder político. En esta revista satírica los autores defienden las causas sociales y las movilizaciones de protesta contra las políticas impuestas y las consecuencias que éstas conllevan para el pueblo español. En este marco denuncian la reacción autoritaria ante las protestas y la represión policial exagerada que se ha ejercido a fin de aniquilarlas. Además, deconstruyen el argumento de que los movimientos populares constituyen un peligro para el país, pues quien es verdaderamente peligroso para el país es precisamente el poder político y económico:

²² El chiste se basa en la polisemia del verbo comprender en griego en su doble acepción de comprender y ocupar.

Ejemplo 97. *El Jueves*, número 1778

Del 22 al 28 de junio del 2011



Finalmente, en esta revista se critica el desprecio a los funcionarios públicos, que constituyen un objetivo del discurso político y mediático dominante al considerarse incompetentes, improductivos y dañinos para la economía. Este argumento está en estrecha relación con los recortes de servicios públicos y las bajas de los sueldos en ellos. Los autores de *El Jueves* ridiculizan este argumento y sostienen que estos ataques son generalizadores e injustos a la vez que subrayan la importancia de servicios públicos como la sanidad y defienden el personal que trabaja en ella.

5.4.3.4. Los medios de comunicación

Las unidades de humor gráfico que se dedican a este tema son escasas y corresponden sólo a ciertas publicaciones: *Público*, *El País*, *Elefcerotypia* y *To Pontiki*. De este modo en vez de analizar el contenido de cada publicación vamos a centrarnos en la temática principal que se desarrolla en la muestra en su conjunto.

a. El discurso aterrador y la falta de credibilidad de los MCM

El argumento principal de los autores que critican los medios de comunicación es que éstos reproducen el discurso hegemónico y coaccionan a sus lectores/espectadores a fin de aceptar el catecismo del pensamiento único. La razón analítica y la ética periodística son cualidades inexistentes en el seno de los medios de comunicación, puesto que se han convertido en vehículos de propagación del discurso hegemónico y pieza fundamental del mecanismo de su imposición.

Durante el periodo que nos ocupa el discurso de amenazas y terror ante las convulsiones políticas y económicas que contrajo la crisis financiera es una constante que resaltan los autores a la vez que cuestionan los propósitos que están detrás de este discurso y que, obviamente, no responden al derecho ciudadano a la información:

Ejemplo 98. Fondevila, *Público*, 26/09/2011



El propósito de esta campaña de terror es, según esta viñeta de Fondevila, que los ciudadanos identifiquen sus intereses con los intereses del poder económico de modo que no cuestionen su supremacía y, sobre todo, que no tomen conciencia de que sus propios intereses son contrarios y polémicos a éstos.

La falta de pluralismo y el “muro de informaciones” que nos impide ver, criticar y entender la información (ver apartado 3.2.4.) son aspectos también comentados. El Roto afirma que “el ruido mediático nos deja sordos” mientras que Alfons López critica el monólogo insistente y repetitivo expresado por distintas personas en las tertulias televisivas:

Ejemplo 99 . Alfons López, *Público*, 24/10/2011



—A: “La culpa de todo es de los funcionarios y los sindicatos.”
—Y ahora, ya a por nota, hmm... ¡la B!
—“Para que funciona la sanidad hay que privatizarla.”
—¡¡Muy bien!! ¡La plaza de tertuliano es suya!

La reproducción del discurso dominante es la principal función de estas tertulias. El discurso mediático en su conjunto es la apología del poder político y de sus decisiones, y, en concreto, es la apología de la política de los recortes de servicios públicos y de la culpabilización de los funcionarios y de su representación sindical.

Otros autores como Erlich en *El País* y Ricardo en *El Mundo* se centran en el discurso del miedo que imparten en grandes dosis los medios de comunicación. De este modo, muestran que las reacciones de los ciudadanos que ven las noticias son iguales que las de los espectadores de un género cinematográfico de terror.

Este terror en Grecia es impartido con fines eminentemente políticos y el objetivo del discurso mediático dominante es impedir que fuerzas políticas contrarias a las élites político-económicas se acerquen al poder. La mayoría de los autores griegos destacan este tema en el periodo preelectoral cuando este discurso llegó a sus momentos culminantes. El votante griego se bombardeado con todo tipo de amenazas para votar "correctamente":

Ejemplo 100. Panos Zajaris, *To Pontiki*, 19/04/2012



MME (MCM)

- ¡No puedo votar con la pistola en la nuca!
- ¿Con el cuchillo en el cuello te está mejor?

El colmo del discurso del miedo, como anotan los autores, es la amenaza de la salida de la zona euro, la quiebra económica y el desastre bíblico que la proseguiría. Indicaciones todas estas que también servían para señalar de modo didáctico en qué consistía votar "correctamente" y en qué no.

5.4.3.5. Cartoon movement

Por razones que ya hemos anotado la plataforma digital del Cartoon Movement se estudiará a parte para cada macrotema en cuanto al contenido, a la argumentación y al objetivo del humorismo gráfico producido en su marco.

1. *El poder político nacional y europeo*
 - a. La crítica a la UE y el caso Griego

La fisionomía política de la UE tras la irrupción de la crisis de deuda es la cuestión en la que enfoca la mayoría de los autores que colaboran con esta plataforma para el periodo determinado.

Un aspecto importante es criticar la política económica ejercida que conduce al empobrecimiento y la pérdida de dignidad laboral y humana de la ciudadanía. Europa se ha convertido en un mecanismo de imposición autoritaria de las políticas neoliberales más estrictas, pues no respeta a su población ni tampoco su tradición democrática. Derveniotis, uno de los colaboradores más activos durante este periodo, transforma así la bandera de la UE:

Ejemplo 101. Spiros Derveniotis, *Cartoon Movement*, 26/10/2011



La UE no es un espacio de colaboración entre estados soberanos cuyo principal objetivo es el bienestar de la ciudadanía como sostiene el discurso oficial. Los autores de *Cartoon Movement* insisten en criticar este aspecto y relacionarlo con las desigualdades y los desequilibrios que dominan en el seno de la UE. La UE es un espacio de explotación de los países débiles, es decir, de los países periféricos que se ven obligados a someterse a las órdenes de su jefatura y a adaptarse al modelo social que esta jefatura exige.

La figura de Ángela Merkel representa, una vez más en la muestra, las altas esferas del poder político de Europa que hundida en un círculo vicioso de la austeridad y la recesión económica, parece como un artefacto explosivo a punto de estallar.

El tema de Grecia sobresale y es tocado por autores de varias nacionalidades europeas, sobre todo, por griegos, españoles e italianos, que critican con vehemencia los planes de rescate aplicados y subrayan que estos planes no se han diseñado precisamente para rescatar al país porque su principal efecto es hundirlo aún más.

Es interesante que los autores de esta plataforma al referirse al caso de Grecia analicen aspectos que no se mencionan en la prensa convencional como, por ejemplo, los gastos desmedidos del presupuesto nacional griego destinados para comprar sistemas armamentísticos de la industria de guerra alemana. Es decir, al mismo tiempo en el que se exigen recortes sociales de gran alcance se firman acuerdos de alto coste y

especialmente beneficiosos para la industria bélica alemana ²³:

Ejemplo 102. Gianfranco Uber, *Cartoon Movement*, 13/02/2012



La violación de las normas democráticas del país bajo las circunstancias de la crisis económica y de la condición del endeudamiento constituye un punto de crítica feroz al poder político y económico establecido. En efecto, la deuda es vista como el mecanismo moderno de captura y esclavitud de las naciones y los pueblos en un sistema de estado que ya no puede calificarse de democrático. Derveniotis al referirse al gobierno de Papademos inventa el neologismo: “Demobanksy” para definir al estado griego gobernado oficialmente por un banquero no electo.

La democracia es la gran víctima de la política impuesta por las autoridades políticas de la UE y la Banca y es pura ironía trágica que la democracia se ataca y se anula en el país donde nació:

²³ Para más información ver: Frans Slijper (2013). Armas, deuda y corrupción. El gasto militar y la crisis de la UE. *Transnational Institute* (TNI), Abril, 1-24.



PERICLES

“NUESTRA CONSTITUCIÓN SE LLAMA DEMOCRACIA PORQUE EL PODER NO ESTÁ EN
MANOS DE UNA MINORÍA SINO DE TODOS LOS HOMBRES”

IMF (FMI)

ECB(BCE)

ÁNGELA PASO POR AQUÍ

AMO A LOS BANCOS

2. *El poder económico. La Banca y el sistema financiero*

La Banca, los mercados financieros y el concepto mismo de libre mercado y del capitalismo financiero constituyen un objetivo muy importante del humorismo gráfico de *Cartoon Movement*. El dinero público para rescatar a la Banca, la sed insaciable de conseguir beneficios a costa de la sociedad y de los recursos humanos y naturales, la desvergonzada desigualdad entre el 1% más rico y el 99% más pobre de la población global, la especulación incontrolada y la imposición directa del poder económico al político, son los asuntos que destacan y se critican a través de los comentarios humorísticos de esta plataforma.

El peso cae en las consecuencias mortales de esta imposición económica a la sociedad y la vida misma de las mayorías. En el *Cartoon Movement* los agentes de esta política económica destructiva tienen identidad definida y sus actos son nefastos independientemente de cómo intenten presentarlos:

Ejemplo 104. Elchicotriste, *Cartoon Movement*, 20/01/2012

Elchicotriste 2012

CARTOON



3. La sociedad ante la crisis

La reacción de las sociedades europeas ante las políticas impuestas es el foco de atención en este tema. Es significativo que la mayoría de las aportaciones relativas son de autores griegos o españoles que salen abiertamente en defensa de los movimientos populares de sus países y, simultáneamente denuncian la represión policial que intenta frenarlas y controlarlas.

Los movimientos de protestas son vistos como una esperanza, como un rayo de luz en el paisaje gris de la UE donde dominan las políticas de austeridad y recortes y la opresión de las voces disidentes. Sin embargo, la piedra puede ganar la tijera comenta Izquierdo al referirse a la huelga general convocada en España en marzo de 2012:

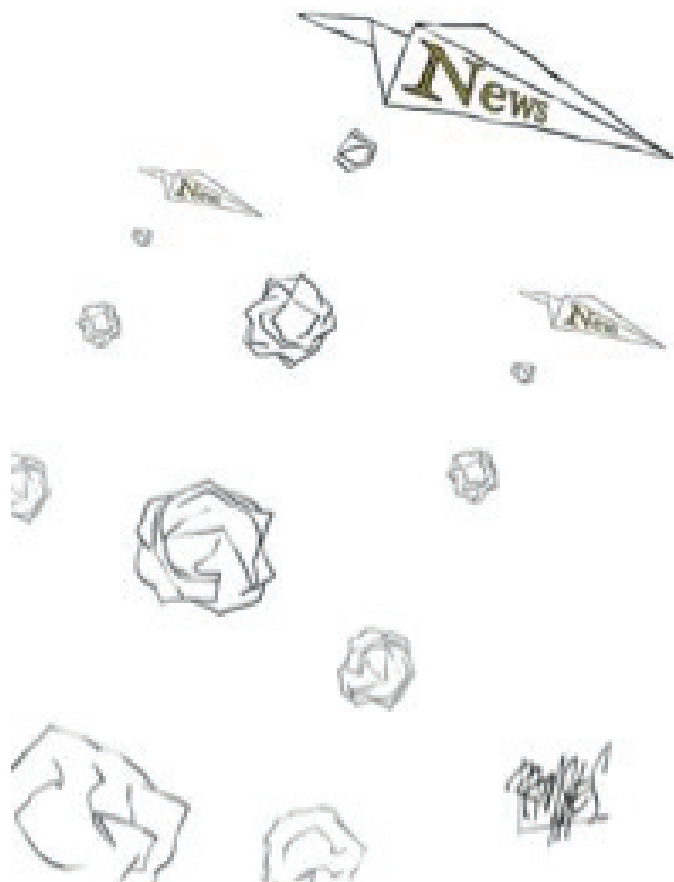
Ejemplo 105. Ramses Morales Izquierdo, *Cartoon Movement*, 29/03/2012



4. *Los Medios de Comunicación.*

La metáfora de una nueva guerra en la que las armas son las noticias, las televisiones, etc., es el recurso expresivo más utilizado en *Cartoon Movement* para comentar este tema:

Ejemplo 106, Ramses Morales Izquierdo, *Cartoon Movement*, 27/02/2012



5.5. EL DISCURSO DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA PRENSA ESPAÑOLA Y GRIEGA

El análisis del contenido temático de las unidades del humorismo gráfico de la muestra, es decir, el análisis de los argumentos, las opiniones y los objetivos de cada unidad (las autoridades políticas o económicas a quienes va dirigida la crítica) nos aporta los datos necesarios para definir la estructura conceptual de los discursos ideológico-políticos articulados a través de este lenguaje periodístico.

Así que el próximo objetivo es trazar las líneas definitorias de los distintos relatos de la crisis económica y política tal y como estos son representados en el humor gráfico de los medios escogidos. Para esto es necesario un esfuerzo de abstracción y de síntesis de las diferentes opiniones y comentarios expresados hasta definir los principios ideológicos que constituyen la base estructural de estos discursos.

Y el plural no es causal, pues el análisis del contenido de las unidades humorísticas nos conduce a la conclusión de que dos son los relatos básicos de la crisis y de sus repercusiones político-económicas en la sociedad española y griega en la muestra. Por un lado, un relato que defiende la legitimidad del poder político-económico establecido y reproduce su discurso ideológico y, por otro, un contraretrato, es decir, un relato que se opone, que critica y que intenta deconstruir el discurso ideológico dominante.

El estudio de esta muestra de humorismo gráfico viene, así, a confirmar la posición teórica de Press (1981) según la cual el humor político gráfico se distingue en dos grandes categorías: el humor gráfico que apoya y legitima las instituciones dominantes y el que lucha por subvertirlas. Recordamos que Press distingue los humoristas gráficos en defensores y atacantes del poder establecido. Obviamente es necesario matizar esta distinción y darle la dimensión que posee en nuestro material, aunque antes debemos presentar la columna vertebral de los conceptos fundamentales que edifican los dos relatos ideológicos en cuestión.

5.5.1. *Defender el poder establecido*

Un concepto base del discurso ideológico que defiende el poder establecido es justificar las opciones económicas y políticas tomadas ante la crisis como las únicas posibles, es decir, apelar a la falta de alternativas políticas. Recordemos al respecto el mantra neoliberal del T.I.N.A. (There Is No Alternative) que introdujo Margaret Thatcher en su discurso de defensa de la privatización de los servicios públicos y de la concesión de libertades cada vez mayores a los mercados financieros y a las grandes corporaciones como la única posibilidad de conseguir el crecimiento económico.

El argumento de la falta de alternativas se repite en la muestra tanto a nivel económico (cuando se alude a la necesidad del ajuste fiscal para inspirar confianza en los mercados financieros y al rescate de la banca como sinónimo del rescate de la economía nacional), como a nivel político (cuando se alude a los planes de ajuste y los recortes sociales como única vía posible para superar la crisis y conseguir de nuevo un índice positivo de crecimiento).

La naturalización de la crisis y su visión como el punto descendente del ciclo económico que con las medidas “correctas” volverá a ascender es una concepción afín y estrechamente relacionada con el presupuesto neoliberal de TINA. El relato de la crisis en términos de un fenómeno natural adverso sobre el cual no tiene sentido buscar

causas y consecuencias es coherente con la base explicativa de esta visión ideológica. Además, de la resolución de la crisis se hará cargo “la mano invisible” (ver apartado 3.2.3.) de los mercados financieros que conseguirá una vez más autorregularse y pasar al ciclo siguiente.

Otra pieza de la concepción ideológica de progreso lineal en base al continuo crecimiento según las reglas del mercado es la invocación de la tecnocracia como un modelo de administración válido en la política. Las normas del mercado empresarial, sus objetivos y las estrategias aplicadas para conseguir dichos objetivos constituyen un ejemplo para la administración de los estados nacionales. En este marco, no se cuestiona el debilitamiento de las instituciones democráticas sino que, al contrario, se destaca la necesidad de una gestión económica eficiente que permitirá superar los obstáculos.

A nivel político el relato de los defensores del poder fortalece el valor de la unidad nacional como requisito indispensable para conseguir retomar la dirección del continuo crecimiento. La nación es vista como una entidad en la que los intereses de todos los ciudadanos convergen y se entrecruzan en el mismo punto, la patria. Es el tópico repetido explícitamente o insinuado en varias ocasiones en la muestra de “Todos vamos en el mismo barco”.

Según este relato de unidad nacional no hay damnificados y beneficiados de la crisis económica, pues los intereses nacionales prevalecen por encima de los intereses clasistas. Se niegan las contradicciones internas del sistema del capitalismo financiero y el interés de las élites nacionales e internacionales se presenta como valor universal e indiscutible, como el bien común.

Según esta visión de homogeneización y unificación de todas las clases y grupos sociales en el ideario del bien común, no es relevante visibilizar los azotes de la crisis a los grupos más débiles de la sociedad y el auge de las desigualdades. En efecto, observamos que los defensores del poder en su discurso guardan cierto silencio ante el sufrimiento social y la crueldad de las consecuencias de las políticas aplicadas en nombre de la superación de la crisis. Y es de destacar que las pautas de discurso ideológico de este lenguaje periodístico las marca tanto la afirmación tajante como el silencio que es la práctica que se elige en este caso.

Al tiempo que no se apela a las consecuencias de la crisis en la sociedad sí que se indican las responsabilidades de las mayorías y se alude a su culpabilidad ante los problemas económicos surgidos. Según este relato, las mayorías sociales han vivido por encima de sus posibilidades, los funcionarios públicos son incompetentes, la idiosincrasia popular tiende a la pereza y la improductividad y la desobediencia dificulta aún más la salida del túnel de la crisis.

Según este relato, las movilizaciones y protestas sociales ante la política de austeridad y recortes en el sector público son consideradas parte de los obstáculos y dificultades para superar la crisis y, además, representan el peligro de la escisión nacional, del auge incontrolable de la violencia y de la falta de respeto ante las normas del sistema establecido de democracia representativa.

Finalmente, tenemos que añadir que la crítica política ejercida desde el punto de vista de los defensores del sistema establecido se limita a una crítica partidista que tiene como único objetivo restar valor al rival político y su posición en la esfera pública.

5.5.2. Atacar el poder establecido

La falta de control democrático en las altas esferas del poder económico y político, los fallos estructurales del sistema de democracia representativa vigente y la necesidad de regenerar y cambiar radicalmente este paradigma están en la base conceptual del relato de los humoristas gráficos que se enfrentan al discurso político-ideológico dominante.

El sistema político establecido de democracia representativa a pesar de lo que su nombre indica mantiene poca relación con los valores democráticos, está erosionado e invadido por las oligarquías económicas y está basado en la pasividad de su supuesto núcleo central, el ciudadano, que alejado de los centros de la toma de decisiones consume el debate político en calidad de espectáculo mediático (ver apartado 3.2.3.). Su principal labor es consentir y aceptar los cambios inevitables en su vida laboral y social sin intentar alterar el orden de las cosas.

La pérdida de la soberanía nacional y la concesión de la independencia económica y política a la alta jerarquía del poder europeo que coincide con el poder político-económico alemán es otro punto importante de este discurso crítico. El objetivo del ataque es la hegemonía europea que en colaboración con las élites nacionales impone un modelo de organización social y económica frontalmente opuesto a los derechos sociales y laborales de las mayorías. Un sistema estrictamente jerárquico que niega la posibilidad de autodeterminación de los pueblos europeos a nivel económico, político y social.

Según esta visión crítica, el actor principal que impulsa hacia la hegemonía del nuevo modelo político-económico del capitalismo financiarizado es la Banca, junto a las demás instituciones que componen la ortodoxia del sistema financiero. Sistema financiero en cuyas entrañas se engendró la crisis económica que en suelo europeo y, dada la arquitectura de la zona euro, desembocó en la crisis de deuda soberana que tan pésimas consecuencias tuvo en los países periféricos.

Este sistema financiero en colaboración con el poder político garantiza que las ganancias son privadas mientras que las pérdidas son públicas y este es un elemento importante de la crítica que se le hace. Máxime cuando las consecuencias de este rescate bancario se presentan como rescate a la economía nacional y se traducen en una violenta redistribución de riquezas a favor de las minorías privilegiadas.

En este marco, visibilizar las consecuencias sociales de esta política económica es de suma importancia para este discurso. Se destaca así la tremenda injusticia de cargar las pérdidas privadas de las élites financieras a las cuentas públicas y de condenar a las clases medias y bajas de la población a la miseria a pesar de que no fueron responsables de estas pérdidas.

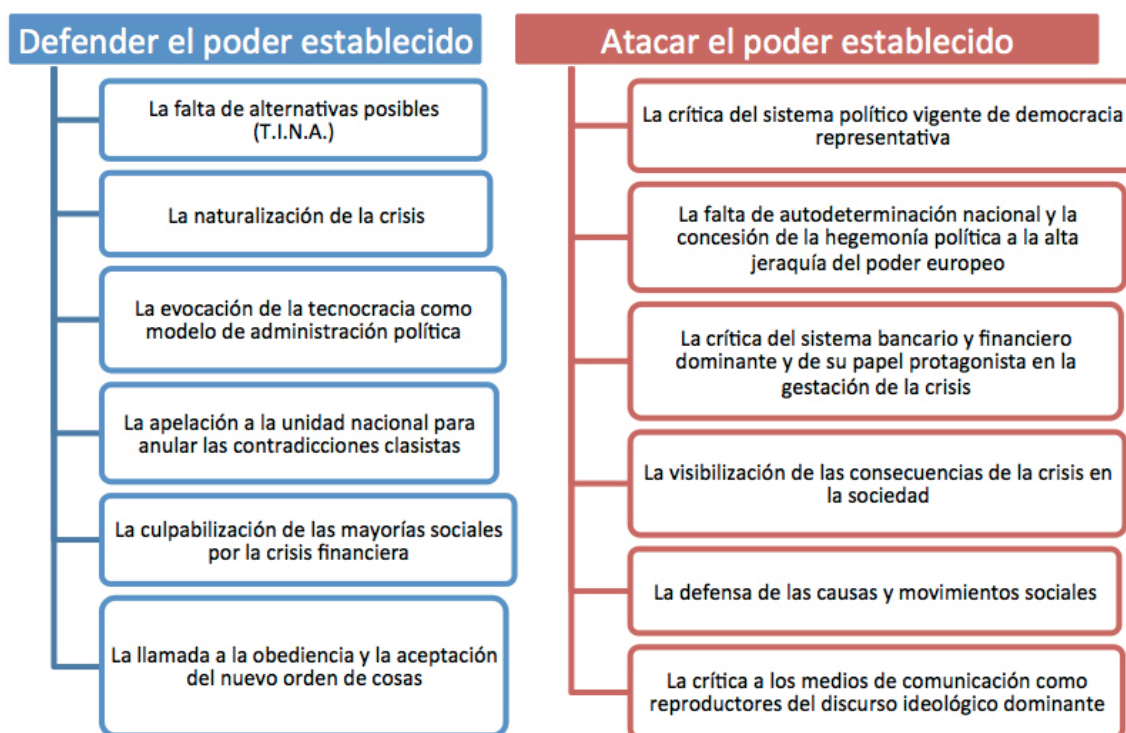
Pues, las mayorías sociales, aunque se intenta convencer de lo contrario, no han participado en la fiesta especulativa del sistema bancario y financiero de ahí que sea fundamental deconstruir el discurso de su supuesta responsabilidad y culpa. Las mayorías “pagan los platos rotos” de una fiesta en la que no han sido invitadas como destacan estos autores en repetidas ocasiones.

En este relato ideológico es crucial defender las causas sociales contra el status político-económico y el modelo social que se intenta imponer, causas que han cobrado cuerpo e importancia durante este periodo y han constituido la respuesta dinámica de la población ante sus “opresores”. En este aspecto se destaca y se condena la

represión policial en las protestas populares, señal de la postura autoritaria del poder político ante éstas. Cuando el discurso dominante no consigue el consenso social, la imposición corre a cargo de las fuerzas de la represión.

Por último, se destaca el papel de los medios de comunicación como vehículos de propaganda y de reproducción del discurso político, económico y social hegemónico. Su principal esfuerzo es manipular la información a fin de convencer a los ciudadanos de que sus propios intereses se identifican con los intereses de las clases dominantes.

Ilustración 7: Conceptos fundamentales de los discursos ideológicos del humorismo gráfico de la muestra



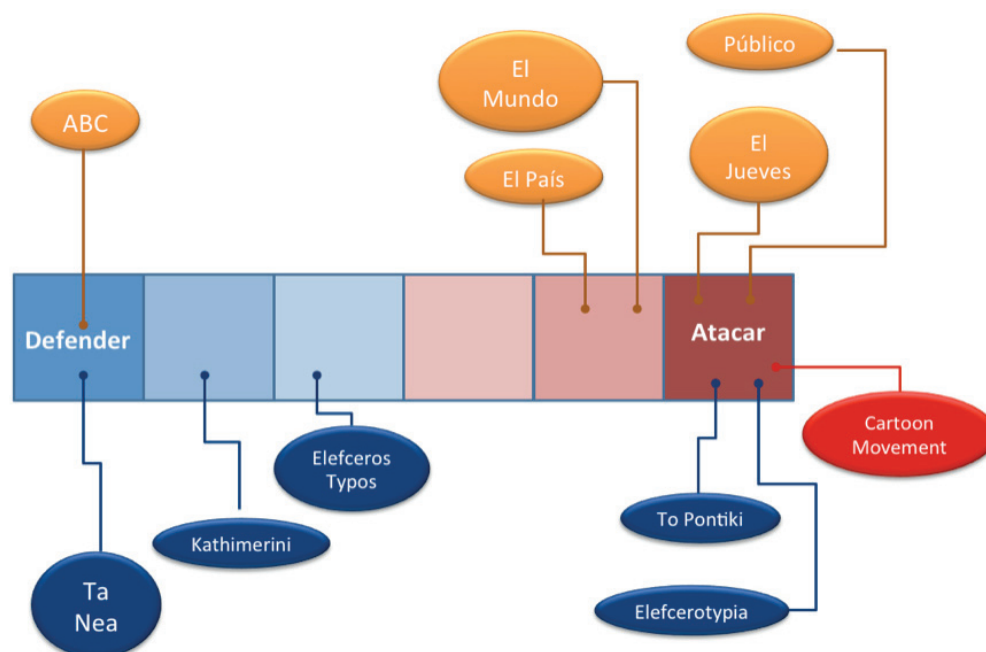
5.5.3. La articulación de los principales discursos ideológicos en la prensa española y griega escogida

Los discursos de legitimación y deslegitimación del poder político-económico en el humorismo gráfico de la muestra no son homogéneamente articulados ni elaborados con el mismo grado de extensión y profundidad por todos los autores y los medios. Observamos incluso casos en los que el discurso de ciertos autores se entrecruza en distintos puntos con los dos relatos principales y toma diferentes posturas según los asuntos que tematiza.

Cada universo narrativo responde a diferentes prioridades y es movido por diferentes intencionalidades de modo que es necesario examinar cada caso por separado aunque dentro del marco de los dos principales relatos ideológicos configurados tras el análisis del contenido político-ideológico de las unidades de humor gráfico de la muestra.

Desde una óptica global, destaca la existencia de un continuum de los distintos posicionamientos ideológico-políticos cuyos dos polos corresponden a la expresión más genuina de los principios ideológicos básicos de cada relato y en cuya línea se encuentran las diferentes realizaciones y matices aportados por los autores del humorismo gráfico de cada medio.

Ilustración 8: Articulación de los discursos ideológicos de defensa/ataque en los medios de la muestra



La posición en este contínuum corresponde a las posiciones político-ideológicas que se expresan en cada medio y que vamos a describir en detalle:

1. En cuanto a la prensa española, el humorismo gráfico de los autores de *ABC* es la expresión genuina del discurso defensor del poder establecido y ocupa el extremo conservador del continuum. Nos referimos, sobre todo, a Puebla y a Mingote cuyo discurso podría calificarse de apología de la ideología dominante, pues desarrolla todos y cada uno de los principios ideológicos del discurso legitimador ya mencionados.

Máximo presenta cierta diferenciación al respecto puesto que dirige sus flechas críticas al sistema económico dominante y llama la atención a las consecuencias sociales del modelo político-económico establecido.

Sin embargo, la crítica de Máximo no tiene como objetivo desafiar el poder. Se hace desde un punto de vista ético y no expresa oposición político-ideológica alguna. Es significativa al respecto su apelación a Dios o a símbolos divinos y la carga metafísica de su preocupación por el devenir de las sociedades humanas que observamos en numerosas de sus viñetas. Bajo este prisma, la desigualdad social es descrita como un fenómeno natural, pues es injusto pero irremediable: “Siempre habrá ricos y pobres me temo. Salvo que yo tenga un plan B” comenta una de esta figuras divinas de sus viñetas (*ABC*, 28/08/2011).

Además, este autor se mofa de las movilizaciones y protestas sociales al considerarlas pueriles y contrarias a la unidad nacional, concepto que defiende audazmente y que ve como una condición *sine qua non* para la salvación del país. En resumen, aunque el discurso de Máximo presenta matices diferenciadores en relación con la ortodoxia de sus colegas éstos no permiten, a nuestro parecer, excluirlo del paradigma de los defensores del poder establecido.

El otro polo del contínuum, el polo progresista corresponde, sin lugar a dudas, a los humoristas gráficos de *Público* y *El Jueves*. Estas publicaciones albergan un humorismo gráfico cuyo signo es abiertamente opuesto a los principios ideológicos del poder político-económico establecido contra el que articulan un discurso de ataque frontal y directo. Todos y cada uno de los principios básicos del discurso de ataque al poder establecido son presentes y extensamente desarrollados en el marco de estas publicaciones en las que los autores no temen referirse a las autoridades políticas y económicas con su nombre y apellido.

El humorismo gráfico de los autores de *El País* ejerce un ataque crítico al poder establecido aunque en él no se desarrollan por igual todos los conceptos ideológicos del contrarelató. Los autores de este periódico, aunque no dudan en enfrentarse ideológicamente al poder político y económico dominante, no se identifican con las causas sociales ni las defienden abiertamente y, además, no visibilizan la represión de las protestas populares por parte de las autoridades.

El Roto evita toda referencia concreta a personalidades e instituciones y opta por adoptar un lenguaje más indirecto y abstracto en sus ataques de modo que su oposición ideológica se expresa más a través de la sugerencia que de la afirmación directa. Este estilo expresivo puede reforzar aún más el ataque crítico pero, en todo caso, no puede ser calificado de una denuncia abierta y explícita contra objetivos concretos del poder político y económico.

Forges pone en el punto de mira la oligarquía económica y la Banca ante la que lanza un ataque directo y vehemente y también sale a la defensa de los derechos laborales que se agreden y denuncia la erosión del sistema democrático. Erlich, por su parte, centra su atención crítica en la eurozona, los planes de rescate y las medidas de austeridad y sus consecuencias en la sociedad española, griega y europea.

El humorismo gráfico de los autores de *El Mundo* se alinea, sin duda, con el discurso de ataque al poder establecido. Ricardo, Guillermo, Gallego & Rey e Idígoras y Pachi desarrollan todos los puntos del discurso del ataque crítico al poder aunque no profundizan en la crítica al modelo de democracia representativa ni en la visibilización de las consecuencias sociales de la crisis económica. Finalmente, los movimientos de protesta no cobran una dimensión protagonista en su discurso.

2. En cuanto a la prensa griega la publicación cuyo humorismo gráfico representa más claramente el discurso defensor del poder establecido es, sin duda, *Ta Nea*. En este periódico se desarrollan en extensión y profundidad todos los conceptos básicos del relato legitimador del poder de modo claro y directo. Jantzopoulos y Mitropoulos ponen énfasis especial en su crítica hacia el sindicalismo y las protestas sociales. A nuestro parecer, su discurso de descalificación y culpabilidad de la sociedad griega y su papel en la crisis roza el cinismo.

El único matiz diferenciador que podemos observar son algunas excepciones del humorismo gráfico de Mitropoulos en las que tematiza las consecuencias de las políticas aplicadas en las clases más débiles de la sociedad griega.

En las antípodas encontramos a *Elefcerotypia* y *To Pontiki* donde todos los autores unánimemente articulan un discurso de ataque frontal y directo a las autoridades políticas y económicas nacionales e internacionales. Los humoristas gráficos de estos periódicos desarrollan extensamente todos los conceptos básicos del contrarelató.

Kathimerini constituye un ejemplo interesante puesto que destaca la diferencia del punto de vista entre los dos autores que forman su plantilla de humor gráfico.

El discurso de Andreas Petroulakis se identifica con el discurso defensor del poder. Este autor subraya con insistencia las responsabilidades de la ciudadanía ante la crisis, y los obstáculos que suponen para su superación el sindicalismo y los movimientos de protesta.

Además, merece la pena mencionar que Petroulakis evita cuidadosamente pronunciarse ante temas arduos de la escena política como el papel de la Troika en la crisis griega y prefiere mantener silencio o adoptar un estilo de humorismo gráfico ligero y agradable que, sin embargo, no consigue esconder su afiliación ideológica.

Por otra parte, Ilias Makris, ataca al poder político y económico establecido, y visibiliza los resultados de la política ejercida entre las clases medias y bajas. También es cierto que Makris reproduce el discurso del peligro social que suponen las huelgas y subraya las consecuencias negativas que pueden tener las protestas sociales en sectores importantes de la economía nacional como el turismo.

Finalmente, en el discurso de Dermentoglou, el principal humorista gráfico de *Elefceros Tipos*, se entrecruzan también distintos puntos de los dos relatos ideológicos principales. Este autor ataca críticamente la clase política nacional e internacional y destaca la responsabilidad de la banca en la crisis financiera. A nivel social, reproduce el tópico de la responsabilidad del pueblo griego y lo acusa de ser incompetente e improductivo, al tiempo que sus referencias a las luchas populares son escasas y anecdóticas.

3. En cuanto al *Cartoon Movement*, se puede afirmar que el discurso articulado por los autores del humorismo gráfico en el marco de esta plataforma digital es un discurso de ataque crítico al poder político y, sobre todo, económico, que destaca las consecuencias negativas del modelo impuesto a las sociedades europeas y sale a la defensa de las causas sociales que intentan desafiarlo.

El tono crítico de los humoristas gráficos del *Cartoon Movement* no es diferente que el de sus colegas en la prensa convencional. Lo que sí es diferente es, en ocasiones, el establecimiento de la agenda que permite comentar asuntos que en la prensa convencional pasan desapercibidos. Nos referimos, por ejemplo, al tema del gasto militar de Grecia (dirigido a la industria armamentística alemana) como factor causante de su deuda soberana (Ejemplo 102).

En resumidas cuentas, si pretendemos hacer una valoración global de los discursos articulados en la muestra, tenemos que afirmar que los conceptos básicos de los dos principales relatos ideológicos sobre la crisis, sus causas y consecuencias son expresados y desarrollados de distinta manera según los medios y los autores. La crítica ejercida varía en extensión y profundidad y no siempre se mantiene una posición unitaria ante todos los temas.

El universo discursivo de cada autor debe ser visto en el marco de su intencionalidad y sus prioridades pero también dentro de los límites establecidos por cada publicación. La relación entre el discurso de los autores y el perfil ideológico-político del medio en el que publican es el tema que nos ocupa a continuación.

5.5.4. Coincidencia político-ideológica o voz alternativa al perfil editorial del medio.

En primer lugar, vamos a acercarnos a la relación entre el discurso que articula el humorista gráfico y el perfil ideológico-político del medio en el que publica su obra a través del punto de vista de los propios autores tal y como es expresado en las entrevistas. Nos referimos a las respuestas más sustanciales a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo caracteriza la relación que mantiene el humorista gráfico con el medio en el que trabaja?
- ¿Se puede tolerar la expresión de posturas diferentes a la línea editorial del medio para el que trabaja el humorista gráfico?
- ¿Puede haber contenidos censurados o procesos de autocensura en contenidos que se cree que no van a ser tolerados?

Stathis sostiene que dos son las condiciones posibles bajo las cuales los opinadores y entre ellos los humoristas gráficos, pueden expresarse libremente dentro del marco de cualquier publicación periodística. La primera es que haya coincidencia ideológico-política entre el autor y el medio y la segunda es que el medio se provea de normas deontológicas estrictas que permitan la polifonía.

Según Alfons López, sólo si se respetan las normas democráticas y, por supuesto, el autor y su obra, puede haber tolerancia ante posturas ideológico-políticas diferentes de la línea editorial. El ejemplo que aporta López para la prensa española es el humorismo gráfico de Ricardo en el periódico *El Mundo*. Vergara curiosamente utiliza el mismo ejemplo para referirse a la polifonía, aunque duda de los límites de esta tolerancia y de la libertad de los autores de este periódico a la hora de tocar asuntos polémicos insistentemente.

Para Vergara, la coincidencia ideológico-política es la clave que describe la relación que ha tenido y tiene con los medios con los que colabora. Este autor aclara sin vacilación alguna que el contenido ideológico-político de sus viñetas sólo podría ser aceptado y requerido por medios de signo progresista tal y como ha ocurrido durante toda su carrera profesional.

Forges, por su parte, afirma que se puede decir casi todo pero pensando bien como decirlo y de este modo alude al modo indirecto como cualidad característica del discurso del humorismo gráfico. Según este autor, es la complicidad con los lectores el elemento clave para la libertad de expresión del humorista. Es decir, la creación de un idioma propio que comparte el autor con sus lectores es lo que permite que en este discurso se acepten casi todos los contenidos requeridos por el emisor.

Los límites de la tolerancia de cualquier editor no son inmensos ni eternos afirma Petroulakis y parece reafirmar la duda de Vergara sobre la dificultad de insistir en asuntos polémicos y opuestos al perfil editorial. En la misma línea, Ilias Makris, admite que el editor siempre impone restricciones aunque sea de modo muy indirecto. El reto del humorista gráfico es, según Makris, moverse dentro de esta línea sin negar su propia visión ideológico-política ni los principios básicos que la rigen.

Zajaris afirma tajantemente que siempre hay un marco establecido por el editor dentro del que puede moverse el humorista gráfico. Según este autor, la autocensura, y no mayoritariamente la censura directa, es el proceso de control que prohíbe que se trasgredan los límites establecidos por el consejo editorial. Sin embargo, Zajaris aclara que estos límites son más flexibles para un humorista gráfico en relación con otros opinadores y esto es así porque este tipo de discurso puede proporcionar la coartada de la polifonía democrática a un medio.

La censura o la autocensura es para Stathis la muerte de la sátira. El humorista gráfico se autoanula si acepta cualquiera de estos procesos de control de contenido. Forges, López, Vergara y Stathis son los que en la entrevista declaran sin vacilación alguna que nunca han sido censurados ni autocensurados. Por otra parte, Ilias Makris, acepta que hay censura aunque bien encubierta e invisible, Petroulakis prefiere no responder a esta pregunta y Zajaris, como ya mencionamos, es el único en nombrar la autocensura como un proceso de control de contenidos.

Ahora bien, si nos fijamos en la relación entre el perfil ideológico-político de los medios escogidos y el discurso articulado por los autores del humorismo gráfico en ellos, tal y como esta relación es configurada en el corpus estudiado podemos sacar las siguientes conclusiones:

- I. En cuanto a la prensa española, notamos una indiscutible coherencia ideológica entre el perfil conservador de *ABC* y el humorismo gráfico que ejercen Puebla, Mingote y, en menor medida, Máximo. Esta coherencia es también obvia en las publicaciones progresistas de *Público* y *El Jueves* en las que los autores del humorismo gráfico expresan libremente su crítica al discurso neo-

liberal dominante y muestran su compromiso político con las clases sociales más desfavorecidas.

El Mundo que políticamente se sitúa en la derecha liberal es un ejemplo de polifonía dado que el humorismo gráfico que se articula en su seno no coincide con el perfil ideológico-político de este periódico. La voz del humorismo gráfico es una voz aparte, una voz crítica al discurso político-económico dominante que constituye un contrapunto en relación con la línea central del periódico.

La valoración del posicionamiento político de *El País* en la actualidad es un asunto pendiente que, en todo caso, excede los límites de esta investigación. Haría falta un análisis serio sobre el posible desplazamiento del perfil ideológico-político de este periódico desde una posición originaria de centro izquierda hacia una posición de centro-derecha o derecha. En cualquier caso, el humor gráfico de este periódico es crítico y combativo y no cabe duda de que es una voz alternativa dentro del panorama mediático español.

- II. En cuanto a la prensa griega, el humorismo gráfico de *Elefceros Typos* un periódico emblemático de la derecha griega (ver apartado 5.4.2.) no coincide con el perfil ideológico-político de esta. Aunque el discurso crítico de Dermentzoglou no es acentuadamente combativo y en ciertos temas se identifica con el relato defensor del poder establecido, no se puede negar el hecho de que constituya una voz bien diferenciada en relación con la línea central de esta publicación periodística.

En *Kathimerini*, periódico que se sitúa en la derecha liberal como ya hemos indicado, observamos coincidencia en cuanto al discurso del humorismo gráfico de Andreas Petroulakis y cierta diferenciación en cuanto al de Ilias Makris.

En *Elefcerotypia* y *To Pontiki* estamos ante un caso de evidente coincidencia entre la crítica ejercida por el humorismo gráfico y la línea editorial.

En el caso de *Ta Nea*, el cambio de su signo desde el centro político a posturas mucho más conservadoras debería ser estudiado y analizado a fin de sacar conclusiones fiables. En todo caso, este periódico fue un punto de referencia obligatoria para la prensa griega que defendió a ultranza la política de austeridad y recortes y, como hemos comprobado, el discurso del humorismo gráfico no constituyó una excepción al respecto.

La síntesis de los datos extraídos del estudio del corpus y de la opinión de los autores entrevistados sobre el tema de la relación entre el perfil ideológico-político del medio en el que publican y el discurso humorístico que producen en su seno nos conduce a concluir que dos son los factores principales que delimitan esta relación: por una parte, la coincidencia político-ideológica entre autores y medios pero también, por otra, la aceptación de voces alternativas en cuanto a la línea editorial.

La coincidencia entre el perfil ideológico-político de las publicaciones periodísticas y el signo ideológico de los humoristas gráficos que publican en ellas es un fenómeno real y generalizado. Incluso podríamos suponer que constituye un criterio de inclusión en la plantilla del periódico tal y como comenta Vergara. Parece lógico y coherente que un periódico del signo político del *Público* contrate a Vergara, del mismo modo, que parece inimaginable e incongruente que este autor fuera contratado por *ABC*. El discurso del humorismo gráfico es un discurso eminentemente político y de ahí que no sea extraño que manifieste sus afiliaciones y que se incluya en contextos mediáticos

políticamente afines.

Por otra parte, el discurso del humor gráfico también puede constituir una voz alternativa dentro del marco de la publicación periodística en la que aparece. De este modo, puede ser un discurso crítico al poder político establecido dentro de un contexto mediático que no lo es. La polifonía democrática, supuesto valor indiscutible de la prensa dentro del marco de una democracia liberal, puede permitir la inclusión de voces críticas y la defensa de posturas políticas diferentes de la línea editorial.

Sin embargo, tenemos que hacer unas aclaraciones al respecto. En primer lugar y según comprobamos en la muestra, los límites de la tolerancia son finitos dado que los autores que constituyen una voz alternativa en el seno de su publicación no desarrollan de igual extensión y profundidad los conceptos del contrarelato. En segundo lugar, no podemos ignorar la cuestión de si esta tolerancia responde al profundo respeto de las normas democráticas por parte de la edición o simplemente le proporciona la coartada de la polifonía democrática y la apariencia de respetarla al introducir un tipo de discurso, el humorístico, que tradicionalmente goza de mayor permisividad.

La teoría de la coartada de la polifonía democrática es sostenida por la mayoría de los humoristas gráficos entrevistados que opinan que su mayor grado de libertad emana de su función como “bufones de la corte” a los que se les permiten más libertades al no considerarse peligrosos o dañinos.

Excepto Alfons López que considera que los humoristas gráficos gozan de la misma libertad de expresión que los demás opinadores del periódico (incluso menciona que en *Público* hay otro tipo de textos mucho más críticos que los suyos), todos los demás autores entrevistados coinciden en que gozan de mayor grado de tolerancia y de libertad de expresión que sus compañeros de otros géneros de opinión a causa de las características propias de este tipo de discurso, es decir, de su carácter humorístico.

Sin embargo, no figura entre nuestros propósitos dar respuesta a esta cuestión, que bien podría formar el núcleo de una investigación venidera. Lo que aquí nos hemos propuesto en cuanto a aspecto humorístico de este lenguaje periodístico es definir la función que desempeña en el marco mediático en el que se inserta y a este análisis pasamos a continuación.

5.6. LA FUNCIÓN DISCURSIVA DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA PRENSA GRIEGA Y ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA

Un principio fundamental del humor político tal y como éste empezó a configurarse en su primera manifestación en Occidente, es decir en la comedia clásica griega, era que las flechas críticas de los autores deberían ser dirigidas exclusivamente a los poderosos y nunca al pueblo (ver apartado 2.2.1.).

Este principio sigue siendo definitorio para el humor político que se produce en la esfera pública actual puesto que hablar de sátira política equivale a hablar de un género que utiliza el humor para atacar al poder, al menos a nivel programático. Stathis es uno de los autores entrevistados que al definir su tarea como humorista gráfico se define justamente en este punto. Creemos que merece la pena mencionar sus palabras exactas al respecto:

“El humor político defiende al débil ante el poderoso. El humor del poderoso es cínico (o mejor dicho es el cinismo por antonomasia), existe para mofarse de

los débiles y manifestar expresamente la relación de dominación. En cambio el humor del débil (y de los que lo defienden) es el humor que busca la liberación”

El humor político es el que defiende al débil. En caso contrario estamos ante una expresión del cinismo del poderoso hacia el débil. La cuestión nos remite a la doble función del humor político como control o como resistencia social que hemos analizado a nivel teórico en el apartado 3.3.2.1. Esta vez nuestro objetivo es elaborar estos conceptos teóricos en base a los datos resultantes del análisis del corpus de esta investigación a fin de verificar y enriquecerlos como también a fin de ampliar el alcance de esta discusión teórica.

5.6.1. El humor gráfico político como control social

Uno de los principales argumentos de Benton (1988) para defender que el humor político funciona, ante todo, como control social es justamente el hecho de que sus invectivas pueden dirigirse hacia objetivos adversos a los que teóricamente debería tener, es decir, no dirigirse a los poderosos sino a los débiles.

Los datos resultantes de esta investigación confirman el argumento anterior y ofrecen ejemplos contundentes de humor gráfico político cuyo objetivo es desvalorizar y ridiculizar al pueblo y no a las autoridades. Nos remitimos a la temática de la culpabilización del pueblo griego por la crisis y la insistencia de la acusación de haber vivido por encima de sus posibilidades en autores como Jantzopoulos y Mitropoulos en *Ta Nea*, como también al tono burlón y ridiculizador que adoptan en *ABC Mingote* y *Puebla* en su discurso humorístico ante los movimientos de protesta y los ciudadanos que participan en ellas.

Un ejemplo muy característico de este ataque crítico a “los de abajo”, presente tanto en la prensa griega como en la española, es el de la satirización y ridiculización de las personas mayores por el hecho de participar en las protestas sociales a pesar de su edad (es el caso de Mitropoulos y Máximo).

Es válido recordar al respecto la definición de Billig (2005) sobre el humor disciplinario, un tipo de humor que funciona como fuerza correctiva para condenar actitudes y posturas sociales que no respetan las normas establecidas. Por lo visto, según estos autores, que personas mayores tengan una actitud social de protesta activa ante medidas económicas y sociales que afectan a su vida y a la vida de sus descendientes excede las normas establecidas y es digno de ser estigmatizado. Es un comportamiento social que según esta visión ideológica debe ser corregido.

El uso del humor disciplinario por los humoristas gráficos de ideología conservadora no creemos que sea causal. Billig, al desarrollar el concepto teórico del humor disciplinario comenta que sus manifestaciones más frecuentes son el humor racista y sexista y que tradicionalmente se enlaza con la ideología conservadora dominante, pues difícilmente podría ser practicado por autores que se oponen a ella.

En efecto, dos de los autores de la entrevista Panos Zajaris y Bernardo Vergara al ser preguntados sobre la relación entre humor político e ideología identifican este tipo de humor con la ideología conservadora de algunos de sus colegas y afirman que el único límite que ellos mismos ponen en su discurso humorístico es que este no tenga contenido discriminatorio ante los diferentes grupos étnicos, raciales, sexuales, etc. Su objetivo es el poder, y más en concreto, molestar al poder como afirma Vergara, así que en su discurso no cabe el humor “disciplinario”.

El discurso del humorismo gráfico político no puede sino corresponder a la ideología político-ideológica de su autor y el objetivo de este discurso es la clave que manifiesta abiertamente dicha ideología. Si el objetivo es la sociedad griega y la española que pecan por sus malas costumbres y sus mentalidades antiproductivas, si el objetivo es el mundo del trabajo, los funcionarios públicos y los trabajadores en huelga, y finalmente, si el objetivo es la movilización social de alumnos y abuelos que protestan en las calles contra los planes de recortes, obviamente estamos ante un discurso humorístico de claro signo conservador cuya función es la que Benton define como control social.

Si atacar “a los de abajo” es una vertiente importante de este discurso del humorismo gráfico, reproducir el discurso de la ideología dominante y legitimar el poder son, sin duda, las demás vertientes sustanciales del relato de este tipo de humorismo gráfico.

En este marco podemos incluir todas las temáticas que en la muestra han sido relacionadas con el discurso defensor y legitimador del poder como la falta de alternativas posibles, la naturalización de la crisis, la prevalencia de la economía ante la política, la apelación al concepto de unidad nacional entendida como anulación de las contradicciones clasistas y la llamada a la obediencia y la aceptación del nuevo orden de cosas. Conceptos que reproducen sin más los principios y postulaciones fundamentales de la ideología dominante.

Bajo esta luz se confirma la teoría de Tsakona (2009) según la cual la principal función del humor gráfico periodístico es reproducir y reafirmar los valores sociales dominantes aunque es necesario aclarar que la validez de la teoría de Tsakona se limita a un tipo de humor gráfico periodístico y no al conjunto del género.

En resumen, los datos resultantes de este estudio confirman que hay un tipo de humor político y, en este caso, de humor gráfico político que funciona como control social. En el discurso de este tipo de humor gráfico político se invierten los principios ancestrales de la sátira dado que el ataque crítico se dirige a los débiles, se condenan los comportamientos sociales que trasgreden las normas sociales establecidas y, sobre todo, se reproducen y legitiman los conceptos base de la ideología dominante.

La articulación de este tipo de humor gráfico político está en estrecha relación con la posición ideológico-política del autor y del medio en el que se produce este discurso. Humor e ideología política son dos fenómenos estrechamente relacionados e interdependientes de modo que la ideología política determina el tipo y el contenido del humor y, en última instancia, la función social de este mensaje.

Si cambia el punto de vista ideológico hacia posiciones más progresistas, el humor político puede dar un giro copernicano en relación con su carácter de control social y funcionar como un discurso crítico y reivindicativo que se pone al servicio del cambio social y defiende la igualdad y el respeto de los derechos laborales, sociales y humanos.

5.6.2. El humor gráfico político como resistencia social

Marjolean't Hart (2007) considera el humor político como un discurso emancipatorio y reivindicativo que va de la mano de los movimientos sociales de resistencia ante las autoridades políticas y económicas establecidas. Para Hart este tipo de discurso humorístico es una de las armas que poseen los débiles para subvertir los valores del discurso hegemónico y para defender los derechos y las libertades sociales (ver apartado 3.3.2.2.).

En este caso estamos ante una voz de protesta y de crítica profunda ante las injusticias sociales y la deshumanización de las mayorías en beneficio de las oligarquías. Y esta voz está presente en la muestra del humorismo gráfico político que constituye el objeto de este estudio.

En efecto, abundan en la muestra las temáticas relativas a la crítica, el sarcasmo y la ridiculización del poder político y sus representantes nacionales e internacionales como también el abierto desafío y culpabilización de las oligarquías económicas por haber engendrado la crisis económica y por haberla manejado de manera que las mayorías sociales pagaran las consecuencias.

Este discurso de humorismo gráfico es, como Hart anota, una verdadera arma de defensa de los derechos sociales, un arma de crítica ideológica que contribuye a la creación de la conciencia colectiva de “los de abajo” al poner luz en las causas que provocan su malestar, al condenar a los verdaderos culpables y al poner en escena las verdaderas consecuencias de la imposición del modelo político-económico neoliberal en la sociedad griega y española.

En una parte considerable de las temáticas que hemos analizado en detalle en el apartado 5.4.3., estamos ante un humorismo gráfico combativo que se pone al servicio de las causas sociales y que no duda en señalar con nombres y apellidos a los autores políticos y financieros del “austericidio” que sufrieron estas sociedades. El derecho al *ὄνομαστί κωμωιδεῖν*, es decir, el derecho a ridiculizar abiertamente a una personalidad política con nombre y apellido (ver apartado 2.2.1.), del que gozaban los autores satíricos en la época de la comedia griega vuelve a cobrar importancia y es una de las estrategias de ataque del humorista político.

En éstas temáticas de signo crítico y progresista estamos ante un humorismo gráfico que deconstruye los principios y los argumentos de la ideología política y económica dominante y que grita con toda su voz que el rey está desnudo. Un humorismo gráfico que reivindica la democracia y la justicia social y que, sin lugar a dudas, funciona como resistencia social, como una llamada a la emancipación y la activación de los sujetos políticos. Y, finalmente, estamos ante un humorismo gráfico que dirige sus flechas críticas al contexto mismo en el que se ve insertado, a los medios de comunicación que en vez de informar se han puesto al servicio de las élites económicas y políticas y no hacen más que abogar a favor de sus ideologemas.

Algunos de los autores entrevistados confirman también la adecuación del concepto de arma crítica de Hart al discurso del humorismo político que ejercen. Zajaris, comenta que el humor es para él su arma en una guerra de ideas y afirma que deconstruir los argumentos del poder establecido es una de sus principales tareas. Para Stathis, la sátira política es como un arte marcial. Sus tácticas se caracterizan por estrategias y emboscadas al ser, en palabras del autor, “una guerra heterodoxa como la de guerrilla”.

Para Vergara el humorismo gráfico es un “arma para derivar ideologías”, es un discurso que puede atacar directamente al enemigo. El mayor grado de agresividad que tiene el discurso humorístico de este autor obedece, según sus palabras, a la necesidad de “ir al grano” y “señalar directamente el mal”. Por su parte, Alfons López señala como tareas principales de su trabajo el “dejar al desnudo a los pensamientos oficiales” y provocar polémica en la discusión pública.

En resumen, para este tipo de humorismo gráfico es fundamental ofrecer lecturas alternativas a las hegemónicas a fin de provocar la reflexión, levantar la duda ante las

certezas sociales y, en última instancia, contribuir a la concienciación social del lector. Es el humor político subversivo tal y como lo hemos definido en el apartado 3.3.1.1.

Un argumento en contra de lo que acabamos de afirmar es presentado por Benton que opina que el humor político es un discurso supuestamente crítico que, sin embargo, fomenta la pasividad política al funcionar como una válvula de escape que sirve para descargar momentáneamente el descontento para permitir que se siga el curso de las cosas sin alteraciones sustanciales.

En primer lugar, es preciso destacar que dentro del corpus estudiado sí que se puede comprobar el carácter de pasividad política que inspiran ciertas entidades de humorismo gráfico, al ser puramente descriptivas y al tematizar asuntos de la vida política de modo inconsistente y superfluo. Reírse de la figura de un político al ridiculizar aspectos de su carácter y comportamiento puede ser un ejemplo de discurso humorístico político que funciona como válvula de escape en los términos que Benton explica. Se proporciona una descarga momentánea del descontento sentido ante él sin necesariamente cuestionar las opciones políticas que representa.

Nos referimos, sobre todo, a unidades de humorismo gráfico de autores como Andreas Petroulakis que expresamente acepta en la entrevista que su objetivo es aligerar la carga periodística de la actualidad política y ofrecer un estímulo de diversión a sus lectores.

Sin embargo, el hecho de que haya humor político, y en este caso humor gráfico político, que funcione de esta manera no significa que esta afirmación pueda ser válida para caracterizar este género discursivo en su conjunto. Nada menos exacto, sobre todo, si nos referimos a un humorismo gráfico de calibre crítico y combativo como el que estudiamos en este apartado.

El humor gráfico político que funciona como resistencia social, según los datos que en esta investigación hemos manejado, no puede caracterizarse por ofrecer un discurso de pasividad política ni de válvula de escape que en realidad apacigua toda tendencia verdaderamente crítica. Al contrario, esta investigación nos permite afirmar con certeza que estamos ante un discurso verdaderamente crítico que se enfrenta al poder establecido y cuyos objetivos básicos son deconstruir los principios ideológicos dominantes y emancipar al lector.

La crítica al humor político como un discurso crítico y emancipatorio también se centra en la cuestión de su efectividad, es decir, de si consigue cumplir con los objetivos que acabamos de mencionar. A nuestro parecer, la aportación más valiosa al respecto es la de Efharis Mascha (2011), quien opina que el humor político es una protesta pacífica que no puede efectuar un cambio radical en el sistema social aunque sí puede transformar a un micro-nivel la conciencia política de los sujetos y proporcionarles un sentimiento de liberación ante la opresión que sufren del bloque del poder.

A favor de esta conclusión aboga también la opinión de la mayoría de los autores entrevistados que opinan que el humorismo gráfico puede funcionar como un estímulo de concienciación pero sólo dentro de un conjunto más amplio de estímulos que impulsan hacia esta dirección. Efectivamente, no se puede juzgar la efectividad de este discurso crítico si es visto como un elemento aislado. Sin embargo, dentro de un contexto más amplio de reivindicaciones políticas y sociales creemos que puede contribuir al pulso hacia la concienciación y la activación de los sujetos sociales.

5.6.3. Valoración final de la función de las unidades del humorismo gráfico de la muestra

Una vez establecida la función social del humorismo gráfico político dentro del marco general de la función social del humor político como control o resistencia, es preciso ahora determinar la función discursiva que cumple cada unidad del humorismo gráfico de la muestra de acuerdo con el significado global del mensaje y su posicionamiento ante las autoridades políticas, económicas o sociales que constituyen el objetivo de su crítica.

Esta valoración final de la función discursiva de los textos en base a su significado global y el posicionamiento político que defienden puede contribuir al esfuerzo de establecer un modelo de categorización de estos textos que allane el camino de su estudio más profundo y sistemático.

Press fue el primer teórico del género en proponer un modelo de categorización del humorismo gráfico político según su forma y contenido al distinguir entre tres tipos fundamentales: la viñeta política descriptiva, la satírica risible y la satírica destructiva (ver apartado 3.3.1.3.).

Paletz, aunque su objeto de estudio es más amplio y comprende todo tipo de manifestaciones del discurso humorístico político, también ha intentado establecer un modelo de categorización basado en la función discursiva que cumplen estos textos. Recordamos que la distinción de Paletz es cuartipartita y comprende las siguientes categorías: el humor político “de apoyo”, el humor político benigno, el humor político que socava y el humor político subversivo (ver apartado 3.3.1.3.).

Nuestro objetivo es, pues, aprovechar estos antecedentes y explotar los datos resultantes del análisis del corpus estudiado del humorismo gráfico a fin de ofrecer un nuevo modelo de categorización que, en base al contenido y al posicionamiento político ante las Autoridades criticadas, pueda determinar la función discursiva última de los textos del humorismo gráfico periodístico.

No cabe duda de que para una elaboración científicamente más sólida harían falta más datos y pruebas que constatarían o alterarían la propuesta que aquí vamos a ofrecer. Así que más que un modelo de categorización universal de los textos del humorismo gráfico lo que proponemos es un esquema primigenio que pueda servir de base para elaboraciones futuras.

El estudio de cada unidad de humorismo gráfico de la muestra dentro del marco de la ficha de contenido completada concluía con la redacción de una valoración final del contenido y una mención explícita de la función discursiva de cada mensaje.

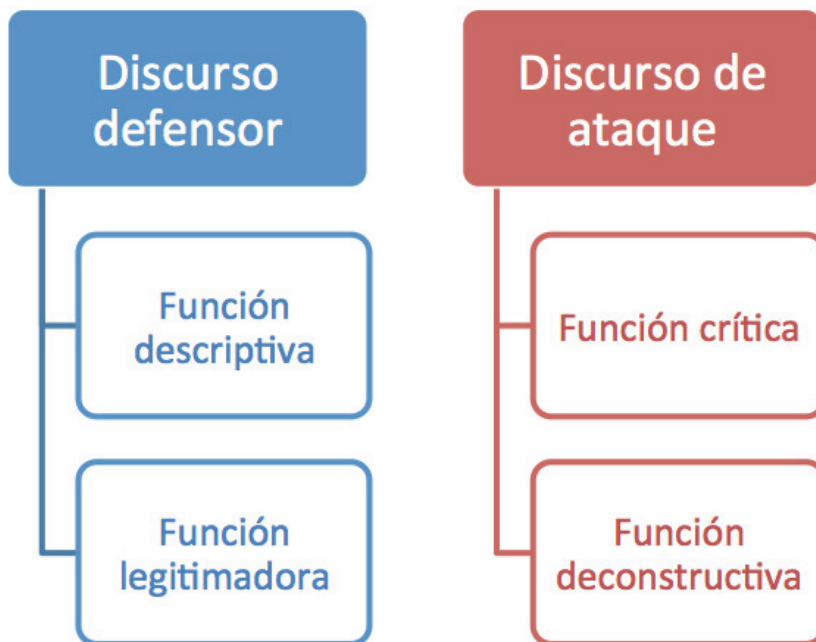
La elaboración posterior del contenido global de este apartado de la ficha de contenido condujo a la observación de que todas las piezas de la muestra podrían ser divididas en cuatro categorías que abarcaban todas y cada una de las unidades del humorismo gráfico estudiadas. Cuatro categorías que se refieren a la función discursiva y crítica que cumple el texto del humor gráfico y que son las siguientes: a. Legitimadora, b. Descriptiva, c. Crítica y d. Deconstructiva.

- a. Una unidad de humorismo gráfico se define como legitimadora cuando la finalidad de su mensaje es apoyar al poder político y argumentar a favor de las opciones políticas tomadas de sus representantes.
- b. Una unidad de humorismo gráfico se define como descriptiva cuando la fina-

- lidad de su mensaje es ofrecer una imagen supuestamente neutra de la realidad política que tematiza sin tomar una postura explícita ante esta.
- c. Una unidad de humorismo gráfico se define como crítica cuando la finalidad de su mensaje es cuestionar el poder y poner en duda la realidad política a la que se refiere.
 - d. Una unidad de humorismo gráfico se define como deconstructiva cuando la finalidad de su mensaje es cuestionar el poder y desarrollar una argumentación que desvirtualiza los postulados ideológicos del pensamiento político hegemónico.

Una observación válida para la muestra del humorismo gráfico aquí estudiada es que las unidades de humor gráfico que se incluyen en las categorías *legitimadora* y *descriptiva* corresponden al discurso defensor del poder político mientras que las categorías *crítica* y *deconstructiva* al discurso de ataque al poder político.

Ilustración 9: Función discursiva del humorismo gráfico



6. CONCLUSIONES

En esta investigación hemos abordado la importancia del discurso del humor político en el debate público tal y como éste se desarrolla en los medios de comunicación. En concreto, el trabajo se ha centrado en el discurso del humor gráfico político en la prensa griega y española de un período determinado (mayo de 2011- mayo de 2012) en el que la discusión pública gira alrededor de la crisis de deuda de la eurozona, de las decisiones políticas tomadas por las fuerzas hegemónicas en la UE y por los gobiernos nacionales de Grecia y de España ante esta crisis, así como de las consecuencias que estas decisiones políticas han tenido para la ciudadanía.

Para enmarcar teóricamente la estrategia discursiva del humor gráfico en los medios de comunicación se ha presentado la discusión teórica sobre el humor (su definición y sus funciones comunicativas), por una parte, y, por otra, se ha realizado un breve recorrido histórico del humor político en general y del humor gráfico en la prensa griega y española en particular. Además, se han estudiado y analizado en detalle las cualidades y características del género. La conclusión de este análisis es que el humor gráfico político es un discurso periodístico mixto óptico-verbal, breve, atractivo e ingenioso que explota las referencias culturales y contextuales compartidas entre el autor y los lectores para aportar un comentario crítico de la realidad sociopolítica.

A fin de contextualizar el discurso del humorismo gráfico político en el panorama de la comunicación mediática actual, se ha analizado el papel de los medios de comunicación en la esfera pública contemporánea. En las conclusiones de este análisis se ha destacado la degradación estructural (financiarización de los medios de comunicación) y representativa (mercantilización del discurso político) de la esfera pública y las consecuencias que esta degradación conlleva para el funcionamiento del sistema político de la democracia. En contrapunto, se han presentado las nuevas perspectivas que abogan por la regeneración política y mediática del modelo actual al proponer reconquistar el valor crítico del discurso periodístico y, dentro de este marco, del discurso del humor político periodístico.

De especial relevancia para el contexto de esta investigación es atender al debate teórico sobre la función social del humor político. Debate que se desarrolla alrededor de dos polos opuestos: el que define el humor político como control social y el que lo define como resistencia social. El objetivo ha sido exponer la argumentación fundamental de cada punto de vista, y sintetizar y actualizar los términos de este debate. Este análisis ha servido de marco teórico para poder estudiar la función social y política del discurso del humorismo gráfico en la prensa griega y española. La conclusión de este análisis es que, en efecto, el humor político puede tener esta doble función dependiendo de la óptica política y de la intencionalidad del productor del mensaje humorístico. A este respecto y en el marco de la visión del humor como resistencia social, se ha analizado el mecanismo semántico y cognoscitivo del humor político subversivo y se ha valorado la presencia e importancia de este tipo de humor en los medios de comunicación.

La investigación perseguía dos grandes objetivos:

Estudiar, en primer lugar, tanto la forma y las estrategias narrativas y humorísticas aplicadas como el contenido ideológico-político de cada una de las 1200 unidades que constituyeron la muestra escogida; y en segundo lugar, analizar el discurso ideológico del humorismo gráfico tal y como este se configura en la prensa griega y española contemporánea.

El trabajo partía de una triple hipótesis:

Primero, la suposición de que cada texto del humorismo gráfico tiene un contenido político-ideológico determinado; contenido que se puede explicitar tras el análisis de la opinión y la estructura argumentativa subyacente.

Segundo, la suposición de que cada texto del humorismo gráfico establece una relación dialéctica con el contexto mediático en el que se encuentra y puede ser acorde o no a la posición ideológico-política de este contexto mediático.

Y tercero, la suposición de que la función discursiva que cumple el texto del humorismo gráfico dentro del contexto mediático en el que se encuentra está en estrecha relación con el contenido ideológico-político que este texto conlleva. Una visión ideológica opuesta a la dominante produce un mensaje crítico y combativo mientras que una visión ideológica acorde a la dominante produce un mensaje de respaldo y legitimación de la ideología dominante.

El análisis de los datos de la muestra según la metodología escogida y en base a la hipótesis y los objetivos descritos ha conducido a las siguientes conclusiones:

I. CARACTERÍSTICAS FORMALES

El humor gráfico periodístico dominante en la muestra estudiada se expresa mayoritariamente en forma de viñeta, es decir, de desarrollo del contenido óptico-verbal en una sola escena. La forma de la tira o desarrollo en más de una escena es existente pero minoritaria (ver Ilustración 1).

Una importante característica formal del género es la combinación equilibrada e indisoluble entre texto e imagen que, además constituye un objetivo declarado de los autores que lo ejercen. Cuando prevalece uno de los dos elementos constitutivos, la imagen es la protagonista. Las unidades del humorismo gráfico en las que prevalece la palabra son excepcionales (ver Ilustración 2).

En cuanto al tipo de texto, el monólogo de un personaje en su combinación con la aparición de texto integrado en el dibujo es el más representativo. El diálogo es también un recurso explotado mientras que la aparición exclusiva del texto integrado en el dibujo comprueba ser un ingrediente que exalta la fantasía y la creatividad de los autores, pues ofrece una amplísima gama de posibilidades expresivas (ver Ilustración 3).

II. ESTRATEGIAS NARRATIVAS

La estrategia narrativa por excelencia del discurso del humor gráfico estudiado es la metáfora visual. Predomina en la mayoría de las viñetas y es la estrategia predilecta de los humoristas gráficos, según los autores entrevistados.

En el marco de la presentación metafórica de un tema se explotan significaciones y representaciones simbólicas arraigadas en el trasfondo cultural que comparten los emisores y los receptores del texto. De este modo, podemos afirmar que el humorismo gráfico es un signo cargado de representaciones culturales que indican el sustrato cultural tanto del autor como de la comunidad a la que se dirige. Por esta razón, constituye un objeto de investigación ideal para los estudios culturales e interculturales.

A fin de resaltar la importancia de este aspecto, se han presentado las principales

referencias culturales que constituyeron la base para la creación de las metáforas visuales del humor gráfico de la muestra. Entre ellas, las más destacadas son la cultura clásica griega, la cultura popular y el arte y la tradición judeo-cristiana.

El estudio de la muestra nos conduce, además, a la conclusión de que la metáfora visual no es la única estrategia narrativa que se puede emplear en el género. Una parte minoritaria pero existente de humorismo gráfico no puede ser explicada en términos de simbolismos y de representaciones culturales y exige la aplicación de nuevos conceptos explicativos.

En esta parte minoritaria destaca la óptica de descripción realista por parte del autor, y, sobre todo, el protagonismo del discurso de personajes arquetípicos o reales pero, en todo caso, reconocibles para la sociedad a la que va dirigido el mensaje. Para categorizar esta estrategia narrativa introducimos el término de la *escenificación discursiva*.

La escenificación discursiva es la puesta en escena del discurso de los personajes protagonistas a fin de concentrarse en el contenido del discurso y transmitir la opinión del autor sobre el tema elegido. La escenificación de este discurso puede hacerse con mayor o menor detalle descriptivo pero sin que el enfoque plástico pueda cobrar mayor relevancia que la palabra (para el conjunto de las estrategias narrativas ver Ilustración 4).

Independientemente de la estrategia narrativa adoptada por el autor tres son los tipos de actantes del discurso del humorismo gráfico: los personajes reales, los personajes simbólicos y los símbolos. Los tres cobran especial importancia en este discurso y sus combinaciones son continuas y multidireccionales.

Sin embargo, los personajes simbólicos, es decir, los personajes que simbolizan una clase, un grupo social o incluso un pueblo entero, son los que tienen representación mayoritaria en la muestra estudiada (ver Ilustración 5).

III. ESTRATEGIAS HUMORÍSTICAS

En esta investigación hemos analizado el fenómeno discursivo del humor según la base explicativa de la Teoría de la Incongruencia (ver apartado 2.1.1.1.). De este acervo teórico hemos extraído también las herramientas analíticas para categorizar y definir las estrategias humorísticas que caracterizan este tipo de discurso. Hemos analizado el funcionamiento de estas estrategias en el humorismo gráfico y hemos estudiado en detalle su importancia y su valor para la construcción del significado en las unidades del humorismo gráfico de la muestra.

Según las conclusiones obtenidas, la estrategia de mayor peso en este tipo de discurso es la ironía, concebida como la expresión de un sentido implícito de desaprobación y actitud crítica ante otro discurso proferido. Especial interés ha merecido el estudio de la realización de los mensajes irónicos en base a la combinación del texto y la imagen, es decir, de los dos elementos constitutivos de este discurso.

La conclusión final a la que se ha llegado es que la ironía es una estrategia fundamental para la construcción de estos mensajes y un procedimiento retórico universal para el discurso del humorismo gráfico.

También se ha valorado y constatado empíricamente la importancia de otras estrategias humorísticas como el chiste, el juego de palabras, el neologismo, la adaptación

de estilo de otros géneros discursivos, el cambio de registro o código lingüístico, la metáfora verbal y el paralelismo (ver Ilustración 6). Todas las estrategias humorísticas han sido ilustradas con ejemplos representativos de la muestra.

IV. ANÁLISIS DEL CONTENIDO IDEOLÓGICO-POLÍTICO DE LAS UNIDADES DEL HUMORISMO GRÁFICO DE LA MUESTRA.

El análisis del contenido ideológico-político de las unidades de la muestra se realizó a través de tres ejes fundamentales: el tema de cada unidad, la argumentación del autor sobre este tema y el objetivo de la crítica de la unidad.

En el marco de cada publicación periodística se analizaron las diferentes posturas expresadas por las unidades del humorismo gráfico sobre cada uno de los cuatro bloques temáticos escogidos: a. El poder político nacional y europeo, b. El poder económico. La Banca y el sistema financiero, c. La sociedad ante la crisis y d. Los medios de comunicación.

Se establecieron así los distintos enfoques críticos que se desarrollan por los autores dentro del contexto de cada publicación, se analizó el hilo argumentativo y el pensamiento que sostiene dicha argumentación y se hizo explícita la posición político-ideológica implícita en cada uno de los textos.

Este análisis comprobó que, en efecto, cada texto del humorismo gráfico es un texto de opinión y argumentación sólida que como cualquier otro texto de opinión y comentario periodístico expresa una posición político-ideológica determinada en relación con la realidad política, económica o social que tematiza.

El análisis del contenido político-ideológico de todas las unidades del humorismo gráfico de la muestra, aparte de verificar el primer eje de la hipótesis central de esta investigación, nos proporcionó los datos necesarios para configurar la estructura conceptual de los distintos relatos ideológicos que se articulan a lo largo de esta muestra.

V. ANÁLISIS DEL DISCURSO IDEOLÓGICO DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA PRENSA GRIEGA Y ESPAÑOLA ESCOGIDA

Los relatos ideológicos básicos que se articulan a lo largo de esta muestra sobre la crisis y sus repercusiones político-económicas en la sociedad española y griega son dos: un relato que defiende la legitimidad del poder político-económico establecido y reproduce su discurso ideológico y un contrarelato, es decir, un relato que se opone, que critica y que intenta deconstruir el discurso ideológico dominante sobre esta crisis.

Hemos presentado la estructura conceptual de estos dos discursos o relatos ideológicos de la muestra y los axiomas que los sustentan (ver ilustración 7). De la misma manera, hemos intentado establecer las pautas de la lógica interna de cada relato ideológico y hemos analizado la argumentación en la que se basan sus creencias fundamentales.

También, se ha examinado la materialización de los dos relatos ideológicos en los medios y en los autores de la muestra dado que los conceptos base de estos relatos no estaban desarrollados con la misma extensión y profundidad en todos ellos. Se han analizado todos los casos por separado y se ha presentado un panorama analítico de la articulación de los dos discursos ideológicos en todos los medios de la muestra (ver ilustración 8).

Este examen ha permitido averiguar la relación entre el discurso de los autores y el perfil ideológico-político del medio en el que publican y ha verificado el segundo eje de la hipótesis central de esta investigación. Pues, en efecto, la relación entre el texto del humorismo gráfico y el contexto mediático en el que se inserta es determinada por dos factores principales: La coincidencia político-ideológica entre autores y medios y la aceptación del humorismo gráfico como una voz alternativa en relación con la línea editorial.

En base a los datos del análisis y de las propias voces de los autores podemos afirmar que la coincidencia y afinidad política entre los autores del género y los medios con los que colaboran es una realidad indiscutible. Incluso, se puede afirmar que dicha afinidad política es un criterio importante para establecer esta colaboración profesional.

Por otra parte, el humorismo gráfico también puede constituir un discurso político crítico dentro de un contexto mediático que no lo es. La polifonía democrática puede permitir que a través de este género se defiendan posturas políticas dispares a la editorial.

VI. FUNCIÓN DISCURSIVA DEL HUMORISMO GRÁFICO EN LA MUESTRA

Finalmente, a la pregunta de si el humorismo gráfico periodístico es un discurso crítico cuya función es cuestionar certezas y poner en tela de juicio los axiomas de la ideología política dominante, se responde que éste, como cualquier otro discurso periodístico, debería serlo aunque no siempre lo es.

Debería serlo incluso en un grado superior al de un artículo de opinión al pertenecer a la categoría de la sátira política, es decir, a una rica tradición que en diferentes momentos históricos ha desarrollado un relato activo de oposición frontal ante el discurso hegemónico de distintas épocas históricas (ver apartado 2.2.).

En el panorama actual de debate público tal y como este se desarrolla en el marco de los medios de comunicación (ver apartado 3.2.), el discurso del humorismo gráfico puede, del mismo modo que otros géneros periodísticos, perder su función crítica, asimilar los cánones del pensamiento único y reproducir sin más sus postulados principales.

El mismo discurso, sin embargo, puede ser vehículo de una visión crítica, combativa y emancipatoria de la realidad política y social de modo que cumpla tanto con su deber periodístico como con las normas ancestrales de un género creado para atacar el poder.

El discurso del humorismo gráfico periodístico como todo discurso público es profundamente ideológico independientemente de si se reconoce o no como tal. La posición ideológica de partida determinará la función que el humorismo gráfico desempeña en la prensa. Y esta conclusión viene a verificar el tercer eje de la hipótesis central de esta investigación que destaca precisamente la relación entre la ideología política y la función discursiva del humorismo gráfico en la prensa.

Para ser más exactos y, según el análisis de la muestra, cuatro son las categorías exactas de la función discursiva que puede cumplir el texto del humor gráfico en la prensa: a. La legitimadora, b. La descriptiva, c. La crítica y d. La deconstructiva. Las categorías legitimadora y descriptiva corresponden al discurso defensor del poder político mientras que las categorías crítica y deconstructiva al discurso de ataque al

poder político (ver ilustración 9).

En resumen, las conclusiones de este trabajo vienen a confirmar la hipótesis central que constituyó su punto de partida:

En cuanto a la primera parte de la hipótesis, podemos afirmar que cada texto del humorismo gráfico es un texto de opinión y argumentación que expresa una posición político-ideológica determinada en relación con la realidad política, económica o social que tematiza.

En cuanto a la segunda parte de la hipótesis, podemos afirmar que cada texto del humorismo gráfico establece una relación dialéctica con el contexto mediático en el que se encuentra y puede expresar afinidad o no a la posición ideológico-política de este contexto mediático.

En cuanto a la tercera parte de la hipótesis, podemos afirmar que, en efecto, la posición ideológica de partida determinará la función que el humorismo gráfico desempeña en la prensa. Partir de una visión ideológica opuesta a la dominante produce un mensaje crítico y combativo, en cambio, partir que una visión ideológica acorde a la dominante produce un mensaje de respaldo y legitimación del poder político establecido.

Sin duda, las conclusiones de esta investigación deben ser ampliadas y elaboradas en futuras investigaciones para consolidar tanto el método aplicado como su efectividad en el estudio de este género que, según todos los autores entrevistados, tiene un gran futuro por delante. El humorismo gráfico no se restringe en la prensa convencional o digital sino que ocupa el interés de las redes sociales, de blogs y de plataformas digitales caso del *Cartoon Movement* que aquí hemos examinado.

El campo del estudio del humorismo gráfico y de todos los demás géneros del humor político en los medios de comunicación es un campo abierto y prometedor aunque no debidamente estudiado. Esta investigación partió con la ambición de cubrir parte de esta injustificada carencia. Esperamos que este trabajo pueda ser de utilidad a investigaciones futuras que se propongan completar el estudio del discurso del humor político en los medios de comunicación.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Almiron, Núria (2011). From Financialization to Low and Non-profit: Emerging Media Alternatives for Freedom. *TripleC* 9(1), 39-6.
- Almiron, Núria (2007). La convergencia de intereses entre banca y grupos de comunicación: el caso de SCH y PRISA. *Zer*, 22, 41-67.
- Almiron, Núria (2006). *Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA*. Tesis Doctoral. Departamento de Periodismo y Ciencias de Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Alvarado Ortega, María Belén (2005). La ironía y la cortesía: una aproximación desde sus efectos. *ELUA*, Universidad de Alicante, 19, 33- 47.
- Álvarez de Sotomayor, Carlos (1999). Qué es el pensamiento único. *INETemas. Publicación del Instituto de Estudios Transnacionales de Córdoba*, 16, 10-14.
- Attardo, Salvatore (2007). Irony As Relevant Inappropriateness. In: *Irony In Language and Thought*. Gibbs, Raymond and Colston, Herbert (eds.) London. LEA Lawrence Erlbaum Associates.
- Attardo, Salvatore (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Humor Research 1. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Attardo, Salvatore (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Humor Research 6. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Austin, John.Langshaw (1962). *How to do things with words*. Clarendon Press. Oxford
- Bajtín, Mijaíl (1998). *La cultura popular en la edad media y en el renacimiento: el contexto de François Rabelais*. Madrid. Alianza Editorial.
- Barbe, Katharina (1995). *Irony in Context*. Pragmatics and Beyond New Series. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company
- Bardín Laurence (1986). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal. Madrid
- Baym Geoffrey (2005).The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*, 22(3), 259-276.
- Becker, Dan.(1996) *A Brief History of Political Cartoons*. University of Virginia. Disponible en Web: <http://xroads.virginia.edu/MA96/PUCK/part1.html>. Consultado en 28/07/2015.
- Benton, Gregor (1988). The Origins of the Political Joke. In: *Humour in Society. Resistance and Control*. Powel, Chris and Paton George (eds). London. The MacMillan Press LTD.
- Bergson, Henri (1986). *La risa*. Madrid. Espasa Calpe, serie Austral.
- Billig, Michael (2005). *Laughter and Ridicule: toward a social critique of humor*. London. Sage

- Blommaert, Jan. (2005). *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press
- Bozal, Valeriano (1968). El arte popular en la España del siglo XIX. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 218, 276-301.
- Bremmer, Jan & Roodenburg, Herman (eds.) (1999). *Una historia cultural del humor: desde la Antigüedad a nuestros días*. Sequitur. España.
- Burkart, María Elisa (2007). La prensa de humor político en Argentina, *Question*, 1(15). Disponible en Web: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/420>. Consultado en 08/08/2015.
- Castells, Manuel (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 78-93.
- Castells, Manuel (2010). *The Power of Identity*. Ed. Wiley-Blachwell.
- Castillo García, Carmen (1971). Tópicos de la sátira romana. *Cuadernos de filología clásica*, 2,147-164.
- Chamorro Díaz, Martha (2005). El humor gráfico desde una perspectiva retórica *ICONO*, 5, 1-17
- Chilton, Paul (2004). *Analysis Political Discourse.Theory and Praxis*. Roudledge London.
- Cohen, Michael (2007). "Cartooning Capitalism": Radical Cartooning and the Making of American Popular Radicalism in the Early Twentieth Century. In: *Humour and Social Protest*. Hart, Marjolein't and Bos, Dennis (eds). International Review of Social History Supplements (Supplement 15). New York. Press Syndicate of the University of Cambridge, 35-58.
- Conde Martín, Luis (2005). *El humor gráfico en España. La distorsión intencional*. Madrid. Asociación de la Prensa de Madrid.
- Conners, Joan L. (2007). Popular Culture in Political Cartoons: Analyzing Cartoonist Approaches. *Political Science and Politics*, 40(2), 261-265.
- Correa, Soledad (2009). El humor como estrategia de cortesía positiva en *De oratore*. *Argos*, 32(2), 216-90.
- Coupe, William (1969). Observations on a Theory of Political Caricature. *Comparative Studies in Society and History*, 11(1), 79-95.
- Crawford, Mary (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics*. 35(9), 1413-1430.
- Critchley, Simon (2002). *On Humour: Thinking in action*. London: Routledge
- Curcó, Carmen (2004). Ironía, persuasión y pragmática: el caso de la caricatura política mexicana contemporánea. *Acta Poética*, 25 (2), 333-375.
- Dahlgren, Peter (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication:

- Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162.
- Dahlgren, Peter (2009). *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press
- Davies, Christie (1990). *Ethnic humour around the World: A comparative analysis*. Bloomington, Indiana University Press.
- De Toro Muñoz, Francisco Miguel (2012). La sátira y el humor político en el Tercer Reich. Los delitos contra la *Volksgemeinschaft*. *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea*.11(3). Disponible en Web: http://www.studistorici.com/2012/10/29/de-toro_numero_11/ Consultado en 08/08/2015.
- Demertzis, Nikos (2002). (En griego) *Comunicación política*. Atenas. Ed. Papazisis.
- Dentith, Simon (2000). *Parody, The new critical idiom*. London: Routledge.
- Duví, Lina (2002). (En griego). *El reino de la risa: La prensa satírica y la cuestión nacional 1875-1886*. Atenas: Bibliopolio tis Estias.
- El Refaie, Elisabeth (2003). Understanding visual metaphor: the example of newspaper cartoons. *Visual Communication* 2,75-95.
- Elliot, Robert (1960). *The Power of Satire: Magic, Ritual, Art*. Princeton. Princeton University Press.
- Fairclough Norman (2003) *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. Roudledge. London.
- Freud, Sigmund (1991). *Jokes and their Relation to the Unconscious*. Harmondsworth: Penguin
- Gee, James Paul.(2003). *What Video Games Have to Teach us about Learning and Literacy*. Palgrave Macmillan, New York.
- Gilmartin Patricia. & Brunn Stanley (1998). The representation of women in political cartoons of the 1995 world conference on women. *Women Studies International Forum*. 21(5), 535-549.
- Goldstein, Rober Justin (1989a). Censorship of Caricature in France, 1815-1914. *French History*, 3(1), 71-107.
- Goldstein, Rober Justin (1989b). The Debate over Censorship of Caricature in Nineteenth-Century France. *Art Journal*, 48(1), 9-15.
- Graf, Fritz (1999). *Cicerón, Plauto y la risa romana*. **En: Una historia cultural del humor: desde la Antigüedad a nuestros días** / coord. por Jan Bremmer, Herman Roodenburg, 29-40.
- Gramsci, Antonio (1971). *Selections from the Prison Notebooks* (eds. Q. Hoare and G. Nowell Smith). London: Lawrence and Wishart.
- Greenberg, Josh (2002). Framing and Temporality in Political Cartoons: A Critical Analysis of Visual News Discourse. *The Canadian Review of Sociology and Anthropo-*

logy, 39(2),181-197.

Grice, Paul (1975). Logic and Conversation. In: *Syntax and Semantics*, Vol. 3, Speech Acts, ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. New York: Academic Press, 41-58.

Grindon, Gavin (2004). Carnival against capital: A comparison of Bakhtin, Vaneigem and Bey. *Anarchist Studies*, 2(2),147-61.

Guinsler, Natalie (2008). Tesis Doctoral. *Rhetorical humor framework: a communicative approach to the study of humor*. The Ohio State University.

Gruner, Charles (1997). *The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Gruner, Charles (1976). Wit and Humour in Mass Communication. In: *Humour and Laughter: Theory, Research and Applications*/ Ed. by Chapman, Antony & Foot, Hugh, 287-311.

Habermas, Jürgen (2011). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid. Ed. Catedra.

Habermas, Jürgen (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16, 411-426.

Habermas, Jürgen (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.

Habermas, Jürgen (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article. *New German Critique*, 3, 49-55.

Hall, Stuart (2006). Encoding/Decoding. In: *Media and Cultural Studies. Key Works*. Meenakshi Gigi Durham and Douglas M. Kellner (eds). Blackwell Publishing, 163-174.

Halliwell, Stephen (1991). Comic Satire and Freedom of Speech in Classical Athens. *The Journal of Hellenic Studies*, 111, 48-70.

Hart, Marjolean & Bos, Dennis (eds.) (2007). *Humour and Social Protest*. International Review of Social History Supplements (Supplement 15). New York. Press Syndicate of the University of Cambridge

Harvey, David (2009). Is this really the end of Neoliberalism? *Counter Punch* 13. Disponible en Web: <http://www.counterpunch.org/2009/03/13/is-this-really-the-end-of-neoliberalism/> Consultado en 08/08/2015.

Hempelmann, Christian & Samson, Andrea, (2007). Visual puns and verbal puns: descriptive analogy or false analogy? In: Popa, D., Attardo, S.(Eds.), *New Approaches to the Linguistics of Humor*. Academica, Galati, 180-196.

Herman, Edward & Chomsky, Noam (2006). A Propaganda Model. In: *Media and Cultural Studies. Keywords*. Meenakshi Gigi Durham and Douglas M. Kellner (eds.). Blackwell Publishing, 257-295.

Hernández González, M.^a Belén (1999). El humor, la ironía y el cómico: códigos trans-

- gresores de lenguajes e ideologías. *Signa: revista de la Asociación Española de Semiótica*, 8, 217-232.
- Hodgart, Mathew (1969). *La Sátira*. Madrid. Editorial Guadarrama.
- Holborow, Marnie (2007). Language, ideology and neoliberalism. *Journal of Language and Politics*, 6(1), 51-73.
- Holmes, Janet (2000). Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Work Place. *Discourse Studies*, 2(2), 159-185.
- Howley, Kevin (2007). Community media and the public sphere. In: E. Devereux (Ed.), *Media studies: Key issues and debates*. London: Sage Publications, 342-60.
- Humphrey, Chris (2000). *Bakhtin and the study of popular culture: Re- thinking carnival as a historical an analytical concept*. In: C. Brandist, & G.Tihanov (eds.), *Mateliazing Bakhtin: The Bakhtin circle and social theory*. Oxford: Macmillan Press Ltd., 164-172.
- Hutcheon, Linda (1992). The complex functions of irony. *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, 16, 219-234.
- Jones, Jeffrey P. (2010). *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement* (2nd edition). New York: Rowan and Littlefield.
- Kartali, María (2011). (En griego). Tesis Doctoral. *Política y viñeta política en Grecia del siglo XIX: una relación paralela*. Universidad Panteios de Ciencias Sociales y Políticas. Departamento de Comunicación Social y Cultura.
- Keane, John (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios Sociológicos* XV, 43, 47-77.
- Krikmann, Arvo (2007). Contemporary Linguistic Theories of Humor. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, 33, 27-57.
- Kristeva, Julia (1986). Word, dialogue and novel. In: *The Kristeva Reader*. (ed. Toril Moi) Oxford: Basil Blackwell.
- Kunzle, David (1983). Between Broadsheet Caricature and "Punch": Cheap Newspaper cuts for the Lower Classes in 1830s. *Art Journal*, 43(4), 339-346.
- Lakoff, George y Johnson, Mark (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Larsen, Egon (1980). *Wit as a Weapon: The Political Joke in History*. London. F. Muller.
- Limor, Shifman, Stephen Coleman & Stephen Ward. (2007). 'Only joking? Online humour in the 2005 UK general election. *Information, Communication & Society*, 10(4), 465-487.
- Lippett, John (1995). Humor and Superiority. *Cogito* 9(1), 54-61.
- Llera Ruiz, José Antonio (2003a). Una aproximación interdisciplinar al concepto del

humor. *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 12, 613-628.

Llera Ruiz, José Antonio (2003b). Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde el *Duende Crítico de Madrid* hasta *Gedeón*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, 203-214.

López de Maturana Diéguez, Virginia (2005). «ABC ante la cuestión vasca en la Transición y la Democracia (1975-2001)». *El Argonauta español*, 2. Disponible en Web: <http://argonauta.revues.org/1197> Consultado en 08/08/2015.

Lynch, Owen (2002). Humorous Communication: Finding a Place for Humour in Communication Research. *Communication Theory*, 12(4), 423-445.

Manning, Haydon & Phiddian, Robert (2004). In defence of the political cartoonists license to mock. *Australian Review of Public Affairs*. 5(1), 25-42.

Martin Rod (1998). Approaches to the sense of humor: A historical view. In: *The sense of humor: Exploration of personality characteristic*. W. Ruch (Ed.). New York: Mouton de Gruyter, 15-62.

Martin Rod, Nicholas A. Kuiper, L. Joan Olinger, and Kathryn A. Dance (1993). Humor, coping with stress, self-concept, and psychological well-being. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 6(1), 89-104.

Martín Rojo, Luisa (2007). Discursos en guerra. Crónicas y humor político en torno a la ocupación de Irak. *Discurso & Sociedad*, 1(4), 575-603.

Mascha, Efharis (2011). Mocking Fascism. Popular Culture and political satire as counter-hegemony. In: *Studies in Political Humor. In between political critique and public entertainment*. Tsakona, Villy & Popa Diana Elena (eds.) Amsterdam/ Philadelphia. John Benjamins Publishing Company, 191-213.

Massi, Palmira (2008). El humor es cosa seria. Discursos transgresores en la prensa alternativa norpatagónica. *Comunicación y Medios*, 18, 155-175.

McChesney, Robert W. & Schiller, Dan (2003). The Political Economy of International Communications: Foundations for the Emerging Global Debate about Media Ownership and Regulation. Technology, Business and Society Programme. United Nations Research Institute for Social Development. Disponible en Web: <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/C9DCBA6C7DB78C2AC1256BDF0049A774?OpenDocument> Consultado en 08/08/2015.

McChesney, Robert W. (2003). The Problem of Journalism: a political economic contribution to an explanation of the crisis in contemporary US journalism. *Journalism Studies*, 4(3), 299-329.

McChesney, Robert (1999). The new global media. *The Nation*. Disponible en Web: <http://www.thenation.com/article/new-global-media/> Consultado en 08/08/2015.

Meddaugh, Priscilla Marie (2010). Bakhtin, Colbert, and the Center of Discourse: Is There No "Truthiness" in Humor? *Critical Studies in Media Communication*, 27(4), 376-390.

Medhurst, Martin J. & Desousa Michael A (1981) Political cartoons as rhetorical form:

A taxonomy of graphic discourse. *Communication Monographs*, 48(3), 197-236.

Meléndez Malavé, Natalia (2008). La libertad de expresión más allá de los límites de la viñeta. *Tebeosfera 2ª Epoca*, 2, Sevilla: Tebeosfera. Disponible en Web:http://www.tebeosfera.com/documentos/textos/la_libertad_de_expresion_mas_alla_de_los_limites_de_la_vineta.html Consultado en 04/09/2012.

Meléndez Malavé, Natalia (2007). De la lucha de clases a la igualdad de sexos: la sociedad española de transición a través de las viñetas de Máximo en «El País». **En:** *Humor y sociedad en el mundo hispánico contemporáneo* / coord. por Marie-Claude Chaput, PILAR : Université Paris X-Nanterre, 67-90.

Meléndez Malavé, Natalia (2005). Tesis Doctoral. *El humor gráfico en el diario El País durante la transición política española(1976-1978)*. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Departamento de Periodismo.

Mendell, Clarence Whittlesey (1920). Satire as Popular Philosophy. *Classical Philology*, 15(2), 138-157.

Méndez, Ana Irene y Morales Elda (2010). Comunicación y sistema democrático. *Utopía y Práxis Latinoamericana*, 15(51), 81-97.

Moreno, Carmelo (2008). Humor político, entre la terapia y el ridículo. Notas para una teoría política que hable del humor en serio. **En:** *Política para un mundo en cambio*. VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración, 18, 19 y 20 de septiembre de 2007. Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración. Ed. Universidad de Valencia. Disponible en Web: http://www.aecpa.es/uploads/files/congresos/congreso_08/area1/GT-3/MORENO-CARMELO.pdf Consultado en 08/08/2015.

Morreall, John (2005). Humour and the Conduct of Politics. **In:** *Beyond a Joke. The Limits of Humour*. Lockyer Sharon and Pickering Michael (eds.). London. Palgrave Macmillan, 63-78.

Morreall, John (1987). *The philosophy of laughter and humor*. Albany: State University of New York.

Morreall, John (1983). *Taking Laughing Seriously*. Albany: State University of New York Press.

Moss, Dori. (2007). The Animated Persuader. *Political Science & Politics*, 2, 241-244.

Mulkay, Michael (1988). *On Humor: Its Nature and Its Place in Modern Society*. Cambridge: Polity Press

Navarro Vicenc, Torres López Juan, Garzón Espinosa, Alberto (2011). *Hay alternativas*. Editorial Sequitur.

Navarro, Vicenc. (2012). La estafa de la deuda pública. *elplural.com*. Disponible en Web:elplural.com/opinion/la-estafa-de-la-deuda-pública/

Nevo Ofra, Giora Keinan, and Mina Teshimovsky-Arditi (1993). Humor and pain tolerance. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 6(1), 71-88.

Nocera, Pablo (2009). Parodia, Ironía e ideología carnavalesca. *Marxismo y literatura*

en la socio-semiótica bajtiniana. *Nómadas*, 22, Universidad Complutense de Madrid, 1-26.

Norrick, Neal R. (2003). Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, 35(9),1333-1359.

Ortiz, E. B., Gallego, F. A. M.,y Mompert, J. L. G. (Eds.). (2010). La risa periodística: Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica. Tirant lo Blanch.

Orwell, George (1944) Funny, But Not Vulgar, *Leader Magazine*, December 1. Disponible en Web: http://orwell.ru/library/articles/funny/english/e_funny Consultado en 08/08/2015.

Papadaniil, Aristarjos (2006). (En griego). *Caricatura Política Griega: El aspecto serio de un arte cómico*. Atenas. Ed. Syllipsis.

Peñamarín, Cristina (2002). El humor gráfico del franquismo y la formación de un territorio translocal de identidad democrática. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 7, 351-380.

Peñamarín, Cristina (1996). El humor gráfico y la metáfora polémica. *La Balsa de la Medusa*, 38, 107-132.

Phillips-Anderson, Michael Andrew (2007). Tesis Doctoral. *A Theory of Rhetorical Humor in American Political Discourse*. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland.

Pirandello, Luigi (2002). Esencia, Caracteres y materia del humorismo. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 7, 95-130.

Popa, Diana Elena (2011). Political Satire dies last. A study on democracy, opinion formation, and political satire. In: *Studies in Political Humor. In between political critique and public entertainment*. Tsakona, Villy & Popa Diana Elena (eds.) Amsterdam/ Philadelphia. John Benjamins Publishing Company, 137-165.

Press, Charles (1981). *The Political Cartoon*. Toronto. Associated University Press.

Psijoyós, Dimitris (2010). (En griego) *Los medios de comunicación impresos*. Atenas, Editorial Kastaniotis.

Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de los medios*. Madrid. Clave Intelectual.

Ramonet, Ignacio (1999). El pensamiento único. *INETemas. Publicación del Instituto de Estudios Transnacionales de Córdoba*,16, 4-5.

Ramonet, Ignacio (2003). El quinto poder. *Le Monde diplomatique*, edición española. Disponible en Web: <http://monde-diplomatique.es/2003/10/ramonet.html> Consultado en 08/08/2015.

Randall P, Harrison (1981) *The Cartoon. Communication to the Quick*. Sage Publication: London.

Raskin, Victor (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Studies in Linguistics and Phi-

Iosophy 24. Dordrecht. D. Reidel Publishing Company.

Ruiz Collantes, Francisco Javier (1986). Tesis Doctoral. La imagen para reír. Semiótica del humorismo y la comicidad en la imaginería periodística. Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Ciencias de la Información.

Ruch, Willibald (2002). Humor Research. *14th Conference of the International Society of Humor Studies*. Bertinoro, July 2002, Italy.

Salguero, Tejeiro Ricardo y Gross, Teodoro León (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la Comunicación*, 78,1-11.

Santander, Pedro. 2011. Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta moebio* 41: 207-224

Sapranidis, Dimitris (1975). (En griego) *Historia de la caricatura política griega*. Vol.I. Atenas. Ed. Papazisis.

Schiller, Herbert (1974). *Los manipuladores de cerebros. Libre empresa, imperialismo y medios de comunicación*. Buenos Aires: Granica

Schultz, Charles (1977). The Psycho-Logic of Political Humour. In: *It's a Funny Thing Humour*. Chapman, Antony J. and Foot, Hugh C. (eds.) Oxford. Pergamon Press, 65-69.

Segado Boj, Francisco (2007) *España 1975: choque generacional y choque ideológico: juventud y madurez en el humor gráfico de la época*. En: *Humor y sociedad en el mundo hispánico contemporáneo* / coord. por Marie-Claude Chaput, PILAR: Université Paris X-Nanterre, 29-43.

Segado Boj, Francisco (2008). Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974-1977). *Comunicación y Sociedad*, 21(2),141-169.

Segado Boj, Francisco (2009). Un tópico perpetuado. La imagen de la mujer en el humor gráfico de la prensa diaria durante la transición (1974-1977). *Zer*, 14(27), 203-224.

Sierra Infante, Sonia (2012). Humor y crítica social en la red en el entorno del 15M. *Discurso & Sociedad*, 2012, 6(3), 611-635.

Simpson, Paul (2003). *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satiric Humour*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.

Solomos, Alexis (2009). (En griego) *Aristófanes vivo*. Atenas. Ed. Kedros.

Sosa, Nélica Beatriz (2007). Del humor y sus alrededores. *Revista de la Facultad*,13, 169-183.

Steimberg, Oscar (2001). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. *Signo y seña*, 12, 99-118.

Streicher, Lawrence H. (1967) On a Theory of Political Caricature. *Comparative Studies in Society and History*, 9(4), 427-445

Suniti Bal, Anjali (2011). Cartoons: when politics are too serious to be left to politicians. Introduction to the special issue, Cartoons and Political Marketing: Challenges in an Age of New Media. *Journal of Public Affairs*. 11(3), 135-136.

Tejeiro, Ricardo (2007). Análisis categórico de contenidos de las viñetas de prensa mediante la técnica del *card sorting*. Disponible en Web: <http://prensatejeiro.blogspot.com/2008/08/anlisis-de-contenido-de-las-vietas-de.html> Consultado en 10/10/2012.

Thompson, John B. (2011). Los límites cambiables de la vida pública y privada. *Nueva época*, 15, 11-42.

Thompson, John B. (1996). La teoría de la esfera pública. *Voces y culturas*, 10, 1-12.

Tsakona Villy (2004). (En griego) Tesis Doctoral. *El humor en el discurso narrativo escrito: Acercamiento lingüístico*. Universidad de Atenas. Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Lingüística Aplicada.

Tsakona, Villy, (2007). (En griego). A sociolinguistic approach to political cartoon humor. Paper presented at the 8th International Conference on Greek Linguistics. Ioannina, August 30–September 2, Greece

Tsakona Villy (2008). (En griego) La representación humorística de la realidad política: El caso de la viñeta política contemporánea. **En:** *El discurso de la comunicación de masas: El caso griego*. Periklis Politis (ed). Tesalónica. Instituto de Estudios Neohelénicos. Fundación Manolis Triandafillidis, 25-49.

Tsakona, Villy (2009). Language and image interaction in cartoons: towards a multimodal theory of humor. *Journal of Pragmatics*, 41(6), 1171-1188.

Tsakona, Villy (2011). Humor, religion and politics in Greek cartoons: Symbiosis or conflict? **In:** *Humor and Religion. Challenges and Ambiguities*. Hans Geybels & Walter Van Herck (eds.). London. Continuum Religious Studies, 248-267.

Tsakona, Villy & Popa Diana Elena (eds.) (2011). *Studies in Political Humor. In between political critique and public entertainment*. Amsterdam/ Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.

Van Dijk, Teun A. (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. *Universidad Veracruzana*, Xalapa, México, 5, 37-53.

Van Dijk, Teun A. (1994). Discurso, poder y cognición social. Conferencias de Teun A. Van Dijk. *Cuadernos Maestría en Lingüística*. 2, 1-93.

Van Dijk, Teun A. (1996a). Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y Culturas (Barcelona)*, 10(2), 9-50.

Van Dijk, Teun A. (1996b). Análisis del discurso ideológico. *Versión* (México D.F.) 6, 15-43.

Van Dijk, Teun A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*. 186, 23-36.

Van Dijk, Teun A. (2005a) Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. 29, 9-36.

- Van Dijk, Teun A. (2005b). Política, ideología y discurso. *Quórum Académico*. 2(2),15-47.
- Van Dijk, Teun A. (2005c). Discurso, conocimiento e ideología. *Cuadernos de Información*, Universidad Complutense de Madrid. 10, 285-318.
- Van Dijk, Teun A. (2010). Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso. *Revista de Investigación Lingüística*. 13, 167-215.
- Varoufakis, Yanis. (2012). *El minotauro global*. Editorial Capitan Swing.
- Vázquez Anderson, Annel A (2004). Más allá de Habermas: La realidad de los medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara. México, 002, 247-273.
- Vivero García, María Dolores (2006). Procedimientos discursivos y formas de humor en las columnas periodísticas francesas y españolas. *Sintagma* 18, 67-80.
- Waisanen, Don J (2009). A Citizen's Guides to Democracy Inaction: Jon Stewart and Stephen Colbert's Comic Rhetorical Criticism. *Southern Communication Journal*, 74 (2),119-140.
- Warner, Jamie (2007). Political Culture Jamming: The Dissident Humor of *The Daily Show With Jon Stewart*. *Popular Communication*, 5(1), 17-36.
- Waters, Clare (2011). Being Berlusconi. Sabina Guzzanti's impersonation of the Italian Prime Minister between stage and screen. In: *Studies in Political Humor. In between political critique and public entertainment*. Amsterdam/ Philadelphia. Tsakona, Villy & Popa, Diana Elena (eds.). John Benjamins Publishing Company, 167-189.
- Wiid Ria, Pitt Leyland F.& Engstrom Anne (2011). Not so sexy: public opinion of political sex scandals as reflected in political cartoons. *Journal of Public Affairs*. 11 (3), 137-147.
- Wodak Ruth y Meyer Michael (comps.) (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona. Gedisa
- Wolton, Dominique (2005). (En griego). *Pensar la comunicación*. Atenas. Ed.Sabalas
- Ximena Ávila, María (2002). La caricatura en el periodismo del nuevo siglo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 46, Disponible en Web://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/ latina46enero/4608ximena.htm
- Zijderveld, Anton C (1968). Jokes and Their Relation to Social Reality. *Social Research*, 35(2), 286-311.

