

## Informe pericial:

### LA CARICATURA

#### 1.-LA CARICATURA COMO HECHO CULTURAL Y ESTÉTICO.

Según Gombrich (1979: 296), tanto el término como la institución de la caricatura aparecen tardíamente en el arte occidental a finales del siglo XVI, y se considera a los hermanos Carracci como sus inventores. La etimología de “caricatura” remite también al idioma italiano “caricare”, significa exagerar, cargar.

El modo caricaturesco de representación no era culturalmente posible antes de la profunda reflexión sobre **las operaciones visuales** que supuso el Renacimiento pictórico, pero originariamente estuvo asociado a la pretensión típicamente barroca de lograr expresiones del carácter y de la emoción en el retrato, y al consiguiente desarrollo de la **fisionomía** como saber. La caricatura es el resultado de un proceso que tiende a la esquematización de las formas y a un desplazamiento de la **verosimilitud** hacia aspectos menos obvios que el puro reconocimiento perceptivo. Nuevamente en términos de Gombrich, la caricatura presupone “el descubrimiento teórico de la diferencia entre el parecido y la equivalencia”.

Sin duda hay precedentes de la caricatura en la cultura “grotesca” (según la denominación de Bajtin, 1974) de los carnavales y las fiestas medievales: el Bosco o Brueghel pueden ser interpretados como agentes paradigmáticos de la transición entre aquella y la nueva conciencia humanística. Pero cabe conjeturar que la “exageración” carnavalesca versaba más bien sobre **tipos** sociales (el clérigo, el mendigo, etc.), o sobre **arquetipos** de valores abstractos (la muerte, el pecado, etc.), es decir, sobre representaciones simbólicas y emblemáticas, en tanto que la caricatura propiamente dicha incorpora la representación de **individuos**, conforme al designio humanista y moderno.

Los objetivos de la representación caricaturesca son también comunes a los de la **literatura humorística** moderna, que se orienta fundamentalmente a la **sátira** (Quevedo, Swift) y secundariamente al cuestionamiento del propio lenguaje o sistema de representación (Sterno, Carroll), es decir, a la expresión metalingüística.

Así, la caricatura es un medio de crítica de personajes públicos, de instituciones y comportamientos políticos y también de costumbres populares.

Como instrumento satírico la caricatura apelaba implícitamente a un mundo más justo y más humano, al ideal moderno de emancipación. En palabras de Francés, (1930, 10): La caricatura “podrá haberse envilecido momentáneamente en ruines complacencias y reflejando aspectos y flaquezas humanas que nunca debieron salir a la luz; pero a pesar de todo, aún en las aparentes degradaciones, latían impulsos elevados, ansia de belleza, de libertad, de ética inclusive, que se levantaba por sobre las adulaciones pictóricas”. En nuestros días cabría añadir también por sobre las adulaciones fotográficas, si se piensa en el empleo a todas luces insidioso de la fotografía publicitaria que idealiza a los personajes públicos (en las “campañas de imagen”) fuera de todo criterio propiamente racional.

Artistas universales como Daumier, Hogarth, Philippon, Tenniel o Groesz están entre los grandes creadores de la sátira gráfica.

Al mismo tiempo la caricatura experimenta, en consonancia con el humor “metalingüístico” de la literatura, los procedimientos mismos de la representación satírica, las figuras de la alusión y del sobreentendido, las metáforas y metonimias visuales. Con ello contribuye al desarrollo del lenguaje gráfico moderno y a su “reflexividad”. La figura 1 (cfr, Apéndice) es un ejemplo de alusión a la relación marital de ciertos aristócratas sugerida por metonimia: reproduce una caricatura del dibujante Gillary (1756-1815).

Hay que añadir que España cuenta con una impresionante tradición de caricaturistas desde el propio Goya hasta Alenza, Ortigo, Pellicer, Mestres, Bagaría, Opisso y nuestros contemporáneos, algunas cuyas representaciones de personajes públicos han pasado al patrimonio iconográfico nacional.

## 2.-LA CARICATURA COMO EXPRESIÓN HUMORÍSTICA.

La caricatura es un modo humorístico de expresión, y le son aplicables todas las propiedades que la tradición teórica atribuye al humor:

A) La **incongruencia**: La experiencia humorística se justifica por la aprehensión de disyunción entre ideas o situaciones inusualmente emparejadas. Fue el punto de vista de Schopenhauer, y más modernamente de Bergson, Koestler, Bateson y Fry. Según estos dos últimos autores el humor se caracteriza por un brusco desplazamiento del “marco metacomunicativo”, es decir por la paradójica transición desde el orden de la “realidad” (proceso primario, universo del sentido común, etc) al orden del juego y la fantasía (metáfora, proceso secundario, etc) (cfr. Fry. 1963 y Bateson, 1976).

El parecer de Koestler (1964) es que el humor no halla su justificación en la relación de objetividad, en la descripción de hechos reales, sino en la contraposición (a la vez lógica y psicológica) de pautas interpretativas (“marcas de referencia”, “universos de sentido”, “matrices de pensamiento”, etc). El autor caracteriza específicamente la caricatura como exageración de lo relevante y simplificación de lo irrelevante, y halla en tal proceder una analogía con procesos de razonamiento como la **esquemmatización** propia del pensamiento científico o la **estilización** propia de toda creación artística.

Como se sabe, para Bergson (1973) la incongruencia característica de la comicidad se produce por la suposición de lo mecánico sobre lo vivo. Sin embargo, en el análisis particular de la caricatura Gombrich subraya una observación contraria: en la representación caricaturesca se produce una “ilusión de vida que puede prescindir de toda ilusión de realidad” (1979: 290) y, en efecto, el receptor de la imagen caricaturesca no encuentra en ella una cabal representación de lo real sino los indicios mínimos que permiten una referenciación de personajes y/o situaciones en un “mundo posible” convencionalmente reconocible como mundo de la ilusión humorística.

B)La **desafección**: Fue Bergson quien señaló que “la risa no tiene mayor enemigo que la emoción (...) Lo cómico, para producir un efecto, exige algo así como una momentánea anestesia del corazón. Se dirige a la inteligencia pura” (op. cit.: 15-16). Más recientemente Cohen ha señalado que el discurso cómico no procede desde la euforia a la disforia, es decir, de una emoción positiva a otra negativa, sino de la emoción a la **indiferencia afectiva**.

El recorrido axiológico de la representación humorística es análogo: la alegría es inducida por una contradicción axiológica entre términos con significación emocional opuesta, pero se resuelve en la neutralización recíproca de ambos términos: no del valor al antivalor, sino de la conjunción “valor-antivalor” al resultado de “no valor”, es decir hacia la neutralidad axiológica (1985: 57-58). El

humorismo desprende a la inteligencia del patetismo y la restituye a un mundo “indiferente y claro” (ibid.: 53).

Estas observaciones son de gran provecho para ratificar una opinión ampliamente extendida sobre los efectos del discurso humorístico, a saber, que lejos de producir una intensificación emocional de los conflictos a los que alude, lejos de cargar afectivamente los significados, el humor tiende a reducir su enconamiento y su carga afectiva. A conclusiones similares llegan los estudiosos partidarios de:

C)La **catarsis**: Según el punto de vista de Aristóteles (1994), la comedia se basa en la imitación de defectos ajenos (vituperación o ridiculización) en orden a la consecución de un efecto catártico o purificador (cuyas características, por desgracia, debieron de haberse formulado en la parte perdida de la **Poética**). También Bergson recoge esta perspectiva en **La Risa**: al reirse, la sociedad castiga ciertas excentricidades o transgresiones de las normas advertidas en quien sirve de blanco cómico. Freud, en su decisivo ensayo sobre el chiste, viene a encontrar en el origen del humor, la comicidad y el dicho ingenioso una compensación del yo, un valiosísimo mecanismo de defensa que permite esquivar distintos tipos de conflictos. El ahorro de energía psíquica (de inhibición, representación o sentimiento) es el fundamento “económico” de aquellas experiencias. (cfr. Freud, 1969).

La mayoría de los estudiosos del humor llaman la atención sobre sus virtudes “terapéuticas”, tanto en el orden de los conflictos psíquicos como en el orden de los sociales. Por eso pueden hoy resultar ingenuamente literales las intransigencias de un Bossuet cuando en sus **Maximes et réflexions sur la comédie** afirmaba que la imitación cómica es maligna y atenta contra la imagen sagrada (según citas de Duvignaud, 1985:45).

Cabe más bien pensar que las formas de desublimación, degradación y ridiculización del discurso humorístico actúan en un paréntesis ritual (afectivo y cognitivo) que no compromete la vigencia general de los valores positivos (la dignidad de las personas, el carácter sagrado de los símbolos, etc.) sino que más bien atenúa los sentimientos habituales de constricción frente a ellos. Como indica Cazeneuve (1984: 134), el destinatario del discurso humorístico percibe que se trata de un momento “al margen”, sin compromiso profundo para la personalidad ni para el comportamiento social. **El marco** (cognitivo, afectivo) de las situaciones humorísticas institucionalizadas (por ejemplo, en el género literario “comedia” o “revista de humor”, etc.) aligera el peso de los agravios, involucra un modo efímero y **sui generis** de transgresión de los valores. El chiste y la caricatura referidos a hechos-personajes públicos son formas de terapéutica social en las que no se trata tanto de inducir a derribar el poder, o sus signos de prestigio, cuanto de acostumbrarse a convivir con ellos. Como ya señalara Bajtin (1974: 85-87) las fiestas populares medievales, de aspecto tan irreverente y destructivo, fueron toleradas porque pese a sus ataques al poder y a las cosas sagradas no pasaban de ser formas imaginarias de liberación con un carácter efímero y marginal.

Tal como señala Cazeneuve (op. cit.: 223) es cómico “lo que, en el modo lúdico, simboliza o revela una revancha de la libertad sobre el automatismo”. Revancha, pues, en un mundo aparte, lúdico, ficticio, imaginario, que comporta una compensación igualmente imaginaria y sustitutoria. La condición misma del efecto humorístico reside en que los receptores no tomen como real aquello que está presentado expresamente de modo irreal, es decir, mediante procedimientos expresivos generalmente reconocidos como “no realistas”.

### 3.-LA VIRULENCIA DE LA CARICATURA.

He mencionado algunas de las propiedades de la caricatura en cuanto expresión humorística. Debo poner de relieve que sus mismos procedimientos gráficos (de estilización y esquematismo) **significan** la incongruencia cómica: entre ilusión de realidad e ilusión de vida, entre lo cierto y lo incierto; y prefiguran un marco interpretativo ajeno a las vigorosas expectativas del “principio de realidad”. En efecto, la distancia entre el modo gráfico de la caricatura y los modos gráficos de la fotografía o el dibujo “naturalista” no sólo es convencionalmente reconocible, sino que sirve como un indicador fundamental del **marco interpretativo** al que ha de remitirse el receptor: esa misma distancia gráfica es el signo de la distancia cognitiva que media entre “realidad” e “ilusión”, entre “serio” y “jocoso”, entre “trascendente” e “intranscendente”.

El amplio reconocimiento de esa distancia ha hecho posible la tolerancia social ( y de los poderes públicos) frente a las representaciones caricaturescas, incluso en períodos históricos marcados por la intolerancia y la proscripción de la crítica. No olvidemos que los rigores de la censura durante la era franquista se suspendían discretamente ante manifestaciones tan críticas (¡ y tan masivamente contempladas!) como las de las Fallas valencianas, las Pancartas de San Fermín, y algún que otro festejo carnavalesco. En esos casos, la sátira caricaturesca era muy directamente vivida como patrimonio de la colectividad.

En un país con tan rica tradición caricaturesca como Inglaterra, la tolerancia hacia este tipo de expresión gráfica alcanza incluso a caricaturas sumamente “degradantes” de los propios miembros de la familia real. Y lo que es más, una serie muy popular de la televisión británica presenta actualmente títeres caricaturescos como el reproducido en la figura 2 (cfr. Apéndice).

En todos estos casos puede conjeturarse el reconocimiento por parte de los poderes públicos de la profunda inocuidad de la caricatura y también del aprecio popular hacia este tipo de expresión, acaso por “la disposición del público a aceptar lo grotesco y lo simplificado”, posiblemente basada en que “su falta de elaboración garantiza la ausencia de indicios contradictorios” (Gombrich, op. cit. 290).

[ Se añade un apartado de valoración sobre el dibujo denunciado y concluye : ]

La virulencia posible del dibujo no va más allá de la que es propia de toda caricatura satírica: una representación que se presente a sí misma como ficticia, humorística y contestable.

Madrid 1986

Gonzalo Abril Curto  
Profesor de Teoría Gral. de la Información.  
Universidad Complutense de Madrid.

## APENDICE

Figura 1:

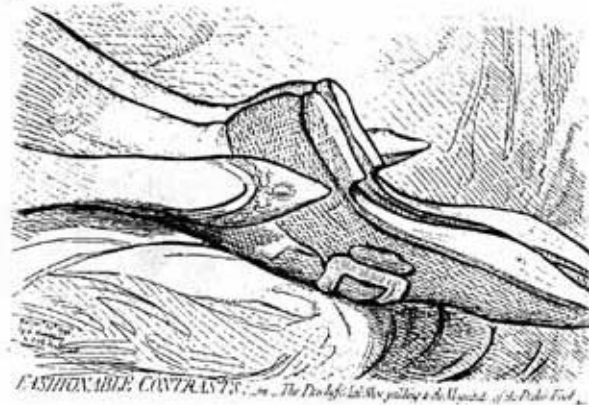


Figura 2:



La reina Isabel de Inglaterra según los creadores de *Spitting Image*, la serie más popular de la televisión privada británica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles:** *Poética de Aristóteles* (Edición de V. García Yebra). Madrid, Gredos, 1974.
- Bajtín, M.:** *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*; Barcelona, Barral, 1974.
- Bateson, G.:** *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires, Carlos Lohlé, 1976.
- Bergson, H.:** *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid, Austral, 1973.
- Cazeneuve, J.:** *Le mot pour rire*. París, La Table Ronde, 1984.
- Cohen, J.:** “Comique et poétique”, en *Poétique*, núm. 61.
- Duvignaud, J.:** *Le propre de l'homme. Histoires du comique et de la dérision*. París, Hachette, 1985.
- Francés, J.:** *La caricatura*. Madrid, Compañía Iberoamericana de Publicaciones, 1930.
- Freud, S.:** *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Madrid, Alianza, 1969.
- Fry, W. F.:** *Sweet Madness: A Study of Humor*. Palo Alto, Pacific Books, 1963.
- Gombrich, E.H.:** *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona, Gustavo Gili. 1979.
- Koestler, A.:** *The Act of Creación*. Londres, Hutchinson, 1964