

la prensa, la ventana hacia mundos exóticos. Imaginarios visuales pasados y presentes sobre las otras culturas.
Daily press as a window of exotic worlds. Visual imaginaries of other cultures through past and present newspapers.

Estela Rodríguez
 (Universidad Autónoma de Barcelona)

Resumen:

Este artículo anima a repensar las tipologías iconográficas con las que nos acercamos a las otras culturas y que toman forma en la prensa española del pasado y de la actualidad. Hace un repaso por los diversos diseños de otredad y las diferentes representaciones racializadas que tienen como punto de partida las fotografías y las viñetas de cómic que se mostraron en los inicios de la prensa escrita, a finales del siglo XIX. Este recorrido por los imaginarios estereotipados nos pondrá de relieve la necesidad de dar paso a representaciones culturales más plurales y alternativas.

Abstract:

This article aims to rethink the iconographical typologies with which we approached to other cultures through the Spanish press of the past and the present time. It makes a review by the diverse designs of otherness and different racialized representations that shown the photography and comic strips during the beginnings of the written press, at the end of XIXth century. This route by the stereotyped imaginary will put of relief the necessity to use plural and alternative cultural representations.

Palabras clave:

Representaciones culturales / Otredad / Prensa / Imágenes / Estereotipos.

Keywords:

Cultural representations / Otherness / Daily press / Images / Stereotypes.

Sumario:

1. Introducción.
2. Representaciones históricas, imaginarios actuales.
3. La realidad apresada: la fotografía como verdad.
4. Los dibujos en la prensa: la realidad esperpéntica.
5. Conclusiones

Summary:

1. Introduction.
2. Historical representations, daily imaginaries.
3. Captured reality: photography as true.
4. Comic strips in daily press: a deformed mirror of reality.
5. Conclusions.

I. Introducción

No existe un modo suficiente en que el pasado pueda ser aislado del presente.
Pasado y presente se informan mutuamente, cada uno implica al otro
(Edward Said, *Cultura e Imperialismo*, 1996)

¿Cómo se han representado las otras culturas a lo largo de la Historia? ¿Qué imágenes se escogían para hablarnos de los pueblos lejanos y exóticos? ¿Qué queda de todo este imaginario colonial en las imágenes de las otras culturas que vemos actualmente a través de los medios de comunicación? En este artículo haremos un repaso de diferentes representaciones históricas en la visión sobre las otras culturas y los colectivos inmigrados¹. Stuart Hall (Hall, 1997:223) nos recuerda la importancia del análisis de las imágenes del pasado para entender las prácticas de representación o estereotipación de las imágenes de la otredad. En el capítulo “*The Spectacle of the Other*”, señala la pervivencia de esquemas iconográficos en las representaciones que vemos a través de los medios de masas, de la publicidad o incluso en objetos cotidianos de consumo.

Repasa los estereotipos raciales desde la esclavitud hasta el imperialismo del s.XIX, pasando por las series de TV y el atletismo o la publicidad en el XX, con el interés de proponer políticas de representación alternativas que sean capaces de contestar las imágenes negativas y transformar las prácticas de representación sobre aspectos raciales.

En el presente estudio, centraremos nuestra atención, al igual que Hall, en cómo son leídas estas imágenes, subrayando los sentidos subliminales de éstas, o como diría Barthes, el mito de las imágenes, es decir, los significados ocultos en la construcción de la otredad que siempre son constituidos de manera binaria (nosotros/otros; civilizado/primitivo...). Las imágenes del pasado por tanto, nos ayudarán a entender algunas de las variables iconográficas detectadas en las fotografías y viñetas cómicas de la prensa española actual.



IMAGEN 1. Apuntes antropométricos, 1900

¹ Este artículo surge del estudio realizado dentro del Proyecto I+D “Repensar las imágenes del Otro/a: inmigrantes y otras culturas en la prensa española (1996-2001) que realizamos en el seno del Grupo de investigación Multiculturalismo y Género de la Universidad de Barcelona. Fue subvencionado por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Asuntos Sociales.

Estas imágenes, se comunican entre sí de manera relacional, las asociamos de manera inconsciente unas a otras, designándoles significados concretos. Tendremos, tras este repaso detallado a un repertorio de imágenes estereotipadas que dará lugar a, como lo define Hall, un “régimen de representación”, el cual funciona a través de la asociación de ideas y la inter-textualidad, y que nos define las fronteras de la diferencia de una cultura respecto a otra, concretados a partir de la exaltación de unos estereotipos supuestamente inherentes a ellas. Subrayaremos la importancia de este análisis, porque “estudiando cómo la diferencia y la otredad ha sido representada en una cultura particular, podemos ver que estas prácticas y figuras representacionales son repetidas, con variaciones, de una representación a otra”. (Hall, 1997:233)

Miraremos de analizar estas pervivencias iconográficas para poder entender con mayor profundidad las representaciones que vemos hoy día a través de la fotografía y las viñetas de cómic de la prensa española.

2. Representaciones históricas. imaginarios actuales.

El diseño de la otredad, de la diferencia, fue tomando forma visual a través de estos medios populares que avivaron la imaginación doméstica. Como nos explica Hall (Hall, 1997:240) con la prensa popular como el *Illustrated London News* al *Daily Mail*, la imagería de la producción de masas fue recreando y difundiendo un gran despliegue de signos y símbolos sobre las otras culturas y las imágenes de la misión civilizatoria. El imaginario occidental llenó su avidez de exotismo a través de las representaciones visuales que se difundieron a través de un incipiente medio de comunicación, la prensa y de otros objetos de consumo.

Eloy Martín Corrales (Martín Corrales, 2001) nos subraya este hecho, cuando analiza las representaciones populares durante el imperialismo español. Fanatismo, crueldad y salvajismo fueron resaltados durante todo el periodo del Protectorado Español de Marruecos (1912-1956), época en la que la fotografía tomó el relevo a otros medios de expresión gráfica y materializándose a través de las postales y de la prensa. “La fotografía se convirtió en la fuente más importante en lo que a la producción de imágenes de Marruecos se refiere, siendo decisiva su participación a la hora de dar forma a los estereotipos españoles sobre los marroquíes colonizados”. Se utilizó como símbolo de superioridad tecnológica, reforzando el primitivismo del Rif que debía ser civilizado. La prensa de la época (*Blanco y Negro*, *Nuevo Mundo*, *Mundo Gráfico*, *Prensa Gráfica*) publicaron las fotografías de José Ortiz de Echague o José Campúa, convirtiéndose en arma propagandística de las campañas españolas.



IMAGEN 2. El Roto, El País, 1 octubre 2006



IMAGEN 3. Antropometrías mujer hotentote, 1893.

3. La realidad apresada: la fotografía como verdad.

La fotografía, modelo de la actitud racionalista del siglo XIX, fue inventada en 1839, convirtiéndose en símbolo de una sociedad caracterizada por un interés por elaborar un universo racional y predecible a través de la ciencia (Barthes, 1982; Freund, 1993; Sontag, 1981). Se intentó clasificar el mundo que les rodeaba, potenciando el desarrollo no sólo de las ciencias exactas, sino de las ciencias humanas, como la historia, la sociología o la antropología. Las imágenes de la época colonial se representaron a través de diversos medios, junto con los ensalzados por la Historia del Arte como la pintura, el dibujo, la escultura o el grabado, se mostraron mediante fotografías, carteles, publicidad, viñetas cómicas en la prensa, postales, sellos, caricaturas, dibujos científicos y antropológicos, libros educativos, la moda...

La fotografía se convirtió en todo un símbolo de la concepción positivista al ser considerada el medio más objetivo de representar la "realidad" (Ching & Low, 1996). El investigador del s.XIX (el antropólogo, el biólogo...), consideraba

que su observación era totalmente pasiva, es decir, que no implicaba en ella ninguno de sus prejuicios y valores, porque lo único que hacía era desvelar el orden de la naturaleza (Leclercq, 1973). Alcanzar la objetivación total del mundo a través de la *nueva visión* fue visto como el gran logro de la ciencia, que hasta entonces se había servido de otros medios de representación como la pintura o el grabado, más sujetos al capricho de su creador (Ryan, 1997; Martínez Carreras, 1992).

Es por ello que, coincidiendo con la etapa imperialista de la Europa del s.XIX, la fotografía sirvió para elaborar, como apunta Said “una geografía imaginada de los mundos conquistados” (Said, 1996:265) El imperialismo no sólo supuso la adquisición territorial, determinada por la ambición política y los intereses económicos, sino que provocó transformaciones culturales, en las actitudes, en las creencias y en las prácticas, estando presente en todas las formas culturales como el *music hall*, el teatro, las artes visuales, la educación y la literatura.

La época imperial, y con ello la exotización de las otras culturas, se visualizó en postales, mapas, sellos, carteles, pinturas, construyendo una “historia visual”, con la que hicieron accesibles a los metropolitanos los lugares lejanos de la metrópoli, y que nos sirven hoy de ventanas del pasado imperial, de “ojo de la Historia”. Fue la mejor propaganda imperial y, para que tuvieran efecto, se distribuyeron pósters por las escuelas, clubs e instituciones imperiales, donde se representaban los triunfos de la expansión colonial. Según McClintock (McClintock, en Hall, 1997:240) “las imágenes de la conquista colonial fueron estampada en cajas de jabón, galletas, botellas de whisky, sobres de té y barras de chocolate... No ha existido entonces una forma de racismo organizado que haya sido tan perdurable”, que naturalizase la diferencia hasta el punto de generar unas actitudes discriminatorias a la población en masa.

4. los dibujos en la prensa: la realidad esperpéntica.

Producto cultural occidental y etnocéntrico, los cómics han presentado generalmente a los indígenas de pueblos exóticos con frecuentes matices racistas. Así han comparecido en sus viñetas el pálido oriental, el perezoso mexicano o el salvaje africano. (...) La figura del caníbal, casi siempre africano, (...) cocina a sus víctimas en un gran caldero, rodeado por los miembros jubilosos de una tribu antropófaga” (Gasca & Gubern, 1988: 50)



IMAGEN 4. Rito caníbal (1905)

Las viñetas de cómic, como hemos señalado, fueron uno de los medios, junto con la fotografía, con los que se comenzaron a hacer visibles las otras culturas a través de sus representaciones (Barbieri, 1993; Cantero, 1991; Coma, 1979). Las tiras de dibujos que vemos diariamente en la prensa, se originaron en las caricaturas políticas, con textos a pie, de finales del s.XVIII. Ya en el s.XIX, estos dibujos, que retrataban la situación política de la época de manera satírica, tuvieron por estas fechas su impulso definitivo, desarrollándose también en revistas especializadas (Coma, 1981; García, 1983; Gubern, 1973; Lara, 1996; Vázquez de Parga, 1980).

El porqué de este auge, tenía una explicación comercial: los editores de prensa les dieron un marcado protagonismo al servir de reclamo para aumentar la venta de periódicos. El cómic, fiel a su cita día a día, se convirtió en una invitación a entrar en las páginas de realidad cotidiana, un momento de distracción antes de asumir la lectura profunda de los contenidos diarios (Silverman, 1986). Este medio de difusión masiva nació en la misma época que el cine, vehiculándose gracias a la prensa escrita. Según explica Gubern (Gubern, 1974), el florecimiento de los periódicos ilustrados apoyó el auge de las caricaturas periodísticas, como las que principios de siglo en Cataluña, fueron realizadas por dibujantes como Opisso (Opisso, 1988), las cuales llenaron las páginas de diarios como *Diari L'Opinió* y revistas críticas como *L'Esquella de la Torratxa* y *La Campana de Gràcia*, y actuaban de foros de denuncia de la oligarquía catalana.

Las viñetas cómicas, bautizadas al principio en EEUU como cartoons y funnies, tuvieron mucho éxito en este país, que se destacó más tarde en la especialización de las revistas dedicadas al cómic de aventuras. Las *historietas*, como se denominó primeramente en España, escondían, tras el disfraz del entretenimiento, las ideas políticas que pretendía transmitir. La utilidad ideológica de los cómics, se comprobó de manera masiva en la segunda guerra mundial, donde los *Book comic* se llenaron de héroes de papel como *Flash Gordon*, *The Phantom* o *Tarzan*. Durante la Guerra Civil Española, algunas editoriales especializadas en cómic fueron colectivizadas por la CNT (como *El gato Negro*, de los hermanos Bruguera), o se publicaron nuevos fascículos desde el bando Nacional, destinados a difundir las ideas imperialistas por medio de los jefes de prensa y propaganda: títulos como *Flechas*, *Firmes*, *Pelayos*, *Un miliciano rojo*, *Paco el embustero* o *el locutor de la radio marxista*, avisaban sobre los peligros de los marxistas y masones (Vázquez de Parga, 1980)

Éstas historietas se ofrecían “por capítulos”, atrapando al lector en el consumo diario del periódico, como la *novela por entregas* que leía el público burgués. La prensa de principios de siglo, se especializó en las revistas femeninas, destinadas exclusivamente a las mujeres burguesas. Algunas de ellas fueron: *La mujer ilustrada*, 1905; *Feminal*, 1907; *Hogar y la Moda*, 1909; *La mujer en su casa*, 1918; *La nuri*, 1925; *La Chiquilla*, 1927 (Ramírez, 1975).

El dibujante, hacía el papel del periodista gráfico, pero no tenía la

misma función que la fotografía, en la cual se destinaba toda intención de objetividad y realismo y cuyo uso estaba todavía por consolidar. La viñeta, exageraba la realidad, transformándola, siendo de este modo un espejo esperpéntico pero más acercado a la situación que reflejaba. Su crítica podía ser ácida, o en ocasiones actuaba, como señala Antonio Martín, de “cronista de salón” (Martín, 1978).

Aunque en los estudios sobre la cultural visual, las tiras cómicas han sido un medio poco valorado, erróneamente relegado a entenderse como un medio de comunicación exclusivo para niños y jóvenes. En el caso de los cómics de adultos y de las viñetas aparecidas a través de la prensa, Silbermann y Dyroff (Silbermann y Dyroff, 1986:7) en cambio, señalan en su estudio el rol de estos dibujos como un factor sociocultural muy importante en las sociedades contemporáneas. Los cómics, que se sirven del uso continuado de tópicos y estereotipos visuales que esquematizan los modelos sociales y de comportamiento, adoptan estas características del contexto socio-cultural en el que han sido producidos, transmitiendo de esta forma unos valores mentales concretos. Hay que tener en cuenta el uso de los libros de cómics en el proceso de socialización de los niños, antaño en revistas ilustradas, hoy en dibujos animados, los cuales interiorizan las normas sociales y los sistemas de relaciones a través de la percepción de éstos. El profesor de la Universidad Pompeu Fabra, Teun Van Dijk dice al respecto, “cuando en nuestra infancia no destacaba ningún grupo étnico minoritario, como es el caso de la mayoría de adultos en Europa occidental, (...) los niños adquirían y todavía lo hacen, proto-esquemas étnicos o raciales a través de cuentos y películas infantiles” (Van Dijk, 1997:77).

Como señala Stuart Hall (Hall, 1995:18), el cómic es un artefacto cultural que, como cualquier otro, transmite *ideología*, esas premisas a través de las cuales proveemos de sentido a las representaciones e interpretaciones de cualquier aspecto de la existencia social. En este sentido, al buscar según Umberto Eco en la obra *Apocalípticos e integrados* (Eco, 1968) la creación del “personaje”, potencia aquellos rasgos fenotípicos y culturales que más lo describen, ya sea el aventurero, el esclavo, el nativo, o el payaso.



IMAGEN 5. Yellow Kid, Richard Felton, 1895

La imagen que suelen representar cuando hablan de las otras culturas ya aparece descrita en el que dicen que es la primera tira cómica con secuencia narrativa (que evolucionará más tarde en los famosos *Comics Books*). El personaje era llamado *Yellow Kid*, dibujado por Richard Felton en 1895 en las viñetas de un periódico norteamericano, donde se resaltaba las pretendidas cualidades de la cultura china (su color amarillo en la piel, su supuesta sumisión....). Gubern nos señala los peligros de esta estereotipación que se ha dado tanto en las tiras humorísticas de la prensa del s.XX como en los libros de cómic: “los cómics occidentales generalmente han mostrado a los representantes de las minorías étnicas bajo una luz satírica, con mal disimuladas connotaciones racistas. En el caso de los negros, la mirada boba y los gruesos labios les han otorgado el aspecto de payasos” (Gubern, 1988:75). La mirada sobre el pueblo musulmán en libros de cómic como *Tintín* no sale mejor parada: la tinta de exotismo en los dibujos remarcando aspectos como las palmeras, turbantes y djilabas, son reducidas a significados relacionados con tráfico de drogas, esclavos, armas, intrigas de las sociedades petroleras, sabotajes, guerras y golpes de estado, fanatismo religioso, conflictos tribales inmersos en una irascibilidad congénita e anormal... Según un estudio de André Simon², se les muestra como una población hostil y a sus mujeres, personajes velados sin protagonismo, sujetas a una sumisión irracional. El oriente exótico que ya fue representado en las pinturas de Mariá Fortuny o José Benlliure de mediados y finales del siglo XIX, se continuó evocando durante gran parte del siglo XX a través de viejos y nuevos medios gráficos. No olvidemos que era la época de la Guerra de África de 1859-60 o la Guerra de Melilla de 1893, y por esos tiempos se incrementaron las ilustraciones “racializadas” en los diarios españoles (por ejemplo, *La Ilustración Barcelonesa*, *La Ilustración catalana*, *La hormiga de oro*, *L'Esquella de la Torratxa* o en la conocida *La Campana de Gracia*, donde se muestra el dibujo de M.Moliné con la cabeza de un rifeño ensartada en una bayoneta española (Martín Corrales, 2001).

El imaginario occidental sobre un inmutable mundo árabe fue repetido, a su vez, en las viñetas de la prensa española, remitiendo continuamente a una idea de otredad exótica de la que nos habló Edward Said en la obra *Orientalismo* (Said, 1978). Estereotipando las razas en representaciones populares, los fotógrafos, los ilustradores, dibujantes de cómic y los caricaturistas, mostraron un repertorio de tipologías raciales, a lo que llama Hall un “régimen de representación racializado” que, como veremos, perdura en ocasiones hasta nuestros días (Hall, 1995:345).

5. Conclusiones.

Las representaciones culturales históricas se han aposentado durante siglos en nuestro imaginario colectivo, condicionando la percepción de las imágenes

² Estudio presentado en el Simposium Internacional sobre la Historieta, celebrado en la facultad de Bellas Artes de Barcelona en 1985.

que nos proporcionan los medios de masas en la actualidad. Se han convertido en suposiciones, prejuicios, esquemas culturales que perviven en nuestras concepciones culturales sobre lo que entendemos como el “nosotros” y el “ellos”. Hemos subrayado en este texto la necesidad de constatar la importancia de estas asociaciones de ideas, analizando cómo re-leer el discurso de “lo dicho” y lo que no se explicita. En este caso, como nos recuerda Van Dijk, “aquello que no se dice a veces más revelador que el estudio de lo que en realidad se expresa en el texto (...). El análisis de lo “no dicho” es una estrategia que juega con los presupuestos, que se basan en el conocimiento y en las creencias representadas en los modelos, guiones y actitudes del lector. De esta manera, al aludir o sugerir, se niega la responsabilidad sobre lo dicho” (Van Dijk, 1997:63).

Ser conscientes de ello nos llevará a tomar en cuenta las representaciones culturales del pasado para ampliar con un nuevo significado a las del futuro. Ampliar de nuevos contenidos las tipologías iconográficas sobre las otras culturas, abrirá múltiples posibilidades de diálogo intercultural y de necesario respeto hacia los ciudadanos de las actuales sociedades de comienzos del s.XIX.



IMAGEN 6. El Mundo, 30 enero, 1997



IMAGEN 7. Tintín multilingüe

Bibliografía.

- BARBIERI, Daniele (1993) *Los lenguajes del cómic*. Barcelona: Paidós
- BARTHES, Roland (1982) *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili
- CANTERO, Jose Luis (1999) *El cómic: plástica y estética de un arte figurativo y cotidiano*. Madrid: Facultad de Bellas Artes Universidad Complutense
- CHING, Gail; LOW, Liang (1996) *White skins-black masks: representation and colonialism*. London: Routledge
- COMA, Javier (1979) *Del gato Félix al gato Fritz. Historia de los cómics*. Barcelona: Gustavo Gili
- COMA, Javier (1981) *El espíritu de los cómics*. Barcelona: Tountain Ed.
- DUBOIS, Philippe (1994) *El acto fotográfico: de la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós Comunicación
- ECO, Umberto (1995) *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen-Tusquets ed, (1968).
- ELKINS, James (1999) *Pictures of the Body*. California: Stanford University Press, 1999.
- FREUND, Gisèle (1993) *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili
- GARCIA, Clemente (1983) *Los cómics, dibujar con la imagen y la palabra*. Barcelona: Humanitas
- GASCA, Luis; GUBERN, Roman (1988) *El discurso del cómic*. Madrid: Cátedra D.L
- GUBERN, Román (1974) *El lenguaje de los cómics*. Barcelona: Península
- GUBERN, Román (1973) *Literatura de la imagen*. Barcelona: Salvat Editores
- HALL, Stuart. (1995) "El blanco de sus ojos. Ideologías racistas en los media", en DINES, Gail; HUMÉZ, Jean M. *Gender, Race and Class in media. A text Reader*, Routledge
- HALL, Stuart (1997) "The spectacle of the Other", en HALL, Stuart. (ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*, Sage-Open University, London
- LARA, Antonio (1996) *Tebeos: los primeros 100 años*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura
- LECLERCQ, Gerard (1973) *Antropología y colonialismo*. Barcelona: Publ. Alberto Corazón
- MARTÍN CORRALES, Eloy (2001) *Comercio de Cataluña con el Mediterráneo musulmán, s.XVI-XVIII: el comercio con los "enemigos de la fe"*. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2001
- MARTÍN, Antonio (1978) *Historia del cómic español: 1875-1939*. Barcelona: Gustavo Gili, Colección Comunicación Visual
- MARTÍNEZ CARRERAS (1992) José V. *Historia del colonialismo y la descolonización, s.XV-XX* Madrid: Editorial Complutense
- Opisso, 1880-1966. Fundació La Caixa, Barcelona, 1988.
- RAMÍREZ, Jose Antonio (1975) *El cómic femenino en España*. Madrid: Cuadernos para el diálogo
- RYAN; James R. (1997) *Picturing Empire. Photography and the visualization of the British Empire*. London: Reaktion Books, 1997
- SAID, E.W. (1996) *Cultura e Imperialismo*, Barcelona: Anagrama, 1996
- SILBERMANN, Alphon & DYROFF, H.D. (eds.) (1986) *Comics and visual culture*. Germany: K.G. Saur

- SONTAG, Susan (1981) *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa, 1981.
- VÁZQUEZ DE PARGA, Salvador (1980) *Los cómics del franquismo*. Barcelona: Planeta
- WIGAND, Rolf T. (1986) "Hacia una mayor cultura visual a través de los cómics", en SILBERMANN, Alphons & DYROFF, H.D. (eds.); *Comics and visual culture*. Germany: K.G. Saur