

# La risa periodística

## Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica

Directores:

Enrique Bordería Ortiz  
 Francesc A. Martínez Gallego  
 Josep Ll. Gómez Mompert



tirant lo blanch

**La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica. Enrique Bordería Ortiz; Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert (dirs.), Valencia, Tirant lo Blanch, 2010, 213 pp.**

Diccionarios y enciclopedias varias convienen en definir la sátira como discurso agudo, picante, mordaz y hasta corrosivo, destinado a hacer burla de algo o alguien con intención moralizante. Desde la Antigüedad, la sátira ha afianzado un carácter popular casi siempre expresado en los márgenes de lo posible. La sátira ha permitido decir lo indecible, expresar lo inconveniente, mostrar lo camuflado. Destapar las flaquezas del poder y de los poderosos y exhibir con impudicia las vergüenzas de lo establecido han hecho de la sátira un discurso, por naturaleza, no dominante pero sin embargo, excepcionalmente potente.

La estima popular de la que ha gozado la sátira se debe en gran parte a que con frecuencia ha estado ligada a ceremonias públicas. Las comedias de Aristófanes en Atenas establecieron el canon de una sátira contra la que violentamente se llegó a pronunciar Platón, en su exigencia del destierro para los cómicos. Presenciar una comedia significaba asistir al “otro” espectáculo, el de las gradas, donde hasta los esclavos y las mujeres se permitían la libertad de reírse de sabios y poderosos. En la Edad Media, el carnaval institucionalizó la sátira más procaz y obscena entre los aldeanos y siervos de la gleba. En los siglos XVII y XVIII, la sátira toma posesión del discurso literario con Quevedo, Gracián, Iriarte, Molière o Voltaire, hasta llegar al siglo XX con nombres tan excepcionales como Chesterton o Bertold Brecht.

También a partir del XVIII, la sátira se hace presente en la prensa moderna. Y es precisamente ahí, en el papel periódico, donde la sátira vuelve a hacerse del todo visible en un espacio, el impreso, cuya lectura ha llegado a convertirse en la sociedad contemporánea en una novedosa forma de ritual público. La sátira se reafirma en la prensa como una variante de discurso popular en la que, de nuevo, lo visual, lo icónico gozan de una preeminencia esencial al servicio de la subversión de lo impuesto. En la prensa, la sátira va a disponer de la posibilidad de reinventarse construyendo un lenguaje verbal propio, plagado de sobreentendidos, ambigüedades y referencias crípticas, pero también un universo icónico muy particular que transita con comodidad desde la caricatura al esperpento. La sátira periodística se reinventa como espectáculo en el papel impreso para hacerlo más tarde, en la pantalla de televisión.

Pese al indudable atractivo histórico de la sátira periodística y a su demostrada popularidad, no es frecuente que la investigación científica se ocupe de ella, y esta es una de las razones por la que hemos de acoger con expectación e interés la obra que bajo el sugerente título de *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* presentan como directores Enrique Bordería Ortiz, Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert, los tres profesores e investigadores de la Universidad de Valencia. En un volumen colectivo que reúne la colaboración de nueve autores de diversas universidades españolas, se aborda el estudio de la sátira periodística, tal como se indica en el título, desde el frente de

la imprescindible fundamentación teórica a través de una arriesgada propuesta de periodización a cargo de Francesc A. Martínez Gallego, y una interesante propuesta metodológica de Josep Ll. Gómez Mompert, hasta una significativa selección de investigaciones aplicadas. El conjunto compone un mosaico de estudios que, pese a su disparidad, convergen en un más que significativo avance en la sistematización de la investigación de la sátira periodística desde la Historia de la Comunicación. Prestar atención teórica y dedicación empírica a formas discursivas menospreciadas tanto por los discursos políticos y periodísticos dominantes en su momento, como posteriormente, por la historiografía, es algo más que un osado desafío intelectual. Representa la voluntad de reivindicar un espacio en el debate científico para las formas más populares de comunicación, pero también el afán por desvelar la relevancia cultural, ideológica y política del humor satírico.

A este respecto, la citada propuesta de periodización que expone Francesc A. Martínez Gallego persigue, como él mismo indica, vincular el periodismo satírico con el discurso político hegemónico en un complejo juego de combinatorias entre la tradición medieval, la de “la gran risa carnavalesca” que nos remite a los estudios de M. Bajtin y la tradición clásica de la “risa menor”, que tiene en Horacio su más antiguo referente. Así, Martínez Gallego avanza desde 1808 a 1977 poniendo de manifiesto que las grandes líneas de desarrollo político de los dos últimos siglos convergen en formas diversas de humor satírico. Este recorrido histórico se encuentra jalonado por infinidad de cabeceras que refuerzan el peso de la argumentación defendida por el autor.

En un inspirado planteamiento metodológico, Josep Ll. Gómez Mompert pone de manifiesto “que seguimos sin conocer la contribución del humor a la configuración cultural de nuestras sociedades”, por lo que se hace urgente e imprescindible abordar un riguroso estudio del mismo desde su esencial contingencia histórica. Remitiéndose a lo propuesto por la antropología, la sociología y los estudios culturales, reclama la risa como agente de socialización de un sujeto social cuyas manifestaciones –la parodia, la sátira, la ironía– expresadas en el propio contexto vital –la plaza, la fiesta, el carnaval– han pasado a convertirse en géneros diversos de creación literaria o periodística ligados a la industria cultural del entrete-

nimiento en los medios impresos o, más recientemente, audiovisuales.

Por su parte, Enrique Bordería y Antonio Laguna abordan en sendos trabajos el análisis de dos significativas cabeceras satíricas bajo la II República –la anticlerical y sicalíptica *la Traca* y la ultraderechista *Gracia y Justicia*–. Enrique Bordería afronta un reto infrecuente en la Historia de la Comunicación por la intrínseca dificultad que entraña el análisis de los efectos de la prensa satírica, para lo cual sugiere tres interesantes estrategias de aproximación a los mismos, mientras Antonio Laguna se ocupa de demostrar la relevancia histórica de ese espacio comunicativo “marginal” en el que se mueve la prensa satírica a partir del caso de *La Traca*.

María Iranzo sitúa su trabajo en 1981 colocando frente a su objetivo el intento de golpe de Estado del 23-F en la revista *El Pápus* y la meritoria labor catártica que de este hecho hizo un nutrido plantel de humoristas gráficos. El resto de colaboraciones sitúan la investigación en un pasado más reciente. Natalia Menéndez se ocupa de analizar las “viñetas de Mahoma” en la prensa española, indicando la excepcionalidad de que los ilustradores gráficos asumieran el protagonismo de enjuiciar una situación cuyo foco se situaba en su propio oficio. Manuel Barrero aborda la problemática inserción de viñetas satíricas contra la monarquía española, para acabar centrándose en la discutida orden de secuestro contra *El Jueves* en 2007 por la publicación de una portada en la que supuestamente se denigraba la imagen de los Príncipes de Asturias. Barrero concluye al respecto que la función de la sátira sigue siendo la misma que hace doscientos años, habilitar una parcela de poder al pueblo, como sigue siendo igualmente contraproducente su represión. El trabajo de Adolfo Carratalá analiza con exhaustividad las viñetas relativas a la Iglesia a propósito del debate educativo en España, desvelando cómo en no pocas ocasiones el discurso gráfico sirvió para desenmascarar las contradicciones y debilidades de los discursos dominantes en liza, demostrando así una interesante autonomía.

Por último, José Luis Valhondo firma el único trabajo de este volumen dedicado a la infosátira televisiva, toda vez que en los sistemas democráticos modernos la sátira impresa parece haber cedido en beneficio de la sátira televisiva. En el curso de su aportación se plantean interesantes

objeciones a la tentación de considerar que la sátira por sí misma actúe siempre como un agente democratizador del espacio público, cuando todo parece indicar que, al menos en la actualidad, los medios audiovisuales se encuentran inmersos en una estrategia populista de la que sólo ellos salen fortalecidos frente a las figuras políticas. De todo ello pudiera deducirse que uno de los posibles efectos de la sátira así concebida no sea la democratización sino un mayor abundamiento en el cinismo democrático de nuestra ciudadanía.

Desde sus orígenes, la sátira siempre se colocó fuera del sistema, nunca admitió normas ni límites. Incurrió con asiduidad en lo grotesco, en lo soez y en lo inmoral para dar sentido a una mirada escéptica, rebelde y, sobre todo, profundamente amarga sobre la realidad. Sin embargo, es

posible que lo que nació hace dos siglos –en su versión periodística– como manifestación de un radicalismo burgués de vocación popular, haya llegado a nuestros días, no sólo transmutada, como apuntaba Gómez Mompart, en género de entretenimiento, sino “institucionalizada” en formatos mediáticos sometidos al dictamen del mercado y, por tanto, desprovista de su original esencia desestabilizadora. Lo que sí es seguro es que los logros que avanzan las investigaciones aquí publicadas interpelan al lector casi en cada página por lo que, sin duda, alentarán a muchos a participar del reto intelectual que se condensa en este volumen.

**Gloria García González**

*Universidad Pontificia de Salamanca*