

Toreros famélicos, majas desahuciadas y “Leyenda Negra”: España vista a través de las viñetas de la prensa internacional

Pablo Francescutti | *Profesor titular interino de la Universidad Rey Juan Carlos y miembro del Grupo de Estudios de Semiótica de la Cultura (GESC).*

Tema

El análisis de una muestra de viñetas de humor político de la prensa internacional permite considerar las percepciones que sobre España tiene la opinión iconográfica extranjera.

Resumen

Se ha analizado una muestra de viñetas de humor político, alusivas a España, que brindan una vía de acceso a la comprensión de la opinión publicada en la prensa internacional de referencia en los últimos dos años. Se identificaron percepciones negativas de la crisis económica así como un repertorio de recursos expresivos compuesto de estereotipos habituales –tauromaquia y flamenco– y otros menos frecuentes –Goya, Gaudí y la “Leyenda Negra”–. Del conjunto se desprende el cuadro de un país moderno en lo institucional y lo económico, culturalmente rico, de escaso peso internacional, aquejado de corrupción y ahogado por un *crack* financiero que parece ir quedando atrás.

Análisis

Introducción

Las viñetas de contenido político (*editorial cartoons*, en inglés) acompañan a la prensa desde finales del siglo XVIII. De su relevancia habla con elocuencia el hecho de que no existe ningún diario o revista de actualidad política sin al menos un dibujante en su plantilla, ni edición sin al menos una viñeta en sus páginas. Otro indicio de su importancia lo da la institución de una categoría del premio Pulitzer – *Editorial Cartooning*– destinada a las mejores viñetas del año publicadas en EEUU.

De cara a las estrategias periodísticas, los atractivos del género conocido como opinión iconográfica resultan evidentes: por un lado, la eficacia del mensaje transmitido se acrecienta gracias a la transmisión inmediata de sus ingredientes visuales; por otro, la ambigüedad de la imagen permite al viñetista y a su medio deslizar juicios de valor sumamente críticos o mordaces sin arriesgarse a recibir demandas judiciales.

¿Son las viñetas el fiel reflejo de la línea editorial del medio donde se publican? La singular función persuasiva de este género se entiende mejor si se repara en su encuadramiento en la sección de Opinión de los periódicos. La prensa liberal –el modelo periodístico dominante en Occidente– se precia de su amplitud de criterios y tolerancia con la discrepancia; en ese sentido, las viñetas, como los textos argumentativos, son instrumentales a los fines de dicha sección, vale decir: el refuerzo de la línea editorial y la proyección de una imagen pluralista patente en la difusión de opiniones disidentes (un ejemplo es *El País*, en donde autores como Forges, identificado sin ambages con el socialismo y, por tanto, en relativa sintonía con la postura tradicional de la cabecera, coexisten con otros como El Roto, más escorado a la izquierda y crítico con ciertos valores defendidos en los editoriales). En cualquier caso, e independientemente de su posicionamiento, las viñetas deben cumplir dos exigencias precisas: tocar temas actuales y formar opinión, un cometido esencial de la prensa de prestigio.

De cara a la comprensión de la opinión pública –o mejor dicho, de la opinión publicada–, las viñetas aportan un parámetro de suma utilidad, toda vez que, al margen de su relación con la línea editorial, revelan las percepciones dominantes en la agenda mediática en un momento dado. Una viñeta sólo se publica si los responsables de la sección de Opinión han considerado que expresa puntos de vista dignos de ser tenidos en cuenta por su público. Por tales razones, el estudio de la opinión iconográfica en la prensa extranjera puede enriquecer el conocimiento de la visión que aquella tiene de España, complementando el análisis de contenidos mediáticos puramente textuales.

Objetivos y método

El presente trabajo se fijó como objetivos explorar la imagen de España transmitida en las viñetas de la prensa internacional de referencia, en primer lugar, y, acto seguido, avanzar en el entendimiento de los recursos visuales y verbales aplicados a la elaboración de dicha imagen. Con esa intención se seleccionó una muestra de viñetas publicadas en las principales cabeceras internacionales y de los países de nuestro entorno, con el añadido de tres periódicos argentinos cuya inclusión responde al propósito de investigar las percepciones en la prensa del país sudamericano de uno de los mayores conflictos diplomáticos de España en los últimos años: la expropiación de la petrolera Repsol-YPF.

Se seleccionaron las viñetas que se referían a España de un modo explícito, sea a través de personificaciones (el Rey Juan Carlos I, el Rey Felipe VI, el presidente del Gobierno Mariano Rajoy...) o de iconos identificables (la bandera nacional, toreros, mapas de la Península...), excluyéndose las meras ilustraciones de textos por considerar que carecen de la autonomía de las viñetas. La tarea se llevó a cabo con una búsqueda concienzuda en Internet combinando los términos *Espagne, Spain, Espanha, cartoon, vignette, caricature politique, quadrinho politico*, dentro de un período que arranca en abril de 2012, cuando España parecía estar al borde del rescate, y concluye en agosto de 2014; un lapso cargado de acontecimientos de

gran repercusión mediática, que van del *crack* financiero al auge soberanista en Cataluña, la nacionalización de Repsol/YPF, el inicio de la recuperación económica y la abdicación del Rey Juan Carlos I.

Procediendo por ese senda se localizaron 26 viñetas con las características requeridas en los siguientes medios: *The Times* (Reino Unido); *The Observer* (Reino Unido); *The Guardian* (Reino Unido); *Financial Times* (Reino Unido); *Le Monde* (Francia); *Le Nouvel Observateur* (Francia); *Expresso* (Portugal); *De Volkskrant* (Países Bajos); *The Wall Street Journal* (EEUU); *International Herald Tribune* (edición internacional de *The New York Times*); *Ámbito Financiero* (Argentina); *Página 12* (Argentina); y *La Nación* (Argentina). Ciertamente, no se trata de un corpus representativo de la totalidad de viñetas aparecidas en el período estipulado, puesto que no se disponía de acceso a las ediciones completas, pero su procedencia diversa, el prestigio de sus cabeceras y la ausencia de sesgos en su búsqueda, aparte de los inherentes a los algoritmos de los buscadores, aseguran su idoneidad para el análisis.

Para interpretar los significados diseminados en las distintas unidades recogidas se aplicó un método basado en la semiótica visual, el análisis retórico y la teoría del encuadre, que explica los marcos interpretativos generales que sirven de guía de lectura de cualquier mensaje. Son conocidas las dificultades que la polisemia icónica plantea cuando se pretende traducir elementos visuales a enunciados verbales acotados con un sentido unívoco. Pero el enfático contenido político de las viñetas, sumado a las exigencias de legibilidad formuladas por el discurso periodístico, obliga a sus autores a reducir al máximo el riesgo de lecturas múltiples o confusas con una presentación de la realidad lo más esquemática posible.

Con la finalidad de orientar al lector por la dirección deseada los viñetistas insertan en sus dibujos leyendas aclaratorias o apelan a la personificación de entidades abstractas (por ejemplo, el capitalismo representado por un individuo con puro en la boca, vestido con chistera, traje y chaleco, y un reloj de cadena cruzando el vientre prominente), aparte, por supuesto, de los bocadillos de texto presentes en casi todas las viñetas. El escrutinio por separado de estos elementos textuales e icónicos desemboca en la comprensión del mensaje global que el autor (y su medio) desean comunicar. Nos centraremos, por lo tanto, en examinar los textos y dibujos a la luz de su relación mutua, sea ésta de refuerzo (uno y otros, a través de sus lenguajes específicos, dicen lo mismo), o de oposición (el dibujo refuta lo que afirma el texto, un procedimiento habitual en los mensajes irónicos).

Los tres temas dominantes

Un primer cribado de la muestra permitió identificar tres temas dominantes, a saber: (1) la crisis económica/financiera española; (2) la abdicación del Rey Juan Carlos; y (3) la decepcionante actuación de la selección española en el Mundial de Fútbol celebrado en Brasil en 2014 (solo se escogieron aquellas viñetas con mensajes extradeportivos).

Menor repercusión tuvieron los siguientes temas: (1) los “Papeles de Bárcenas”; (2) la expropiación de Repsol/YPF por parte del gobierno argentino; (3) la crisis diplomática con el Reino Unido respecto a Gibraltar; y (4) la reforma de la ley del aborto impulsada por el Gobierno.

(1) La crisis económico/financiera española

Este es el tema más frecuente, que concentra la gran mayoría de las viñetas alusivas en el año 2012 y, en particular, en junio, el mes del inicio del rescate bancario.

La iconografía taurina protagoniza la viñeta de Chris Riddell (*The Observer*): un torero con un traje de luces rojo y gualda (España) escapa del toro *Eurogeddon* (juego de palabras con los términos “Armageddon” y “Euro”, equivalente a “Euro-apocalipsis”), mientras detrás de la barrera el premier británico David Cameron exclama: “¡Debemos hacer algo, Angela!”, y la canciller alemana Angela Merkel, como si la cosa no fuera con ella, manifiesta: “¿Nosotros?”. Una gráfica manera de expresar la crítica situación española, la gravedad de la crisis financiera europea y la negativa a intervenir de Alemania.

Figura 1. Chris Riddell, *The Observer*, 12/VI/2012



En línea parecida, Creseveur (*Le Nouvel Observateur*) traza, bajo el título “España al borde de la bancarrota”, la silueta del toro de Osborne arrastrada en carretilla por un hombre con boina (un campesino, aparentemente). Tauromaquia y economía agraria (vale decir, atrasada) se conjugan en una visión pesimista de las finanzas españolas.

Figura 2. Creseveur, *Le Nouvel Observateur*, 7/VI/2012



Y Chad Crowe (*The Wall St. Journal*) presenta a un torero y un toro en la pose de mendigos callejeros: el matador, desnudo dentro de un barril con la bandera española, esgrime un estoque con un papel atravesado que dice “Necesito trabajo” y a su lado el astado enseña un cartel: “corneo por euros”. De nuevo la tauromaquia y la insignia nacional contribuyen a ilustrar las penurias de un país demandante de auxilio.

Figura 3. Chad Crowe, *The Wall St. Journal*, 30/IV/2012



Plantu (*Le Monde*) se inspira en la iconografía quijotesca: un Quijote con la bandera de la UE en compañía de un Sancho representado por un hombre pequeño de traje negro contemplan consternados un molino que por aspas tiene cuadros de balance con líneas rojas que se dirigen hacia ellos como flechas. El mensaje es claro: los gigantes a los que se enfrenta ahora el arquetipo español son las cuentas deficitarias.

Figura 4. Plantu, *Le Monde*, 1/VI/2012



Menos habitual es el recurso empleado por el mismo viñetista para aludir a la ola de desahucios hipotecarios en España: con el título “Pintura española: las medidas del gobierno Rajoy”, reproduce los célebres cuadros de Goya, la Maja vestida (con remiendos en su indumentaria), la Maja desnuda, junto con una tercera obra imaginaria, la Maja expulsada. Esta última es arrojada de su diván por dos empleados que acatan las órdenes de Rajoy, quien, en el papel de auxiliar de justicia, lee en el acta de desahucio: “Decimos, entonces: ¡un diván de poco valor!”, palabras que trasuntan el escaso valor que presuntamente su gobierno otorga al patrimonio cultural, todo esto ante la mirada desconsolada de un individuo que empuña una raída bandera rojo y gualda.

Figura 5. Plantu, *Le Monde*, 30/VIII/2012



Infrecuente es también el recurso a la Sagrada Familia de Barcelona hecho por Kipper Williams (*The Guardian*) para situar geográficamente a los dos personajes de su viñeta, uno de las cuales manifiesta: “Cataluña, por otra parte, sí que está acabada”, un juego de palabras entre el estado inconcluso de la iglesia de Gaudí y las malas finanzas catalanas.

Figura 6. Kipper Williams, *The Guardian*, 24/VII/2012



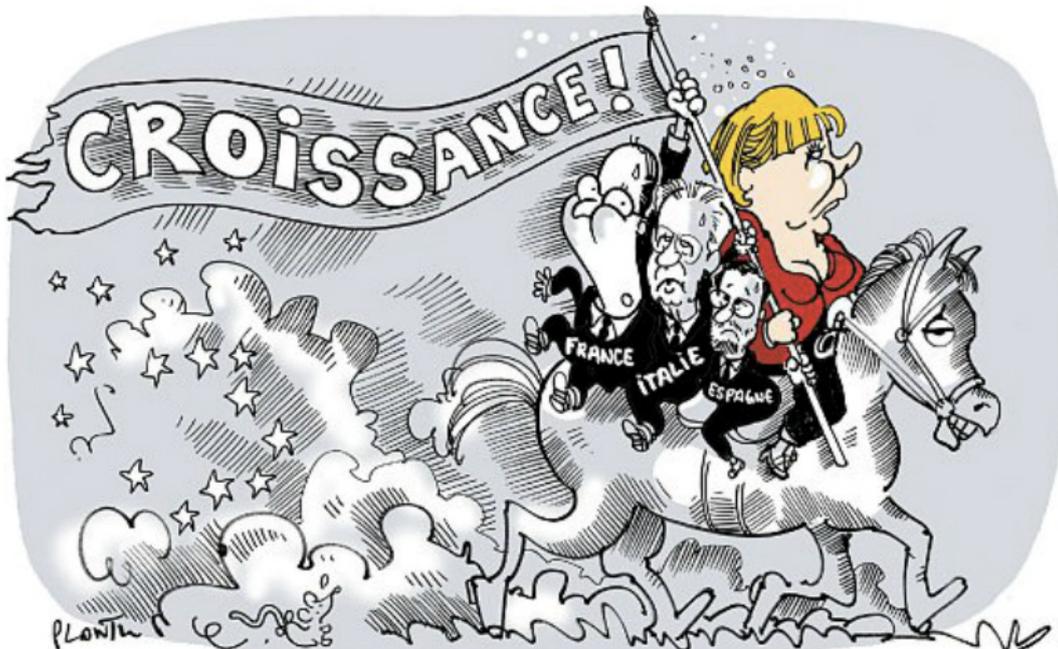
La bandera española le sirve a Mayk (*De Volkskrant*) para identificar los cuatro barriles de pólvora con mechas encendidas sobre los cuales, a la manera de los tres monos sabios, se sientan otros tantos individuos de traje oscuro que se tapan los oídos con las manos: una denuncia de la actitud negligente de los gestores (¿nacionales?, ¿comunitarios?) ante una crisis española que amenaza con estallar.

Figura 7. Mayk, *De Volkskrant*, 11/VI/2012



Hay viñetas que echan mano de estereotipos de matriz foránea. Plantu (*Le Monde*) ilustra su visión del balance de poder en la UE con una alusión a la estatua de Juana de Arco: cabalgando un brioso corcel, Angela Merkel porta un gallardete donde se lee “Crecimiento” mientras en la grupa de su montura se apiñan tres hombrecillos trajeados de negro: Hollande, Monti y Rajoy (el más pequeño de ellos). Su significado es claro: la enérgica canciller lleva las riendas de la política económica, y a su zaga, en posición pasiva, van los gobernantes de los principales países de la Eurozona.

Figura 8. Plantu, *Le Monde*, 20/VII/2014



La supremacía germana es el tema de tres viñetas de Chappatte: en la primera (*Le Temps*) se ve a Merkel dentro de la bandera estrellada de la UE y, asomando la cabeza a sus espaldas, a Hollande y Rajoy; la segunda (*International Herald Tribune*) muestra los esponsales entre una Merkel enorme en el papel de novia y

cuatro enanos encamardados uno encima del otro, entre ellos Hollande y Rajoy; y la tercera (*International Herald Tribune*) retrata una cumbre europea en la que Merkel avala la austeridad argumentando “En el largo plazo esto nos hará más fuertes”, a lo que Hollande, sentado al lado de Rajoy, replica “En el corto plazo nos matará”.

Figura 9. Chappatte, *Le Temps*, 9/IX/2013



Figura 10. Chappatte, *International Herald Tribune*, 23/IX/2013



Figura 11. Chappatte, *International Herald Tribune*, 25/VI/2012



Parecida es la acusación de Ingram Pinn (*Financial Times*) contra Merkel, la portera de una imaginaria selección de fútbol europea que se cruza de brazos mientras el balón en forma de euro le hace un gol ante la impotencia de su equipo, entre cuyos desesperados jugadores se distingue a Rajoy.

Figura 12. Ingram Pinn, *Financial Times*, 8/VI/2012



Más indirecta es la alusión hecha por Chappatte en el *International Herald Tribune*: en el escenario de Eurovisión los concursantes griegos, reconocibles por su traje tradicional, entonan una canción plañidera y agitan unos cuencos pidiendo limosna, mientras una persona del público comenta: "Me recuerda muchísimo a la canción española". Con la comparación, España es situada en la misma condición necesitada de auxilio que Grecia.

Figura 13. Chappatte, *International Herald Tribune*, 28/V/2012



En este grupo se aprecia la persistencia de viejos estereotipos, con el añadido de iconos menos usuales como la pintura de Goya y la catedral de Gaudí (una mención reveladora de la proyección internacional de Barcelona). Más novedosa resulta la figura del hombre de mediana edad con corbata, traje negro y, en ocasiones, un maletín: la personificación de la clase dirigente aplicable tanto a los políticos como a los gestores “tecnócratas” o a las autoridades bancarias españolas o de la UE. Esta figura sugiere cierta homogeneización política a nivel internacional que incluye a España.

El encuadre dominante de “país en bancarrota” muestra a España en graves aprietos económicos, reducida a la mendicidad (un modo hiperbólico de referirse a la solicitud de ayuda financiera) y a la defensiva. Una variante menos dramática del mismo hace hincapié en la posición subalterna del gobierno español respecto de Alemania y otras naciones de la eurozona.

(2) Abdicación del Rey Juan Carlos I

El traspaso de la corona anunciado por la Casa Real en abril de 2014 atrajo el interés de la prensa extranjera, a tenor de las viñetas publicadas en diversas cabeceras.

Morland (*The Times*) retrató a un Rey Juan Carlos avejentado en el acto de colocar una corona desvencijada en la cabeza de Felipe VI. Por su parte, Plantu (*Le Monde*) hizo un comentario en dos cuadros contrastando la sonada cacería del

entonces monarca con la derrota de la selección española en el Mundial de fútbol: en el primero se ve a un Juan Carlos cariacontecido en indumentaria de cazador, con una leyenda que dice “Derrotado por un elefante”; en el segundo, a un futbolista golpeado en la cabeza por un balón lanzado por un ratón desde una portería con la bandera chilena (un modo de decir: Chile, un “ratón” futbolístico). De esta manera crítica, el viñetista se hace eco de la excursión cinegética del rey, a la vez que relaciona su renuncia con la derrota de la “Roja”.

Figura 14. Morland, *The Times*, 3/VI/2014



Figura 15. Plantu, *Le Monde*, 20/VI/2014



Otra visión ácida del traspaso de la jefatura de Estado la brinda Chappatte (*International Herald Tribune*): en una sala del trono adornada con un retrato del rey abdicado y una bandera española, un edecán anuncia a Felipe, “Su Alteza hereda una democracia”. En estas visiones negativas detectamos un encuadre “anti-monárquico” junto con otro “anti-juancarlista” que cuestiona la conducta del rey saliente.

Figura 16. Chappatte, *International Herald Tribune*, 2/VI/2014



(3) Los “Papeles de Bárcenas”

El escándalo de la “contabilidad B” llevada por el ex tesorero del Partido Popular, Luis Bárcenas, inspiró a Rodrigo (*Expresso*) una viñeta con una bailarina de danza española (castañuelas, clavel en el cabello y vestido de faralaes de color rojo y amarillo) que en vez de abrir el proverbial abanico despliega un fajo de billetes de banco. Una manera muy directa de ligar la corrupción a un estereotipo asociado a la hispanidad.

Figura 17. Rodrigo, *Expresso*, 1/II/2013



(4) La crisis con Gibraltar

Las fricciones entre el Ejecutivo español, las autoridades del Peñón y el gobierno británico animaron a Rodrigo (*Expresso*) a mostrar a Rajoy vestido de matador pinchando con su espada a un mono (una referencia a los macacos de Gibraltar) al tiempo que la zarpa de una monstruosa criatura fuera de campo con las iniciales “GB” le llama la atención con un toque en su espalda. El mensaje es obvio: España se enfrenta a la colonia de una potencia mucho más poderosa.

Figura 18. Rodrigo, *Expresso*, 23/VIII/2013



La prensa británica también se hizo eco del asunto. Morland (*The Times*) ironizó sobre el envío de un buque de guerra británico a Gibraltar a través del dibujo del *HMS Coincidence* (nombre irónico alusivo a las declaraciones de Londres acerca del carácter “casual” de la presencia del navío en el foco de la disputa), que aparece en la cola de coches de ingreso a España, ante el susto del empleado de la frontera.

Figura 19. Morland, *The Times*, 20/VIII/2013



Con similar espíritu, Dave Brown (*The Independent*) hizo una imitación de un cuadro de batalla naval mostrando una fragata antigua con el perfil de Cameron en el mascarón de proa enfilando el Peñón, con un rótulo que la titula *HMS Rattling Sabre* ("HMS Ruido de Sables"). Lejos de pronunciarse sobre la posición española, los viñetistas británicos han preferido subrayar lo exagerado de la respuesta de su gobierno.

Figura 20. Dave Brown, *The Independent*, 23/VIII/2013



Las tres viñetas coinciden en destacar lo desproporcionado de la escalada, trátase de la acción española o de la reacción británica. Ninguna toma partido sobre el objeto de la disputa, aunque la de *Expresso* deja entrever que España no tiene fuerza suficiente para enfrentarse al Reino Unido en este asunto. Para ello apelan a estereotipos (el torero) e iconos familiares (la bandera española), o reenvían a la memoria histórica de las batallas navales del siglo XVIII y XIX.

(5) La expropiación de Repsol/YPF

La nacionalización de la petrolera española dispuesta por el gobierno de Cristina Fernández originó una “guerra de viñetas” en la prensa argentina. En el opositor *La Nación*, Nik escenificó un diálogo entre un periodista y un entrevistado, en donde el primero afirma: “Cuando hay que desactivar una bomba conviene llamar a la persona que la armó”; a lo que el otro añade: “Exacto, por eso para re-estatizar YPF nada mejor que estén los mismos que la privatizaron”, denunciando el giro de los miembros del Ejecutivo peronista, que en los años 90 habían apoyado la venta de la petrolera nacional a manos extranjeras.

Figura 21. Nik, *La Nación*, 20/IV/2012



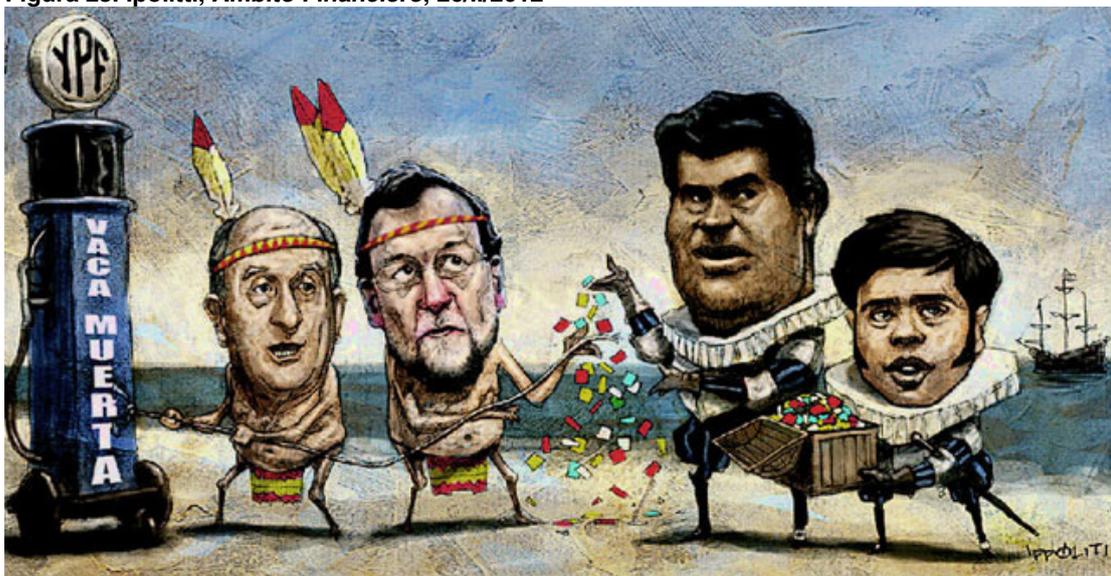
El oficialista *Página 12* se valió de la fórmula del diálogo para ridiculizar los argumentos españoles contra la medida: “algunos medios españoles dicen que queremos robarles nuestro petróleo”, comenta uno de los personajes leyendo en la pantalla de su ordenador.

Figura 22. Paz, *Página 12*, 14/IV/2012



En el matutino *Ámbito Financiero*, de orientación neoliberal, Ippolitti pintó una playa con carabelas en la que el jefe de gabinete Jorge Capitanich y el ministro de Economía Axel Kicillof, caracterizados de conquistadores españoles, arrojan cuentas de vidrio a Rajoy y al presidente de Repsol Antoni Brufau, disfrazados de indígenas, a cambio de un surtidor de gasolina con el letrero “YPF/Vaca Muerta”.

Figura 23. Ippolitti, *Ámbito Financiero*, 26/II/2012



Cada viñeta presenta un encuadre diferente. El de Nick podría titularse “Incoherencia kirchnerista”, puesto que subraya las contradicciones del equipo gobernante entre su postura neoliberal de los años 90 y su reciente giro estatista.

Paz elige un encuadre nacionalista que deslegitima las pretensiones españolas sobre un recurso natural que se presume soberano. Ipolitti toma un encuadre clásico del anticolonialismo latinoamericano, el del expolio de las Indias a manos de los españoles, para invertirlo y mostrar a los gobernantes argentinos intentando timar a los peninsulares con la indemnización por YPF. Los tres reflejan de este modo las líneas de sus respectivas cabeceras: contrarias a la expropiación en *La Nación* y *Ámbito Financiero*, favorable en *Página 12*.

En cuanto a los recursos gráficos, Nick y Paz se limitan a presentar personas de apariencia común –argentinos conversando en una oficina– sin rasgos diferenciados. Ippolitti se desmarca imitando la pintura académica del siglo XIX relativa a la Conquista y su iconografía (carabelas, indios, conquistadores con armadura y gorguera), con el recurrente motivo del rojo y gualda en Rajoy y Brufau.

(6) Modificación de la ley del aborto

La reforma de la ley de interrupción del embarazo impulsada por el gobierno del PP inspiró a Cresseveur (*Le Nouvel Observateur*) una viñeta con el título “Rajoy vuelve a la ley del aborto”. En ella ponía al titular del Ejecutivo en atuendo de cardenal anunciando: “Y pronto una sola y única religión de Estado, y procesos por brujería, blasfemia, fornicación y pederastia”. No cuesta reconocer aquí el encuadre de la “Leyenda Negra”, de la España inquisitorial en donde la Iglesia manda y se confunde con el Estado.

Figura 24. Cresseveur, *Le Nouvel Observateur*, 21/XII/2013



Conclusiones

Las conclusiones del análisis pueden dividirse en dos apartados: las relativas a la imagen de España y las referidas a los elementos empleados en la construcción de dicha imagen.

Respecto a las primeras, es claro que en el material examinado dominan los enfoques críticos con la realidad española. La crisis económica fue el tópico más tratado –a buen seguro debido a sus implicaciones para la zona euro–, generando representaciones de un país poco poderoso, acorralado, a la defensiva, subordinado a los designios de los mercados y del gobierno alemán; un país dirigido por un Ejecutivo abocado a la toma de medidas impopulares, con el aumento del paro, la protesta y el malestar social. Las viñetas sobre este punto se concentran en el año 2012, y su desaparición en los años posteriores puede interpretarse como el signo de un debilitamiento de tal percepción, un dato atribuible a la estabilización de la economía española y a la aparición de otros focos de preocupación (Francia, por ejemplo).

La abdicación dio pie a que algunos viñetistas plasmasen visiones negativas sobre la monarquía y, en particular, sobre el legado del Rey Juan Carlos, indicadores de un deterioro de la proyección internacional de la Corona.

La corrupción solo mereció el comentario crítico de un dibujante portugués, lo que hace pensar que los demás lo percibieron como un asunto interno de escasa trascendencia internacional. Otro tanto puede decirse de la reforma legal del aborto, motivo de una viñeta que tuvo la peculiaridad de reflotar tópicos de la “Leyenda Negra”.

En general, la política exterior española tuvo escasa repercusión. El conflicto con Gibraltar recibió la atención de viñetistas del otro país implicado –el Reino Unido– y de su colega luso, que tachó la actitud española de imprudente. De modo similar, la expropiación de Repsol sólo encontró eco en la prensa argentina, en donde notablemente se publicaron las únicas viñetas de toda la muestra comprensivas con la postura de España (una solidaridad explicable por el rechazo a las nacionalizaciones en determinados medios).

Resumiendo: en la muestra es palpable una mala imagen de España en los planos económico, político, deportivo y social. Bien es verdad que en las viñetas –al igual que en el resto de los géneros periodísticos–, las malas noticias reciben mucha más atención que las buenas, por lo que resulta comprensible que el impacto mediático de las dificultades de un país supere al de sus novedades positivas; en ese sentido, un dato halagüeño lo representa la ausencia de viñetas sobre la crisis financiera en el último año del período, el síntoma de una percepción menos dramática de la economía nacional.

La segunda reflexión concierne a los medios expresivos puestos en juego. Decíamos al inicio que la necesidad de los viñetistas de reducir la polisemia y ambigüedad de la imagen les fuerza a recurrir a estereotipos que aseguren la rápida comprensión. Por esa razón los dibujantes acostumbran a referirse al Reino Unido mediante la figura de John Bull –un individuo rechoncho de mediana edad, vestido con la levita de la clase media de principios del siglo XIX, adornada con los colores de la Union Jack– y a EEUU a través del Tío Sam –un anciano alto, desgarrado, de barba, con chistera y traje engalanado con barras y estrellas–. En las representaciones de España aquí reseñadas prevalecen dos viejos estereotipos: los relativos a la tauromaquia y al Quijote. A ellos se suman los relativos al flamenco, la pintura de Goya y la Sagrada Familia de Gaudí. Siempre se trata de esquematismos basados en rasgos culturales, lo que confirma la centralidad de la cultura autóctona como elemento distintivo de la Marca España.

Merece la pena detenerse en los estereotipos taurinos y sus tres ingredientes: el torero, el toro y, eventualmente, el ruedo. En la muestra, el toro, en concreto, puede simbolizar tanto a la hispanidad como a sus adversarios (por ejemplo, la crisis económica). El torero, en cambio, condensa en sí la esencia de una hispanidad entendida como masculina, valiente y dramática. Tales estereotipos estuvieron positivamente connotados durante largo tiempo, primero por el Romanticismo y luego por la literatura contemporánea (la mitificación de las corridas de toros y los San Fermín por Hemingway es de sobras conocida); sin embargo, la popularidad de los derechos de los animales en la opinión pública occidental y las denuncias de la crueldad del toreo dan motivos para pensar que su valoración positiva puede caer, como ya se intuye en alguna viñeta.

Una mención aparte merece el abundante empleo de los colores de la bandera española, utilizados para identificar los personajes presentados, lo que hace presuponer su conocimiento por parte de las audiencias a las que se dirigen los viñetistas.

Hay que mencionar también la pervivencia larvada de los tópicos más rancios sobre la España del atraso y el oscurantismo, que se han reactivado en cuanto la crisis ha puesto en tela de juicio la estabilidad y solvencia del país.

Otro aspecto a destacar es el recurso a la caricatura de las principales autoridades nacionales (el presidente del Gobierno y los Reyes Juan Carlos I y Felipe VI), lo que aporta un indicio del reconocimiento del que éstas gozan en la escena mediática internacional. Es también relevante la presencia, al lado de estas caras familiares, de la figura del hombre maduro trajeado, la encarnación de un poder moderno y racional que no distingue fronteras y cuyos agentes son el político, el burócrata, el representante de las elites económicas, el *corporate man*, en breve: un emblema de la modernidad global.

Conviene señalar, por último, el tono por lo general respetuoso de los mensajes, rasgo de estilo de la prensa de prestigio. No se encuentran en ellos las generalizaciones prejuiciosas (por ejemplo, los clichés sobre la pereza y el gusto por la diversión achacados a los españoles) ni los comentarios despectivos acerca de los países PIGs usuales en algunos tabloides sensacionalistas, ni la crítica sangrante propia de las publicaciones satíricas. Y esto importa ya que la prensa de referencia refleja los pareceres de las elites que modelan la opinión dominante en sus respectivos países.

En definitiva, y considerando los tópicos tratados y el repertorio iconológico asociado, puede concluirse que las viñetas pintan un país moderno en lo institucional y lo económico, con escaso peso internacional, culturalmente rico, aquejado de males actuales como la corrupción y una crisis financiera que parece haber quedado atrás, y marcado por tradiciones (la monarquía, la religión...).

Nota bibliográfica

Hess, Stephen, y Sandy Northrop (2010), *American Political Cartoons, 1754-2010: The Evolution of a National Identity*, Elliot & Clark, Montgomery, Alabama.

Lozano, Jorge (2012), *Persuasión. Estrategias del creer*, UPV, Bilbao.

Morán, María (2013), "Toro flaco... La imagen del toro como símbolo de la crisis de España en los medios internacionales", *OIE*, nº 9/2013, Real Instituto Elcano, http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/imagen+de+espana/ome9-2013-moran-imagen-toro-espana-medios-crisis.

Tejeiro Salgado, R., y T.L. Gross (2009), "Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión", *Diálogos de la Comunicación*, nº 78, pp. 1-10.