

COMUNICACIÓN Y RECEPCIÓN DE LA IMAGEN EN LA PRENSA DECIMONÓNICA.

EL APOYO
ICONOGRÁFICO
EN LA PRENSA
ESPAÑOLA
DEL SIGLO XIX.

RAFAEL GÓMEZ ALONSO

ABSTRAT

En el presente artículo se pretende abordar, de una manera introductoria, cómo se configura la iconografía en las publicaciones periódicas del siglo XIX. Este periodo merece especial atención a la hora de evaluar la función de la imagen visual, dentro de la prensa, al coincidir con un período de revolución industrial donde tiene acogida una propia revolución de la "imagen mecánica" marcada por el desarrollo de soportes y por la aparición de la fotografía. Todos estos cambios surgidos están implícitos en la recepción de la imagen, es decir, en la percepción visual o, dicho de otra forma, en una nueva concepción de entender la realidad circundante, una nueva manera de mirar y abrirse al mundo ante el desarrollo de las futuras comunicaciones y avances tecnológicos y audiovisuales, en una sociedad todavía en fase de alfabetización.

a recepción de imágenes a través de la prensa pretende, de alguna forma, actualizar informativamente e implicar al público en el discurso de noticias acontecidas, además permite aproximar a unas corrientes favorables o propias de una determinada ideología (social y política) y a su vez acercar lo relevante a un alcance local.

El apoyo iconográfico en la prensa del siglo XIX aparece en principio como un fenómeno estético interno de la publicación que ofrece una identidad corporativa propia. La evolución de la prensa induce directamente al desarrollo de la iconografía. Algunas de las condiciones tecnológicas como la invención de la rotativa y la linotipia abaratan los costes de producción. Por otro lado, el desarrollo de las comunicaciones, con las nuevas redes de ferrocarril y de telegrafía aumentan la difusión mediante servicios propagandísticos con gran rapidez, promoviendo que se llegue a conectar con un amplio sector de población que vive inmerso en un proceso de evolución social: las regiones españolas más industrializadas (principalmente Madrid, Cataluña y País Vasco) son las que mayor prensa consumen por ser lugares donde aparece un mayor índice de personas que saben leer coincidiendo, a su vez, con el auge de aumento de población de ciudades, surgida por la emigración de zonas rurales.

La labor de la recepción de imágenes de la prensa ilustrada incitaba a la lectura del texto, produciéndose de este modo una demanda de alfabetización mayor (aunque

no todas las personas por motivos económicos tuvieran dicha accesibilidad) y al mismo tiempo un proceso de culturización mayor. Pero el acceso a la información y su consumo no deben entenderse de igual forma. El consumo de revistas o prensa ilustrada no puede estudiarse de un modo totalmente eficiente ya que nunca puede coincidir el público lector de un determinado periódico con el que lo compra. Además, en una sociedad donde la mayor parte de la población no sabe leer, el papel principal de recepción no se encuentra en el propio público sino en los intermediarios o interlocutores.

En las ciudades, las informaciones, habladurías y rumores corrían de boca en boca rápidamente, además las reuniones que se formaban en plazuelas serían sitios donde un único periódico podría circular de mano en mano para observar imágenes impresas. De este modo se puede hablar de una subjetividad receptiva frente a una objetividad receptiva en la venta de prensa, no se puede comparar la venta de un determinado periódico a su acceso y mucho menos a su acceso gráfico manipulado por la explicación de un intermediario en la fase de recepción comunicativa. Estos intermediarios de la comunicación configuran el rol de personas alfabetizadas encargadas de contar lo que aparece descrito en la prensa, lo que fomenta una realidad transgiversada y dota de mayor énfasis a la subjetividad expuesta del interlocutor. Por tanto, existe una recepción global perteneciente a clases sociales de bajo nivel cultural, que es susceptible de una mayor manipulación informativa, frente a una recepción individual propia de clases sociales de alto nivel cultural con mayor capacidad de interpretación. Pero los procesos de lectura no coinciden con los de escritura, Lee Fontanella (1982) alude al célebre escritor Larra que comenta que, a mediados del siglo XIX, "España es un país donde se escribe mucho y se lee poco", lo que viene a confirmar que aunque escasean estamentos alfabetizados son productivos en la faceta de publicar.

La capacidad para descifrar el mensaje iconográfico, podría, a su vez, ser una problemática por los condicionantes socioculturales y pedagógicos no sólo en temas relacionados con la comprensión de lectura sino con la asimilación de la cultura visual, de hecho, a mediados del siglo XIX tuvieron una especial acogida los explicadores de aleluyas y de estampas secuenciales ilustrativas cuyo papel fundamental era la interpretación o adaptación, a través de relatos orales, de las imágenes que portaban en amplios cartelones. Estos explicadores algunas veces eran invidentes, lo cual es un dato curioso ante la credibilidad visual receptiva que pudiera ocasionar.

La mirada del receptor de imágenes del siglo XIX no se puede entender como una visión de un receptor audiovisual de la actualidad. Umberto Eco (1999) habla de los conceptos de "prótesis sustitutivas" y "prótesis extensivas" que podrían aplicarse al hecho iconográfico inmerso en la prensa del XIX. La imagen, sin duda alguna, sustituye (prótesis sustitutivas) con mayor capacidad al texto escrito pero además tiende a extender (prótesis extensiva) la información. En el desarrollo o amplitud de la información la imagen forma parte de

ese texto y no sólo es un mero acompañamiento sino que es uno de sus principales reclamos a su acceso.

La imagen aproxima la realidad del objeto representado, y puede ser entendida, según indica Christian Doelker (1982), bajo tres niveles de análisis, entendidos individualmente o en conjunto, que intervienen en los procesos de percepción del mensaje de apoyo iconográfico:

AJUSTE:

verdad válida suficiente por sí misma, como el caso de fotografías o gráficos que aparecen en la prensa basados en acontecimientos reales sucedidos. Así por ejemplo, uno de los primeros reportajes fotográficos impresos fue el realizado por Heribert Mariezcurrena para la revista La Ilustración de Barcelona publicado en febrero de 1885, sobre un terremoto acontecido en Granada en la navidad de 1884, según precisa Bernardo Riego (1998).

TIPIFICACIÓN:

reflejar la realidad mediante tipos comunes, como pudiera ser el caso de dibujos o gráficos que representan seres reales con rasgos animales; por ejemplo las caricaturizaciones de personajes que aparecen en revistas satíricas y en cómics. La caricatura, como apoyo iconográfico en la prensa del siglo XIX, es uno de los fenómenos más populares en los que quedan reflejados diferentes tipos de imágenes referentes tanto a personajes individuales y concretos de la sociedad (arte, política, cultura, etc.) como a personajes globales que reflejan costumbres y ocios del momento, a veces, tratados de manera sarcástica, irónica y chistosa. La aceptación de este medio de comunicación iconográfica propiciará que aparezcan publicaciones específicas en las que toman única partida viñetas cómicas y caricaturas. Sus características principales radican en que:

- Son un tipo de agresión suave hacia determinado persona o estamento.
- Deforman una cualidad o carácter fisionómico de un rasgo de la persona ampliándolo.
- Intentan desenmascarar para degradar. En cierto modo prevalece un carácter jeroglífico.
- Distorsionan la realidad.
- Tienden a infantilizar. En algunos casos se denota una simplificación iconográfica.
- Su labor fundamental es la de satirizar, ironizar, ridiculizar y buscar el humor en el receptor.
- Dentro del mensaje suelen manifestarse unas condiciones socioculturales e ideológicas del momento.
- Prevalece un cierto carácter grotesco en varias de sus manifestaciones.

ALIENACIÓN:

buscar distanciamiento de la realidad mediante objetos o casos reales. En este caso, el ejemplo más evidente se encuentra en el modo de representar una imagen con otra ima-

gen diferente, interviniendo fundamentalmente las capacidades simbólicas y connotativas que puede ofrecer dicha iconografía. En este apartado juega un papel importante la manipulación de la realidad social.

En la prensa decimonónica aparecen reflejados determinados aspectos de la realidad social vivida que pasan por ser insignificantes o no significativos en un momento determinado pero que en otros momentos son piezas clave para consolidar un legado y memoria histórica de una comunidad. La realidad social la define Amparo Moreno (1986) como el conjunto múltiple y diverso de vivencias experimentadas por los miembros del colectivo social, personal y grupal que se traducen en diversas manifestaciones culturales, en lo que se refiere a la realidad informativa o documental, y que atiende al conjunto de propuestas ideológicas vertidas por las publicaciones que hacen de la prensa un instrumento generador de pautas de lectura de la realidad social y de estereotipos comportamentales relacionados con las divisiones sociales.

Portada de la revista ilustrada
El Bazar, Agosto de 1874

La fotografía ha sido uno de los medios que mejor ha sabido reflejar los acontecimientos sociales: en sus comienzos es un arma fundamental de referencia de la realidad aunque también funciona como instrumento retórico. La imagen fotográfica no supone captar propiamente la realidad sino copiar una determinada realidad que puede, o no, ser del todo real. Siempre prevalece en este medio, como en otros medios gráficos, una mirada subjetiva que fundamenta el estilo del autor, que en cierto modo es una visión de una realidad específica, pero la fotografía, por ser el medio que con mayor facilidad se asemeja a la realidad, es también el arma más peligrosa para su manipulación y distanciamiento de lo que acontece.



Factores que intervienen en el apoyo iconográfico de la prensa

El apoyo iconográfico dentro de la prensa decimonónica supuso una evolución de la comunicación visual en varios sentidos:

- a) Configuración de un estilo y de una estética determinada.
- b) Apoyo a la información escrita, y, por tanto, reclamo de la imagen para leer el texto escrito.
- c) Documentación visual propiamente dicha, que configura una alfabetización icónica.
- d) Ampliar el conocimiento de lo escrito. La imagen iconográfica supone una atracción, curiosidad para el lector analfabeto o en proceso de alfabetización, que anima a querer saber más sobre lo que se cuenta. Es decir, el apoyo iconográfico tiende a atraer al lector hacia lo escrito en el propio texto. Por tanto el papel de la imagen es una clave fundamental como proceso de culturización.
- e) La propia imagen iconográfica no sólo es un apoyo estético al periódico sino que al servir de explicación a lo expuesto muestra un valor pedagógico o instructivo.
- f) Aparece inmerso un cierto papel seductor generado por la publicidad de la imagen, auto-referencialidad de acontecimientos escritos, que amplían conocimientos familiares y permiten concebir aspectos diferentes con una consiguiente percepción novedosa.
- g) La imagen ofrecida puede utilizarse como propaganda del propio medio (autopropaganda) o publicitar un estilo propio orientando al lector hacia unos intereses específicos.

Dentro de la iconografía que aparece en la prensa intervienen una serie de factores externos que condicionan tanto los procesos de emisión y edición como los de recepción:

Factores temporales: fijados por determinadas épocas que marcan los acontecimientos ocurridos. Unas noticias tendrán más relevancia que otras según su importancia en el momento determinado: catástrofes, revueltas, situaciones de relevancia política, etc. Pero también determinados hábitos influyen en los factores temporales generando modas específicas en el tratado de las imágenes, ya sea en su composición estructural como en su composición tecnológica. Así por ejemplo, los procesos de tratamiento litográficos (xilografía), y, posteriormente, los tratamientos fotográficos en prensa (fotografía a media tinta) habían sido importados de Francia con mucha rapidez, y no sólo facilitaban la mejora de procesos de impresión sino que formaba parte de una determinada moda temporal.

Factores propagandísticos: regidos por determinadas personas concretas (factores individualizados), es decir, directores, editores y jefes de sección de un determinado periódico, o incluso regido por un grupo de personas que configuran una determinada línea editorial, política o cultural (factores colectivos). La focalización utilizada por los medios gráficos determina la manera de captar y de entender una realidad o suceso individual concebida de una manera positiva o negativa, por la acción de los medios visuales de difusión impresa.

Factores socioculturales: marcados por la sociedad de la época, y atiende a los hábitos, consumos y costumbres de la vida cotidiana. En una cultura determinada, la imagen

reflejada en la prensa estipula una cierta pedagogía visual que aporta desde lo más obvio a lo más preciso informativamente. Es necesario que se establezcan unos códigos de reconocimiento del mensaje visual que sean entendibles por el público y que fluctúen la comunicación visual de manera provechosa. El establecimiento de un código de reconocimiento consiste en efectuar una selección de rasgos pertinentes característicos del mismo, que conlleven a una observación o registro. Dichos códigos se dividen en dos tipos.

- Códigos perceptivos, que permiten captar los aspectos que interesan al receptor mediante unos condicionamientos o pautas socio-culturales.

- Códigos gráficos, que permiten la traducción de imágenes mentales o evocadas en imágenes materiales. Para ello es necesario saber cómo motivar mediante la imagen al receptor sin desorientarle.

Factores estéticos: determinados por modas establecidas en la configuración de técnicas utilizadas para crear determinados estilos. Estos factores no sólo acontecían y se establecían en sectores nacionales sino que, además, traspasaban las fronteras internacionales e, incluso, incidían en sectores provinciales y locales. Pilar Palomo (1997) comenta varios títulos de periódicos gráficos que formaban parte de criterios estilísticos específicos; así por ejemplo la revista costumbrista titulada *Los españoles pintados por sí mismos* (1843), destinada a reflejar, primordialmente, tipos sociales, incitó a que surgieran otras publicaciones con tendencias similares: *El álbum del bello sexo o Las mujeres pintadas por sí mismas* (1843), *Los cubanos pintados por sí mismos* (1852), *Los mexicanos pintados por sí mismos* (1854), *Los valencianos pintados por sí mismos* (1859), *Las españolas pintadas por los españoles* (1871), *Los animales pintados por sí mismos. Escenas y costumbres de la vida pública y privada de los irracionales* (1888), etc.

Los elementos visuales que intervienen en la configuración del apoyo iconográfico de la prensa decimonónica están determinados por diferentes parámetros:

- Espaciales: relativos a las posiciones.
- Gestuales: relativos al gesto de los personajes.
- Escenográficos: relativos al conjunto compositivo.
- Simbólicos: códigos connotativos.
- Cromáticos: relativos al color utilizado.
- Focalizadores: relativos al punto de vista utilizado.
- Morfológicos: relativos a la estructura compositiva de las formas.
- Estereotipados: relativos a la creación de personajes tipo.
- Asociativos: relativos a asociaciones icónicas.
- Narrativos: con capacidad de secuencialidad.
- Tonales: relativos a la tonalidad utilizada en el color.
- Heurísticos: con capacidad creativa para generar nuevos mensajes.

- Estilísticos: relativos a la capacidad estética transmitida.
- Éticos: utilizados bajo unas pautas de sensibilización tanto en la propia representación de imágenes como en los efectos producidos en su comunicación.

Además de estos parámetros intervienen otros factores que son determinantes en la representación iconográfica: el propio acontecimiento y el comentario que acompaña a la imagen.

Los acontecimientos ofrecen informaciones consignadas que aportan datos para reconstruir mentalmente los hechos tal y como se conocen que ocurrieron intentando reflejar la mayor fiabilidad posible o haciendo todo lo contrario, por ejemplo, se puede observar esta paradoja en las estampas y grabados que aparecían en publicaciones en la era prefotográfica donde se representaban motivos acordes con situaciones reales o fantásticas, o en las que nunca se podía saber de qué naturaleza concreta eran.

En el caso de los comentarios, es decir, en el texto propiamente dicho que acompaña a la imagen o que la evoca, el aspecto que tiene la información es el de complementar, ilustrar, interpretar y valorar (ya sea en el plano del contenido o en el de la expresión) los hechos ocurridos y transmitidos. En este caso la única fiabilidad se puede obtener por la utilización de distintas fuentes ante un mismo acontecimiento, tarea que es muy difícil de delimitar por connotaciones personales, sociales, políticas, propagandísticas, etc.

En el apoyo iconográfico de la prensa decimonónica interviene una unidad mínima de significación denominada por Philippe Dubois (1994) como *índex*, que remite a cuatro principios que fundamentan la labor de la imagen impresa:

- a) Principio de conexión física con el entorno. Acercar los hechos al receptor.
- b) Principio de singularidad de transmisión del medio. Facilitar los códigos de lectura. La imagen impresa supone una gratificación para la mirada del lector hacia el texto escrito.

c) Principio de atestiguamiento de hechos. El documentalismo generado por la imagen visual permite informar de acontecimientos, dotando a los artículos de mayor verosimilitud con la realidad.

d) Principio de designación formal. El diseño adoptado por la prensa con la inclusión de imágenes permite hablar de generación de estilos propios: usar muchas o pocas imágenes, calidad de los gráficos, tamaños, uso de blanco y negro o papeles virados, utilizar algún tipo de colorido, etc. En muchos casos, cuando comenzaba a editarse una publicación periódica, en su primer número, se estipulaban una serie de requisitos en sus planteamientos editoriales que reflejan como era su identidad corporativa. Por poner un ejemplo, en el prospecto de indicaciones del diario madrileño *El Avisador*, fechado el 1 de mayo de 1842, se hace alusión al modo de insertar los gráficos y a la tendencia que se lleva a cabo en otros países en la configuración de un estilo:

"En la sección de anuncios usaremos siempre como hoy, viñetas alegóricas para llamar

la atención, y que cada cual pueda hallar fácilmente lo que le convenga. Esta costumbre puesta en práctica en otros países, nos parece de buen efecto y la seguiremos fielmente aún a costa de algunos dispendios para aumentar sucesivamente la numerosa colección de viñetas que ya poseemos."

El apoyo iconográfico en la prensa decimonónica cumplía una serie de objetivos primordiales:

- Potenciar la imagen visual mediante el carácter testimonial que ofrecía el texto escrito y viceversa.
- Otorgar mayor fuerza persuasiva y expresiva a las noticias redactadas mediante el uso de imágenes impactantes.

Detalle de la portada de la publicación La Ilustración de Madrid.

• Cambiar la manera de concebir la narración. El carácter de relato ofrecido por la prensa, así como su función de literaturización, va a verse apoyado por imágenes visuales, que harán estimular las imágenes mentales de una forma distinta en la recepción del espectador por el posible anclaje en imágenes fijas. Dichas imágenes van a constituir la manera de formular diégesis distintas, pasando de modelos en donde sólo la imagen mental genera diégesis a través de texto escrito, a modelos combinados de imagen y texto donde la imagen mental va a estar condicionada por ese apoyo iconográfico aparecido.

• Generar estrategias comunicacionales diferentes a las que existían anteriormente. Ahora no se puede hablar de texto para incidir en lo escrito sino que lo visual también es texto.

• Establecer percepciones de verosimilitud entre lo acontecido y lo reflejado por la prensa ilustrada. El mapa individual de los acontecimientos está determinado por la clase, calidad, cantidad y fuerza psicológica de las informaciones recibidas y acumuladas, en relación con el carácter y las expectativas de los individuos.

Las cualidades que se pueden otorgar a la fotografía de prensa, partiendo de unas bases sostenidas Eduardo Rodríguez Merchán (1992), permiten hablar de:

- Instrumento técnico de comunicación.
- Medio de alteración colectiva en su papel socializador y conformador de cultura.



- Medio para imponer falsas, verdaderas o fragmentadas realidades de formas de ver la vida.

- Papel espectacularizador de la noticia, añadiendo trascendencia a los hechos insignificantes o restando importancia.

- Fruto de experiencia y conocimiento que permite la transmisión de ideas y sentimientos (a veces mediatizados).

Aparición y desarrollo del apoyo iconográfico

Las primeras ilustraciones de difusión de noticias se comenzaron a desarrollar en España desde mediados del siglo XVII con los llamados "avisos", que eran una especie de gacetas con tono epistolar en donde aparecían noticias de curiosidades que, en algunos casos, llegaban a representarse ilustrativamente. Otra forma de publicación eran los "mercurios" que constituían una especie de libros de noticias, semanales o quincenales, paginadas consecutivamente, en donde solían representarse algunos motivos iconográficos.

Muchos pliegos mostraban imágenes en los que aparecían acontecimientos tachados de anormales o fuera de lo corriente. Los orígenes de las estampas que muestran la ilustración de fenómenos monstruosos se encuentran en las descripciones fantásticas de los propios monstruos. Juan Carrete Parrondo (1993) comenta que hay escasez de imágenes aunque no de descripciones escritas. Dentro de las noticias que aparecen reflejadas, con aporte visual, destaca una del año 1784 en la que se anuncia un animal calificado de "monstruo", que según su escrito parece más bien que se trate de un cuento fantástico que de una información verídica:

"Este horrible monstruo apareció a principio de este año [17]84 en la laguna de Tagua, en la estancia de Don Prospero Elso en el Reyno de Chile, el cual hacía muchísimo daño, comiendo cuanto animal iba a beber a dicha laguna, hasta que con mucho silencio le esperaron 100 hombres con bocas de fuego, y le cogieron vivo. Tiene 30 varas y media de largo, y la cola mucho mayor que el cuerpo, las piernas tienen cerca de un cuarto, pero las uñas son mucho mayores, la melena de la cabeza llega hasta el suelo de modo que te enreda los pies, la cola superior la juega con mucha ligerez y a donde quiere sirviéndole de mano para asir la presa; los dientes son de Xeme de largos, y la boca es del ancho de la cara, las astas son una vara y media muy bien torneadas y finalmente las orejas de 3/4 de largo. Se hallará en la librería de Escrivano, calle de Carretas nº 8."

También se pueden rastrear antecedentes del apoyo iconográfico de la prensa del siglo XIX en las ediciones de libros que incluían grabados, especialmente en los relatos de viajes ilustrados del período dieciochesco. Según comenta Ana Clara Guerrero (1990), "los hombres del siglo XVIII ilustran sus obras con vistas muy detalladas de las ciudades, sus

puertos, obras de arte, inscripciones latinas, incluso modelos de arado que han encontrado interesantes". Uno de los mayores exponentes dentro de esta serie de grabadores de libros sería Gustave Doré.

La literatura de cordel ofrece una influencia gráfica a la prensa decimonónica mediante las llamadas aleluyas, pliegos de papel en el que aparecían una serie de viñetas, normalmente secuenciales, que aludían a una determinada temática lúdica, social, pedagógica o moral (se elaboraron fábulas de Esopo, alfabetos infantiles, etc.). En el caso español, su origen data de mediados del siglo XVIII, aunque su auge lo obtiene durante la mayor parte del siglo XIX.

Con la aparición de la litografía a finales del siglo XVIII, la transmisión de imágenes grabadas se va a ver impulsada. La litografía era un proceso de impresión que se había desarrollado desde 1798 por el inspector cartográfico alemán Aloysius Senefelder, que permitió mayor facilidad en la reproducción de dibujos, obras de arte, ilustración de libros y, posteriormente, revistas. Diversos pintores afamados en el terreno internacional como Honoré Daumier o Nadar, que también recaló en el mundo de la fotografía, o en el caso español el propio Francisco de Goya, obtuvieron una especial fama por sus abundantes litografías que satirizaban las debilidades sociales de su época.

Muchas de las estampas y grabados, que por sí solas gozaban de gran prestigio en exposiciones y comercio entre particulares, tendrán acogida en la prensa principalmente desde mediados del siglo XIX. El conocer la propia imagen de una información estimulaba no sólo a la venta de los propios diarios sino a conocer otro tipo de manifestaciones artísticas de las que anteriormente sólo se tenía noticia por informaciones escritas. Tal es el caso, según citan Juan Carrete y Jesusa Vega (1991), de los anuncios de prensa sobre las estampas de Goya, como la aparecida en la Gaceta de Madrid el 22 de diciembre de 1778 sobre las imágenes del "Príncipe D. Baltasar Carlos a caballo" y grabados sobre representaciones de cuadros de Velázquez dibujadas por el propio Goya, así como la noticia de venta de colecciones de los "Caprichos" del citado pintor, según se comenta en el Diario de Madrid del 6 de febrero de 1779.

Es en el año 1823, con la publicación del *New Yor Mirror*, según indica Juan Antonio Ramírez (1988), cuando comienza la apertura del periodismo ilustrado. Pero en el caso de España no será hasta unos años más tarde cuando pueda hablarse de una prensa con rasgos informativos iconográficos. Las primeras "huellas de imagen" de pequeño tamaño denominadas reclamos no sólo sirven como adorno estilístico a la publicación sino que intentan aproximar, mediante su dibujo, a lo que pretenden comunicar para atraer (reclamar) la atención del lector. Varios de estos ejemplos se encuentran en publicaciones periódicas como el *Diario de Avisos de Madrid*, *El Avisador*, *El Clamor Público*, *El Anunciador*. Pero el papel fundamental en la contribución de la utilidad de la imagen gráfica se va a lle-

var a cabo con el nacimiento de las revistas ilustradas a mediados del siglo XIX.

Reclamos de imágenes insertados en el diario El Avisador.

En algunas colecciones de grabados de principios del siglo XIX ya se puede apreciar un cierto anclaje y narratividad en los pies de página escritos, que en cierto modo sientan las bases de lo que va a significar el apoyo iconográfico en la prensa de años posteriores, como en el caso, según precisa Pilar Palomo (1997), de la Colección General de los trajes que en la actualidad se usan en España, que data del año 1801.


Una de las primeras revistas ilustradas de las que se tiene constancia, según Sánchez Vigil (1999), fue *Cartas Españolas*, que se editó entre el 26 de mayo de 1831 y el 29 de marzo de 1832. Unos años más tarde, la revista semanal *El Artista* que comienza a publicarse en enero de 1835, aportaba litografías de escenas y retratos, generalmente, costumbristas y acordes con las tendencias románticas del momento. Estuvo dirigida por el pintor Federico de Madrazo y el escritor Eugenio de Ochoa (que curiosamente fue uno de los primeros traductores del manual de fotografía de Daguerre titulado *El daguerotipo*. Explicación del descubrimiento que acaba de hacer, y que ha dado nombre M. Daguerre, de 1839). También en el año 1835 el diario político *El español* recogió varios dibujos sobre la Guerra Carlista.

La publicación titulada *Semanario Pintoresco Español*, dirigida por el célebre escritor y periodista Ramón Mesonero Romanos, que comienza a publicarse en 1836 y tiene su fin en 1857, fue una de las que más auge cultivó dentro de las tendencias costumbristas. Según María Cruz Seoane (1996) esta revista fue la introductora del grabado en madera, que permitía multiplicar indefinidamente impresión de imágenes, al mismo tiempo que los textos, a un bajo coste. Sus imágenes tuvieron una tendencia especial por la difusión de ofrecer conocimientos e instrumentos científicos y culturales.


Otras revistas del período decimonónico que tuvieron importancia por la inclusión de imágenes fueron *Siglo XIX* (1837-1838), *El Observador Pintoresco* (1837), *El Museo Artístico y Literario* (1837), *La Esperanza* (1839-1840), *Gabinete de lectura, gaceta de las*



En la fábrica de sombreros de la casa del Breraño, se ha recibido un sortido de todo género de seda de la clase más fina y más elegante para la construcción de sombreros de hombre y niños; gorras, cachuchas de todas clases, pañuelos, sombreros de muella para invierno y verano con sus presillas de cuero, sombreros de paja y seda para hombres y niños, lejitimos castores isabelita, ramusques de primera y segunda clase; miracóns de id. figura con adornos variados; adornos de plumas blancas y negras para sombreros de diplomático, chacos de goma de todas clases, y en fin, el más completo sortido de pelica, paños y adornos para la construcción de gorras y cachuchas con los dibujos según se están en la capital de Francia.




Se venden en la Villa de Valdemoro dos casas habitables y rentada famosa de tierra con ellas: la persona ó personas que quieran enterarse de ello para su compra, acudirán á la calle de Precados, núm. 66, cuarto principal, donde vive don Ydefonso Fernández Gil que los enterará, por la mañana de seis á nueve y por la tarde de una á cuatro.




En la calle de Hortaleza número 9 y 11 hay un gran sortido de sillones de muga de paja y junquilla, con su sofá correspondientes, sillas y sillas de muga y de cuero, cómodas de tres y cuatro colones, mesas consolas, mesas de despacho y otros varios muebles perfectamente concluidos entre ellos sofás y sillones de caoba de tapicería, los cuales se venden á precios equitativos.


A voluntad de su dueño se vende una casa sita en la calle del Arco María de esta corte, señalada con el núm. 3 viejo, 45 nuevo, mansana 31, que no ha pertenecido á bienes nacionales, vinculos ni mayorazgos; y aunque reuse circunstancias que la recomendar, se hará con equidad. Darán razón en la tienda de vinos generosos frente á los Consejos.




En la calle de Jacometrezo, núm. 81, se despacha la leche de cabra, bien ordeñada, á 8 cueros el cuertillo, con su saniduría completa.




En atención al considerable número de personas que en vista al buen estado de servicio en que la señora que vive en la Castellana de los Doanaparedos, núm. 21, cuarto principal, dejó los guantes de cabrellilla y ante, concurren á favorecerla; ha determinado este por cada par, la insignificante retribución de un real en lugar de los 12 cueros que hasta ahora los ha arreglado.




Se vende un par de pistolas de chispa; tambien se vende una muestra de encaje ó no ramblará por otra de casco de seda, atendiendo la diferencia del valor. Dará razón el valenciano de la Puerte del Sol, núm. 11.



Se presta dinero en fortas condiciones sobre alhajas de oro y plata, con las formalidades necesarias, y bajo un interés muy módico: en la calle del Olmo, núm. 10, cuarto ba.o.



El primero de esta casa núm. 2 de la calle de Santa Clara, dará razón del sugeto que vende acciones de minas de carbon de pedruzco de los pozos de Guadaluja, á 600 reales cada una.



Se suplica á la persona que se haya encontrado un galguito negro logia todo blanco con una mancha negra que le cubre el ojo izquierdo, y se estrairá el día 19 del corriente á las inmediaciones de la plazuela del Progreso, tenga la bondad de presentarlo en la casa calle de Barón Nuevo, núm. 15, cuarto segundo de la derecha, que vive don Nicolás Alonso, quien ademas de agradecerle dará el hallazgo.

familias (1841-1842), *El Laberinto* (1843-1845), *Museo de las Familias* (1843-1871), *El Siglo Pintoresco* (1845-1848), *La Ilustración* (1849-1857), *El Universo Pintoresco* (1852-1853), *Álbum Pintoresco* (1852-1853), *El Museo Universal* (1857), que se transformó posteriormente en *La Ilustración Española y Americana* (1869-1921), *La Ilustración de Madrid* (1879-1881). A finales de ese siglo ya existían numerosas publicaciones y diarios que incluían imágenes, si bien una de las revistas que gozó de mayor éxito por sus ilustraciones fue *Blanco y Negro* que comenzó en el año 1891.

Detalle de la portada de *El Museo Universal*.

Las publicaciones satíricas gozaron también de satisfactoria acogida por la difusión de iconografías esperpénticas, constituyendo a su vez dos recursos gráficos: la caricatura y las viñetas, como el caso de *Gil Blas* (1865) en donde los hermanos Valeriano y Gustavo Adolfo Bécquer, con el seudónimo SEM, dedicaron varios textos



e imágenes en los que ridiculizaban la situación político social del momento. Otros títulos de prensa satírica fueron: *Madrid Alegre*, *Gedeón*, *Madrid Cómico*, *La Bayoneta*, *El Tío Verdades*, *La Cotorra*, *El Loro*, *Barcelona Cómica*. Algunos de los dibujantes que obtuvieron mayor fama fueron, entre otros, Pellicer, Tomás Padró, Moliné, Cilla, Urrutia, Velasco. El impulso que acompaña la difusión de estas viñetas o historietas dibujadas están relacionadas con dos aspectos a tener en cuenta:

a) Por un lado en el último tercio del siglo XIX, tanto en España como en Europa, aparecen fuertes tensiones políticas y sociales. Es una época en donde tienen lugar diversas corrientes ideológicas en las que se suceden gobiernos liberales y conservadores. La prensa utiliza el medio gráfico para ofrecer una visión, en cierto modo, esperpéntica de lo que ocurre en la sociedad del momento.

b) Por otro lado, los habitantes comienzan a consumir un tipo de literatura folletinesca, de entretenimiento, que tendrá su acogida en la prensa, cultivando una tendencia similar a las telenovelas que invaden actualmente la pantalla televisiva. Estas narraciones se verán

auxiliadas por viñetas que aderezarán el contenido de lo escrito, además de generar un impacto visual más agradable y atrayente al posible comprador o lector.

Portada de la publicación satírica Gil Blas. Más cercanos al mundo del cómic, la publicación La Caricatura comienza su andadura el 3 de noviembre de 1884, con periodicidad semanal y titulándose "Semanao Humorístico



ilustrado por nuestros primeros dibujantes". Dentro de sus objetivos comentaba en su primer número lo siguiente: "Venimos al periodismo con el propósito de cumplir nuestras ofertas. Pocas en verdad, pues se reducen a una sola: la de que nuestros lectores tengan semanalmente un rato solaz. Para conseguirlo contamos con el lápiz de más de un reputado pintor y de nuestros más distinguidos dibujantes".

Portada del primer número de la publicación La Caricatura, 3-11-1884. Según indica Valeriano Bozal (1989), las caricaturas además de informar de aconteci-

mientos, usos y costumbres, son modos de ver y de representar la realidad cotidiana. Pero además de formar parte de la prensa escrita, las caricaturas formaron parte de carteles que anunciaban acontecimientos y de un tipo de prensa más específica: los cómics, que, posteriormente, tendrían gran acogida en el mundo juvenil.

El cambio de la imagen gráfica (a partir de grabados y pinturas) a la fotográfica (incluida la ilustración de grabados a partir de fotografías) y el apoyo de la fotografía para la realización de grabados, o viceversa, supone un avance más en la concepción receptiva de la información audiovisual. Los medios de comunicación impresos, del siglo XIX, se van a ver afectados y cambiarán los modos de confeccionar información por influencias del nuevo medio para reflejar la realidad aunque, en cierto modo, esa "realidad", dependiendo de una serie de transmisión de códigos, podía verse manipulada tanto directamente, por el propio medio, o indirectamente, por problemas de descodificación por parte del público receptor.

Bernardo Riego (1996) comenta que el nacimiento de la fotografía está muy emparentado con el fenómeno de los facsímiles, es decir, de la reproducción de textos y grabados sin necesidad de copiado a través del dibujo y de diferentes tipos de imprenta. Las tecnologías de la época estaban preocupadas por los problemas de la fidelidad en las reproducciones. Los principales instrumentos de copiado mecánico, en la era prefotográfica eran, entre otros, el pantógrafo, la cámara oscura y la cámara lúcida también llamada cámara clara.

El uso de la fotografía en la prensa supone una liberalización frente a otras artes gráfico-narrativas (pintura, grabado, dibujo, información escrita, etc), que, a su vez va a configurar que se adopten nuevas técnicas para la impresión de imágenes en periódicos y revistas: fotograbados, grabados basados en fotografías.

Según comenta Publio López Mondéjar (1997) el nacimiento y la evolución de este medio de impresión de imágenes es paralelo al de otros avances tecnológicos como el ferrocarril, máquinas de vapor o el telégrafo, y, al mismo tiempo, es consustancial al desarrollismo económico que cambió la realidad social y cultural de la España del siglo XIX. Pero, además, gracias al desarrollo de los medios de comunicación, la fotografía impresa recorrerá mayor número de lugares en menor tiempo, lo que supondrá una mejora a la difusión de noticias de prensa que van acompañadas de imágenes.

William Ivins (1975) precisa que aunque la fotografía está muy lejos de ser una información perfecta nos permite concebir percepciones que son muy difíciles de establecer por medio del lenguaje escrito. Por tanto, el apoyo iconográfico es un medio fundamental para reflejar con mayor objetividad una información que en la era prefotográfica estaba mayormente condicionado por la interpretación del informador y en donde las noticias adquirirían un contenido de imagen evocada a partir del nivel cultural del receptor fundamentado en sus experiencias personales con el ámbito social en que convivía. Las órdenes de representación iconográfica determinan una serie de reflexiones en su aceptación como medio visual:

* El apoyo iconográfico aparece como un arte nuevo: las personas se encuentran ante algo que no han visto nunca y les produce nuevas sensaciones.

Detalle de las caricaturas referentes al fin de siglo de la revista Nuevo Mundo.

* El apoyo iconográfico aparece como un arte reflexivo: la gente reflexiona sobre lo que puede obtenerse con la aparición del fenómeno fotográfico. Muchas de estas reflexiones acontecen dentro de las propias revistas especializadas en temas fotográficos como La Revista Fotográfica (1881-1884), La Fotografía (1886), Novedades Fotográficas (1891), La Fotografía Práctica (1894-1906) o Arte Fotográfico (Sevilla, 1896).

* El apoyo iconográfico aparece como un arte creador: se utiliza la imagen impresa para crear una tendencia estética específica. Muchos de los carteles inmersos en publicaciones periódicas del período decimonónica pasan por ser hoy verdaderos instrumentos de conocimiento artístico referentes a estilos determinados.

Anuncios aparecidos en la revista Blanco y Negro el 12-7-1891.

* El apoyo iconográfico aparece como un arte evolutivo: en el caso de la imagen fotográfica, las mejoras acontecidas en el medio impreso se irán sucediendo unas tras otras desde el perfeccionamiento de difusión por el desarrollo de captación de imágenes (tiempo de exposición más rápido, las cámaras fotográficas son más prácticas y manejables permiti-



tiendo llegar a capturar los acontecimientos ocurridos con mayor facilidad, etc.), materiales utilizados en imprentas (soportes), mejora del colorido y estampación. Es un proceso que permite observar su propia evolución con sólo hojear publicaciones siguiendo criterios diacrónicos. La calidad del apoyo iconográfico en la prensa de finales del siglo XIX gozará de buen prestigio comunicativo. En el primer número de la revista *Las Novedades Fotográficas* (agosto de 1891) se comenta la nueva invención de una máquina de impresión de imágenes que se ha inventado en Inglaterra en el año 1891:

"En Inglaterra se habla ya de una máquina para hacer estampas y periódicos ilustrados por medio de la fotografía. Una cámara panorámica, en combinación con una máquina tipográfica, puede reproducir, por la tarde, a razón de 10.000 ejemplares por hora, los sucesos o acontecimientos de la mañana.

La máquina al parecer tiene un cilindro de cristal, hueco, alumbrado interiormente por un foco eléctrico; una tira de papel sensibilizado pasa por el cilindro y, al llegar debajo del negativo, se efectúa una pausa momentánea, para dar tiempo a que la luz produzca su efecto; estas tiras se revelan, fijan, lavan y se secan de manera rápida.

Fáltale aún a la fotografía su última conquista, quizás la más importante de todas, la reproducción, en colores naturales; no dudamos que llegaremos a ello, pues mucho se trabaja en este sentido y recientemente se aseguraba que el profesor

Lippman, de París, había obtenido un deseado resultado, pero parece que los colores obtenidos no son permanentes."

- El apoyo iconográfico constituye una nueva retórica visual. La retórica juega un papel muy importante por el carácter de permutación entre los dos medios (visual y narrativo). Entre los dos hay un mismo nivel de información por su función de descripción. La retórica visual cumple un papel muy importante por la capacidad de sugerir ideas o manifestar hechos que no son expuestos denotativamente. La iconografía impresa no sólo hace referencia a la imagen presencial sino a la imagen evocada: imágenes que generan nuevas imágenes a partir de un tópico. Además la propia retórica que genera el apoyo iconográfico constituye una poética visual: las imágenes impresas tienen la capacidad de suscitar sensaciones en el receptor.

En la actualidad, el apoyo iconográfico de la prensa decimonónica es una fuente muy importante como legado no simplemente informativo sino artístico e histórico. Es fundamental concebir la imagen en todas sus capacidades expresivas y en todos sus soportes para poder analizar un determinado contexto porque son piezas claves dentro de la configuración de la historia de la imagen visual. La imagen ilustrada en la prensa del siglo XIX contribuye un servicio de documento social que permite observar la mentalidad de determinados períodos, elementos culturales, sociales y diferentes maneras de entender la realidad.

BIBLIOGRAFÍA.

- BARTHES, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- BOZAL, Valeriano (1979). *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Comunicación.
- BOZAL, Valeriano (1989). *El siglo de los caricaturistas*. Madrid: Historia 16.
- CARRETE PARRONDO, Juan (1993). "Estampas fantásticas. Imágenes y descripciones de monstruos" en DAVIS, Charles y SMITH, Paul Julian [ed.]. *Art and Literature in Spain: 1600-1800. Studies in Honour of Nigel Glendinning*. Londres: Tamesis.
- CARRETE, Juan y VEGA, Jesusa (1991). *Goya grabador*. Madrid: Historia 16, nº 44.
- DOELKER, Christian (1982). *La realidad manipulada*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DUBOIS, Philippe (1994). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- ECO, Umberto (1999). *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona: Lumen.
- FONTANELLA, Lee (1982). *La imprenta y las letras en la España Romántica*. Berne: Peter Lang Publishers.
- GÓMEZ ALONSO, Rafael (1999). *Arqueología de la imagen fílmica: de la prefotografía al nacimiento del cine en Madrid*. Madrid: Tesis Doctoral, Universidad Complutense.
- GUERRERO, Ana Clara (1990). *Viajeros británicos en la España del siglo XVIII*. Madrid: Aguilar.
- IVINS, William (1975). *Imagen impresa y conocimiento. Análisis de la imagen prefotográfica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio (1997). *Historia de la fotografía en España*. Barcelona: Lunwerg.
- MARTÍN, Antonio (1978). *Historia del cómic español: 1875-1939*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MORENO, Amparo (1986). "'Realidad histórica' y 'Realidad informativa'. La re-producción de la realidad social a través de la prensa" en *La prensa de los siglos XIX y XX. Metodología, ideología e información. Aspectos económicos y tecnológicos*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- PALOMO, M^a del Pilar [ed.] (1997). *Movimientos literarios y periodismo en España*. Madrid: Síntesis.
- RAMÍREZ, Juan Antonio (1988). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cuadernos Arte Cátedra.
- RIEGO, Bernardo (1996). "La nueva mirada: la fotografía frente a la descripción dibujada o la paradoja de Turpin", en *Papel Alpha nº 2*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- RIEGO, Bernardo (1998). "El imaginario fotográfico y sus funciones sociales: De la imagen química a la imagen digital", en *5es Jornades Antoni Varés*. Girona: Ayuntamiento de Girona.

RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo (1992). *La realidad fragmentada*. Madrid: U.C.M. Tesis doctoral.

SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel (1999). *El universo de la fotografía*. Prensa, edición, documentación. Madrid: Espasa Calpe.

SEOANE, Mari Cruz (1983). *Historia del Periodismo en España. El siglo XIX*. Madrid: Alianza Editorial.

SOUGEZ, Marie-Loup. "La imagen fotográfica en el medio impreso. Desarrollo de la fotomecánica y aproximación a los inicios en España" en ORTEGA, Isabel y KURTZ, Gerardo F. (1989). *150 años de fotografía en la Biblioteca Nacional*. Madrid: El Viso / Ministerio de cultura.

V.V.A.A. (1989). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós Comunicación.

V.V.A.A. (1991). SEM: "Los borbones en pelota". Madrid: El Museo Universal.

En la fábrica de sombreros de la calle del Desengaño, se ha recibido un surtido de todo género de seda de la clase mas fina y mas elegante para la construcción de sombreros de hombre y niños: gorras, cachuchas de todas clases; paletinas, sombreros de moelle para invierno y verano con sus prestillas de cuero, sombreros de paja y seda para hombres y niños, tejidos castores isabelos, ramameques de plumas y segunda clase; maricacas de tela, figuras con adornos variados, adornos de plumas blancas y negras para sombreros de diplomático, chacos de goma de todas clases, y en fin, el mas completo surtido de pieles, paños y adornos para la construcción de gorras y cachuchas con los dibujos según se exhiben en la capital de Francia.

En la calle de Hospital número 9 y 11 hay un gran surtido de sillas de nogal de paja y junquillo, con su propia correspondientes, camas y ratones de nogal y de caoba, comidas de tres y cuatro enjones, mesas consolas, mesas de despacho y otros varios muebles perfectamente concluidos entre ellos sillas y sillitas de caoba de tapicería, los cuales se venden á precios equitativos.

En la calle de Jacometrzon, núm. 81, se despacha la leche de cabra, bien ordeñada, á 8 cuartos el cuartillo, con su sanidad completa.

Se vende un par de pistolas de chispa; tambien se vende una mantilla de encaje. Se ramiará por otra de caso de seda, abanico de diferencia del valor, dará razon el valecetano de la Puerta del Sol, núm. 11.

El portero de la casa núm. 1 de la calle de Santa Clara, dará razon del negocio que vende acciones de minas de carbon de timba de los pozos de Guadalupe, á 800 reales cada una.

Se venden en la villa de Yldefonso dos casas habitables y buena fincas de tierra con ellas: la persona ó personas que quieran enterarse de ello para su compra, acudirán á la calle de Preciados, núm. 66, cuarto principal, donde vive don Ldefonso Fernandez Gil que los enterará, por la mañana de seis á nueve y por la tarde de una á cuatro.

A voluntad de su dueño se vende una casa sita en la calle del Ave María de esta corte, poblada con el núm. 3 viejo, 45 nuevo, mantana 21, que no ha pertenecido á bienes racionales, vínculos ni mayorazgos; y aunque ruino circunstancias que le recomendar, se hará con equidad. Darán razon en la tienda de vinos generosos frente á los Contos.

En atención al considerable número de personas que en vista al buen estado de servicio en que la señora que vive en la Contadilla de los Desamparados, núm. 21, cuarto principal, deja los guantes de cabrellita y sisa, concuerden á favorecerla: ha determinado estalle por cada par, la insignificante retribucion de un real en lugar de los 12 cuartos que hasta ahora los ha arreglado.

Se presta dinero en cortas cantidades sobre alhajas de oro y plata, con las formalidades necesarias, y bajo un interés muy módico: en la calle del Olmo, núm. 10, cuarto bajo.

Se suplica á la persona que se haya encontrado un galguito legüla todo blanco con una mancha negra que le cubre el ojo izquierdo, y se extraxis el día 19 del corriente á las inmediaciones de la plaza del Frangipano, tener la bondad de presentarlo en la casa calle de Barón Nuevo, núm. 15, cuarto segundo de la derecha, que vive don Nicolas Afonso, quien ademas de agradecerlo dará el hallazgo.