

Trabajo Fin de Grado

La retórica de la sátira:
la familia real en la revista *Mongolia*

Autor/es

Ignacio Pérez Ibáñez

Director/es

María ángulo Egea

Facultad de Filosofía y Letras
2014

Resumen:

Pocas son las figuras públicas que, a lo largo de la historia, han escapado de las recriminaciones y denigraciones de los autores satíricos. Este trabajo se centra en la construcción narrativa y lingüística de esos discursos, en su retórica. En primer lugar, se ofrecerá un apartado teórico en el que se expondrán los principales conceptos de esta disciplina y se recogerán los desvíos narrativos y lingüísticos (*topoi* y *tropos*) más susceptibles de aparecer en los textos e imágenes satíricas. En un segundo apartado, se comprobará la eficacia de esa propuesta analizando los ataques burlescos del tabloide satírico *Mongolia*, publicación que, en los últimos años, ha revolucionado el panorama de la burla política en España. Por razones de espacio, se ha acotado el corpus de análisis al tratamiento de la familia real en los veinte primeros números de *Mongolia*.

Palabras clave:

Sátira, retórica, Mongolia, monarquía, burla, tropos, ironía, parodia, metáfora

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Sobre el concepto de sátira	5
2.1 Sátira: ataque y modalidad	5
2.2 La sátira como contradiscurso y literatura carnavalesca	8
3. Retórica de la sátira	9
3.1 La retórica de la desviación: topoi y tropos.....	9
3.2 Metáfora, símil e hipérbole.....	10
3.3 Realismo grotesco: escatología e hiperbolismo.....	13
3.4 La ironía: ridículo de las palabras, ridículo de las cosas	15
3.5 Parodia y travestismo.....	16
4. Estudio de caso: la familia real en los veinte primeros números de <i>Mongolia</i>.....	18
4.1 Explicaciones y justificaciones previas	18
4.2 <i>Mongolia</i> , hija de la crisis.....	20
4.3 Inventio: protagonistas y topoi	22
4.4 Elocutio: tropos, carnaval y parodias	30
5. Conclusiones	42
6. Bibliografía	45
7. Anexo	49

1. Introducción

“Eran los años de las vacas gordas y no había necesidad de sátira”. Con estas palabras, publicadas en un reportaje sobre *Mongolia* en la revista *Gatopardo*, describió la periodista Sandra Lafuente (2013) la decadencia en la que vivió la burla política en España durante los años previos a 2008. Hoy, el campo de la sátira no podría estar más abonado: crisis económica, continuos escándalos de corrupción y desprecio hacia la clase política. De hecho, ha sucedido algo que no se veía desde hace más de treinta años: el nacimiento y el mantenimiento de una publicación satírica a nivel nacional, *Mongolia*.

Teniendo en cuenta este contexto favorable para la burla cruel y la falta de estudios sobre el nuevo tabloide, se ha considerado oportuno centrar el trabajo en la sátira, y el estudio de caso, en el análisis de la burla política en *Mongolia*.

Decir que un estudio va a versar sobre la sátira, aunque esta se acote a los ejemplos de una determinada publicación, es una afirmación demasiado amplia. Es necesario concretar qué ámbito de la sátira se va a estudiar, y, en este caso, el campo elegido ha sido el de su construcción textual y visual, el de la retórica satírica. En vista de la creatividad que se despliega en la burla política, se ha considerado que un estudio sobre la construcción de esos ataques puede arrojar conclusiones inesperadas y útiles para trabajos venideros.

Dos son los aportes que este proyecto pretende hacer al estudio de la sátira: en primer lugar, bosquejar una retórica de la sátira, un apartado en el que se identifiquen las estrategias discursivas más susceptibles de ser empleadas en la burla política. Y, en segundo lugar, la aplicación práctica de esa teoría, dando lugar al análisis retórico de una publicación de la que todavía no se ha escrito ningún trabajo académico.

Los análisis retóricos de sátiras romanas, medievales, ilustradas y de principios del siglo XIX abundan. Por el contrario, los estudios sobre revistas satíricas actuales o de los últimos treinta años, en lengua española, escasean. En este último grupo, destacan la tesis de José Antonio Llera (2003) sobre el humor verbal y visual en *La Codorniz*, y los trabajos de Ana Pedrazzini (2010, 2012) sobre el suplemento argentino Sátira/12.

Independientemente del mayor o menor número de estudios según la época, las investigaciones consultadas para este trabajo inician sus análisis retóricos directamente, sin desarrollar un marco teórico previo más allá de la definición de sátira. Este vacío tampoco es completado con los ensayos sobre burla política, entre los que destacan *La Sátira* de Matthew Hodgart (1969) y *Prolegómenos para una teoría de la sátira* de José Antonio Llera (1998), ya que se limitan a nombrar ciertos recursos, ofreciendo explicaciones superficiales y pasando por alto algunas de las técnicas más importantes. Por estas razones, consideramos que el bosquejo de una retórica de la sátira puede llenar mínimamente ese vacío teórico existente en la actualidad.

Dos son los objetivos del trabajo y dos son, también, las partes que lo componen: un primer bloque teórico, hasta la página xx, y un segundo bloque práctico en el que, a través del análisis retórico de todas las invenciones protagonizadas por miembros de la familia real en *Mongolia*, se busca trasladar una visión global de cómo se construye la sátira en la publicación escogida.

El bloque teórico arranca con un primer apartado en el que se desgrana la definición de sátira propuesta por el crítico literario Northrop Frye (1957). Sigue con el desarrollo de la idea de sátira como contradiscurso, a partir de los filósofos marxistas Antonio Gramsci y Georg Lukács, y con las similitudes que existen entre la burla política y la literatura carnavalesca estudiada por el crítico ruso Mijaíl Bajtín (1974). A partir del tercer apartado, comienza a abordarse la vertiente retórica de la sátira. Antes de identificar y explicar el potencial satírico de los tropos y estrategias discursivas susceptibles de aparecer en *Mongolia*, se aclarará que la concepción de retórica asumida en este trabajo no es la clásica (arte de elaborar discursos convincentes), sino aquella que concibe la retórica como el estudio del uso desviado del lenguaje. El apartado retórico no solo se circunscribe a los desvíos lingüísticos, también abarca operaciones que atentan contra la verosimilitud y el decoro del relato, como, por ejemplo, la hipérbole física y situacional, las inversiones, el uso de lo escatológico y los insultos.

En cuanto a la parte práctica, con el objeto de no extendernos más en la introducción, se han postergado las explicaciones y justificaciones previas al comienzo del análisis retórico, en la página xx.

2. Sobre el concepto de sátira

2.1 Sátira: ataque y modalidad

Definición número uno: “Composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo a personas o cosas”. Definición número dos: “Discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a este mismo fin”. Esas son las descripciones que la RAE ofrece del concepto de sátira. Dos apuntes que coinciden con la visión general que se tiene de sátira como burla más o menos elaborada. No obstante, esas dos perspectivas pasan por alto varios aspectos esenciales a la hora de abordar con mayor profundidad este fenómeno discursivo. En primer lugar, no concretan qué es la sátira: hacen referencia a algunas de las formas que puede adoptar, pero no especifican si es un género con una pautas compositivas propias, o si se trata más bien de una modalidad, de un tono que puede atravesar cualquier tipo de obra. Tampoco aclaran si el humor es un condición indispensable para poder hablar de sátira, o si el fenómeno responde a un fin moralizante, al castigo a través de la mofa para evitar que se repitan situaciones similares.

La definición que sí acota estas cuestiones y que escogen la mayor parte de los autores consultados en este trabajo es la de Northrop Frye. Según este teórico de la literatura, la sátira es un *mythos*, una actitud combativa contra los males y el vicio que puede aparecer en cualquiera de los géneros convencionales (Frye, 1957:294). Una predisposición agresiva que, una vez materializada en el texto, debe reunir tres requisitos: en primer lugar, que se dirija contra algo, que haya un ataque; en segundo lugar, que esa burla venga secundada por un criterio moral implícito por parte del autor, y, en tercer lugar, que se canalice a través del ingenio o el humor basados en la fantasía, el absurdo o lo grotesco. En los párrafos siguientes, se abordará cada uno de esos aspectos.

G. Luckács (en Coronel, 2002:10) no podía haberlo expresado de forma más clara: “la sátira, más que una forma, es un talante”. Es decir, la sátira, al poder adoptar la forma de cualquier género, no puede ser definida como tal y obliga a emplear expresiones como modalidad, *ethos* o estado de ánimo; términos que, según Hodgart (1969:10), aluden a la irritación que siente el autor al presenciar “ejemplos inmediatos del vicio y la estupidez humanos”.

Tal y como afirma el antropólogo Paul Radin (en Hodgart, 1969:13), en las sociedades primitivas, se atribuía a las composiciones injuriosas poderes mágicos capaces de dañar a la víctima e, incluso, provocar su muerte. En realidad, lo que subyacía en esa visión esotérica era un sentimiento humano real: la vergüenza derivada del escarnio público. Una denigración a través de invectivas y relatos burlescos que, según Radin, en muchos pueblos primitivos, formaba parte del corpus de castigos destinados a preservar el orden. Esa ridiculización, esa “disminución del objeto evocando hacia él actitudes de desprecio” (Etreros 1983:13) es uno de los rasgos definitorios de la sátira.

Con respecto a esa agresividad y a las motivaciones que llevan a las personas a hacer uso de la sátira, las teorías filosóficas y fisiológicas sobre el humor aportan puntos de vista interesantes. Dos son los planteamientos teóricos que más se acercan a la idea de sátira como ataque: la teoría de la superioridad y la teoría de la descarga.

La primera de ellas, formulada por Platón y desarrollada por Aristóteles, Hobbes, Bergson y Baudelaire, afirma que las diversas manifestaciones de humor son ataques que un individuo, imbuido por un sentimiento de superioridad, formula contra otros interlocutores –y, en determinadas ocasiones, contra sí mismo– para hacerles ver la inferioridad de su ser (Torres, 1999:13). Aplicando esta idea a la sátira, la modalidad estudiada podría definirse como el ataque que un individuo, creyéndose en una posición moral superior, formula para denunciar los actos reprobables de sus víctimas.

La segunda teoría, la de la descarga, desarrollada por Sigmund Freud, afirma que la risa es una descarga de energía física y psíquica acumulada a causa de la represión de sentimientos y pensamientos. Según el padre del psicoanálisis (1970:54), la sátira, incluida dentro de la categoría de “chistes hostiles”, serviría para liberar la energía que acumulamos al reprimir constantemente los impulsos hostiles hacia las personas que nos rodean.

Cuando Frye habla del humor como elemento esencial de la sátira, no se refiere a la carcajada cruel que puede generar un texto denigratorio, sino al ingenio desplegado en el uso del lenguaje y la relación de ideas. Para Northrop Frye (1957:295), esa elaboración del discurso es la que distingue a la sátira de la invectiva pura, del insulto sin ningún tipo de refinamiento.

En el caso de que el humor se asocie con la risa destructiva, encontramos dos posturas entre los autores consultados: por un lado, los que, atendiendo a la seriedad y al didactismo de las sátiras romanas, consideran que la carcajada no es un elemento imprescindible, y, por otro, el punto de vista más extendido, los que mantienen que el elemento cómico es esencial.

El humor entendido como elaboración ingeniosa es el que permite que, en palabras de C. George Peale (1973:202), “la sátira opere casi siempre en el modo noético opuesto al dianoético”. Es decir: que el ataque sea indirecto, a través de historias ficticias, alegorías o juegos de palabras, y no directo, como en el caso de los insultos. Peale aplica los conceptos aristotélicos de *noesis* (conocimiento inmediato, intuitivo de la realidad) y *diánoia* (conocimiento meditado, analítico) a la mayor o menor dificultad que entraña la descodificación de las burlas satíricas. Relaciona los insultos con el conocimiento directo, y las alegorías, con la reflexión exigida para identificar a los referentes reales de los ataques.

La ficción juega un papel esencial en la construcción de esas críticas veladas. Las operaciones de exageración, reducción, cosificación, animalización o inversión dan lugar a nuevos mundos que enmascaran ataques contra los referentes reales que han servido de inspiración.

Por último, se abordan en este párrafo las relaciones entre sátira y moral. Según Peale (1973:191), fueron los intelectuales del siglo XVIII los que atribuyeron a la sátira una naturaleza didáctica y moralizante. Consideraban que el escarnio público a través de los textos y caricaturas prevenía de que se volviesen a cometer hechos reprobables . Hoy en día, teóricos como José Antonio Llera (1998), Mercedes Etreros (1983) o G. L. Bruns (Llera, 1998) mantienen la idea de que la sátira puede interpretarse como un castigo, pero recelan de su vertiente didáctica ya que afirman que muchas manifestaciones satíricas solo buscan la risa destructiva.

2.2 La sátira como contradiscocurso y literatura carnavalesca

Para el teórico marxista Antonio Gramsci (en Ávila, 2007:29), las clases dominantes ejercen su dominio sobre los segmentos sociales sometidos al capitalismo no solo a través de los aparatos represores del Estado, sino también a través de la hegemonía cultural, a través de la continua exposición a los discursos de la clase dominante en las instituciones educativas, religiosas o los medios de comunicación. Mediante esta construcción cultural, las clases rectoras buscan que los dominados asuman su hegemonía como algo natural, conveniente, inhibiendo de esta forma su potencial revolucionario.

El discurso satírico, al ridiculizar a las figuras públicas de esa hegemonía, vulnerar los límites del decoro y burlarse de todo aquello revestido de dignidad, puede incluirse dentro de lo que el teórico literario Marc Angenot denomina “contradiscursos” (en Ávila, 2007:31). A diferencia de los mensajes que perpetúan la hegemonía e inducen una aceptación acrítica, los contradiscursos resultan siempre incómodos y estimulan la reflexión disidente.

Ese choque discursivo es lo que lleva al filósofo marxista Georg Lukács a afirmar que la sátira solo es explicable desde la dialéctica social de la lucha de clases (en Coronel, 2002:3). Es decir, el autor satírico, encuadrado dentro de una determinada clase, lanza dardos contra los vicios de su propio segmento social y contra las clases hegemónicas.

Aunque era temporal, permitido por reyes y cardenales, y tenía unos fines lúdicos, no subversivos, la idea de carnaval desarrollada por el crítico literario Mijaíl Bajtín coincide con las inversiones, degradaciones y obscenidades que caracterizan a los contradiscursos satíricos. Para Bajtín (1974:15), los carnavales en la Edad Media y el Renacimiento constituyan una auténtica liberación catártica de la tensión social. Durante un breve periodo de tiempo, el loco ocupaba el trono del rey, los niños del coro eran nombrados cardenales (y, si morían en el ejercicio de su cargo, eran enterrados con todos los honores), y los burros oficiaban misas. Se abolían provisionalmente todas las relaciones jerárquicas, privilegios y tabúes. El pueblo vivía en un reino utópico de igualdad y abundancia. Las fiestas oficiales, por el contrario, solo contribuían a consagrarse las jerarquías y el orden existente.

La experiencia delirante de los carnavales se plasmó en las artes y generó un universo simbólico caracterizado por la relatividad de las verdades y el poder, la lógica del

mundo al revés, las permutaciones constantes de lo alto y lo bajo, el frente y el revés, y las diversas formas de parodia, degradaciones, profanaciones, coronamientos y derrocamientos bufonescos. Para Bajtín, el rey del universo carnavalesco en el ámbito de las letras fue François Rabelais, autor de la serie *Gargantúa y Pantagruel*, y en el ámbito de la pintura, Pieter Brueghel el Viejo.

Las dinámicas carnavalescas citadas anteriormente constituyen una parte esencial de la sátira (tanto actual como la de los escritores satíricos ingleses de los siglos XVII y XVIII). No obstante, Bajtín recalca que las transmutaciones durante los carnavales medievales no tenían ninguna finalidad subversiva, y acusa a los teóricos románticos de interpretarlas como contradiscursos revolucionarios.

3. Retórica de la sátira

3.1 La retórica de la desviación: topoi y tropos

No es la retórica grecolatina la empleada como referente en el presente trabajo, sino una de las dos “nuevas retóricas” surgidas en los años 50, concretamente, la Retórica General desarrollada por el Grupo μ de la Universidad de Lieja. Mientras que, según Antonio López Eire (1995:872), la retórica clásica posee un enfoque más práctico y ofrece recomendaciones sobre cómo lograr la persuasión de un auditorio a través de un discurso hablado, la Retórica General es más teórica y se centra en el uso desviado del lenguaje, en los tropos y las figuras retóricas de los discursos literarios y visuales. El grupo μ considera que la literatura no es más que un uso particular del lenguaje y ve en la retórica y su estudio de las mutaciones lingüísticas un instrumento necesario para abordar el discurso literario. De esta forma, retórica y poética (entendida como el estudio científico de las constantes discursivas que pueden encontrarse en la literatura) se dan la mano (López, 1995:884).

No obstante, las nuevas retóricas de los años 50 no rompen con la tradición clásica y mantienen algunos de sus postulados. En primer lugar, la clasificación aristotélica de los discursos en tres géneros (deliberativo, demostrativo y judicial), y, en segundo lugar, la división clásica de la elaboración y la ejecución del discurso en cinco operaciones (*inventio, dispositio, elocutio, memoria y actio-pronuntiatio*).

El discurso deliberativo o suasorio es pronunciado ante una asamblea ciudadana y busca convencer sobre lo provechoso o lo dañino de una determinada decisión política. El discurso judicial se emplea en los procesos criminales y se basa en la defensa o la acusación del imputado. Y el discurso demostrativo o epidíptico tiene como objetivo la alabanza o el vituperio “de dioses, hombres, seres animados e inanimados”, en palabras de Quintiliano (en Pujante, 2003:85). La sátira, por lo tanto, sería un claro discurso epidíptico.

De las cinco operaciones retóricas citadas anteriormente, las tres primeras (*inventio*, *dispositio* y *elocutio*) se centran en la confección de un texto elocuente y persuasivo, y las dos últimas (*memoria* y *actio-pronuntiatio*), en su ejecución oral. Debido a la naturaleza textual y visual de los discursos que vamos a analizar, nos centraremos solo en las tres primeras operaciones, y, más concretamente, en la *inventio* y la *elocutio*. El profesor José Antonio Mayoral (1994:16) define la *inventio* como una operación preparatoria destinada al hallazgo de las ideas que van a ser incorporadas al discurso; la *dispositio*, como la reflexión en torno al orden de esas ideas en el discurso, y la *elocutio*, como el paso en el que se da forma lingüística a esas ideas.

En el ámbito de la *inventio*, este trabajo se centra en los topoi satíricos, en los temas que aparecen, más o menos transformados, en prácticamente todos los discursos satíricos, como, por ejemplo, la figura del cargo público corrupto, la hipocresía de los representantes de las instituciones, el ataque a las costumbres atávicas o el cuestionamiento del sistema a través de los mundos al revés. En los textos a analizar, se identificarán esos topoi y los armazones ficticios que los contienen. En el plano *elocutivo*, el trabajo se centrará en la plasmación lingüística de esas invenciones satíricas, más concretamente, en los juegos semánticos (*tropos*) que permite el lenguaje: metáforas, hipérboles, metonimias, sinécdooques, ironías, alegorías...

3.2 Metáfora, símil e hipérbole

Cuatro son los rasgos que, según Quintiliano (en Pujante, 2003:196), debe reunir un buen discurso escrito: pureza idiomática, claridad, decoro y ornato. Y es en el último rasgo, en el ornato, en el adorno mesurado del discurso, donde la tradición grecolatina encuadra las figuras retóricas. Según la definición clásica (vigente todavía en la

actualidad), las figuras retóricas son desvíos lingüísticos intencionados, ya sea en el orden de los términos de una oración (hipérbaton), en la repetición inusual y forzada de un sonido en una frase (aliteración), o en la sustitución del significado convencional de una palabra por otro con el que guarda cierta relación (metáfora, por ejemplo). Sus efectos no solo son estéticos; también pueden contribuir al enaltecimiento o la degradación de lo que se está tratando, especialmente los intercambios semánticos. Por esa razón, el análisis elocutivo de este trabajo se va a centrar principalmente en los tropos, en los desvíos semánticos.

Los tropos operan en el nivel del significado, es decir, en el nivel de las representaciones mentales de los signos gráficos y fónicos. Quintiliano (en Pujante, 2003: 202) los definió como mutatios, como sustituciones de los significados originales de las palabras por otros en base a determinadas relaciones (semejanza, causa-efecto, parte-todo, género-especie, etc.). No todos los tropos poseen el mismo potencial satírico; por esta razón y con el objetivo de acotar la lista de desvíos a tener en cuenta, se han seleccionado aquellos que, por sus posibilidades relacionales y su tendencia a la exageración y humillación, son más susceptibles de ser empleados en la sátira. La metáfora, el símil y la hipérbole son los tropos elegidos. La ironía y la parodia, al tratarse de fenómenos que desbordan los límites del tropo, serán tratados en epígrafes diferentes. Y, por último, debido a su potencial satírico, se ha considerado pertinente incluir al final de este apartado una referencia a las desviaciones semántico-morfológicas conocidas como “juegos de palabras”.

En términos simples, la metáfora es la sustitución de un término que designa de forma directa a un referente (“tus dientes”, por ejemplo) por otro que lo evoca de forma indirecta en base ciertos rasgos comunes (“las perlas de tu boca”). La semántica, por su parte, pone el acento en los cambios de significado que experimenta el término metaforizado y define este tropo como la sustitución del significado original y principal de una palabra (perlas como esferas de nácar) por otro partiendo de las semejanzas que mantiene con el referente (perlas como dientes).

Para la sátira (tanto textual como visual), el principal valor de la metáfora no reside en sus posibilidades estéticas, sino en el enaltecimiento o la degradación que puede denotar la sustitución de unos términos por otros (en Mayoral, 1994:232). La mayor parte de las reificaciones, también llamadas cosificaciones, son ejemplos claros de metáforas y

símiles degradantes: los seres animados, con conciencia y libertad de acción, son reducidos a objetos manipulables, y su carácter y acciones se asocian burlescamente con la función repetitiva e inconsciente del objeto.

El ámbito de actuación de las metáforas no se restringe a las palabras y las frases. Todo un texto puede ser una metáfora construida a base de alusiones indirecta a los referentes reales que lo inspiran. En ese caso, nos encontramos ante una alegoría. Esa idea de “metáfora total” también ha sido explotada por la hermenéutica y la filosofía del lenguaje. Para el filósofo francés Paul Ricoeur (en Mayoral, 1994:230), todo mundo expresado en la literatura es una metáfora de la realidad tangible. Y para Nietzsche (en Innerarity, 1998:3), este tropo constituye el mecanismo central por el que el hombre se apropiá lingüísticamente del mundo. Según el filósofo alemán, ante lo inhóspito y desconocido, el hombre se apresura a establecer relaciones con lo que ya conoce para ampliar su ámbito de lo familiar. De esta forma, la metáfora se convierte en un mecanismo para doblegar lingüísticamente lo nuevo.

A diferencia de la metáfora, en el símil no hay sustitución, sino comparación. La misma frase contiene el término que designa de manera directa al referente y el término que lo designa indirectamente, unidos por un conector del tipo “como”, “cuál”, “semejante a”. En vez de decir “las perlas de tu boca”, se ensalzan los dientes de la persona con la fórmula “tus dientes son como perlas”.

En cuanto a la hipérbole, José Antonio Mayoral (1994:233) la define como una vulneración discursiva de lo verosímil a través de la exageración o la atenuación de determinados rasgos de los referentes aludidos. Cualquier tropo puede servir de contenedor para la hipérbole: puede haber metáforas hiperbólicas, símiles hiperbólicos, metonimias hiperbólicas... Y, al igual que en el caso de la metáfora, un texto puede ser una hipérbole total. Por su amplio potencial para ridiculizar (sobre todo en lo que se refiere a la exageración de los rasgos físicos) y su contribución a la creación de mundos ficticios, este conflicto entre el signo y el referente constituye uno de los recursos por antonomasia de la sátira (Pedrazzini ,2012:50).

Aunque no son propiamente tropos, debido al potencial burlesco que tienen, nos referimos en la última parte de este apartado a los juegos de palabras, combinaciones

ingeniosas de palabras que se pronuncian o se escriben de la misma forma, pero que, en el terreno semántico, tiene significados completamente distintos. Son intercambios morfológicos que se aprovechan de la naturaleza homográfica, homofónica y polisémica de ciertos términos y consiguen crear relaciones de significado burlescas (en Mayoral, 1994:116). Un ejemplo de juego de palabras sería el calambur, basado en la homofonía y en la agrupación distinta de las sílabas. El lema que la televisión pública madrileña tenía en 2007 (“Telemadrid, espejo de lo que somos”) daba pie al calambur satírico “Telemadrid, Espe jode lo que somos” (El Mundo.es, 2007).

3.3 Realismo grotesco: escatología e hiperbolismo

Los cuerpos desnudos, el coito, los actos excretorios, el infierno como bacanal perpetua o los insultos son una constante en la literatura carnavalesca; aquella que, según el crítico literario Mijaíl Bajtín, se inspiraba en la abolición temporal del orden y los tabúes que traía consigo el carnaval. El teórico ruso denominó a esos mundos obscenos y escatológicos “realismo grotesco”, una metáfora hiperbólica de la realidad que, debido a su potencial degradante, también puede encontrarse en los discursos satíricos.

Para Bajtín (1974:25), la degradación en el realismo grotesco se basa en la transferencia de lo elevado, lo espiritual, lo ideal, al plano de lo material y corporal. Y no hay mejor forma de hacerlo que representando a los máximos exponentes de lo elevado desnudos, manteniendo relaciones sexuales, defecando, atiborrándose grotescamente de alimentos, o exagerando sus penes, vaginas, pechos, barrigas, traseros y bocas. La desnudez y las necesidades fisiológicas, afirma Bajtín, reducen a los hombres a la igualdad y acaban con el aura elevada de los poderosos.

Los cuerpos del realismo grotesco y los de la tradición clásica son radicalmente opuestos (Bajtín, 1974:252). Los cuerpos griegos y renacentista son algo rigurosamente acabado, perfecto y cerrado. Se elimina todo lo que induzca a pensar en algo no acabado, en la invasión y extensión de ese cuerpo: las protuberancias se aplanan, se tapan los orificios y los procesos intracorporales, literalmente, no existen. Por el contrario, los cuerpos del realismo grotesco son algo abierto en permanente interacción con el mundo: engullen, beben, defecan, sudan, fornican, paren, enferman, envejecen.

Es en los orificios corporales donde se produce esa interacción con el mundo, donde el cuerpo se desborda y activa la formación de otro; por esta razón, la acción del realismo grotesco se centra en esos lugares. Y no solo se limita a representarlos, sino que, además, los exagera hasta límites insospechados. En la literatura carnavalesca, los penes, las barrigas, las bocas, los traseros y las órbitas de los ojos son enormes y rebasan los límites del cuerpo verosímil. Un hiperbolismo que Bajtín (1974:273) identifica como rasgo definitorio del realismo grotesco. Además, mientras que el canon clásico concibe el cuerpo como un bloque de mármol sin fallas, la concepción carnavalesca no olvida las vísceras y los flujos internos del cuerpo: la sangre, el corazón, las entrañas, los intestinos...

Para José Emilio Burucúa (2007:62), el grado máximo de la interacción del cuerpo con el exterior llega con la monstruosidad, con la interpenetración de los mundos animal y humano. Una construcción cuyo sentido dependerá de las connotaciones que tenga en el imaginario colectivo el animal.

El infierno, por su parte, es el máximo ejemplo de la inversión de la realidad en la literatura e imágenes carnavalescas (Bajtín, 1974:346), y, en la sátira, la condena de alguien a ese lugar ya supone una crítica indirecta a sus acciones. El infierno del realismo grotesco, en vez de ser una caverna de tormentos, es un carnaval y banquete continuo. Todo en él está invertido: los difuntos reyes y papas son mendigos y sirvientes, y los parias son entronizados como emperadores. En la novela *Pantagruel*, por ejemplo, Rabelais presenta a un Alejandro Magno condenado a remendar calzas y a un Jerjes mercader de mostaza (en Bajtín, 1974:346). No obstante, al infierno satírico también pueden ir personas vivas, conformándose así una galería de figuras públicas repudiadas.

La vía libre a las obscenidades y las imágenes grotescas también tiene su reflejo en el lenguaje: los textos carnavalescos de la Edad Media y el Renacimiento están llenos de insultos y juramentos, un rasgo que Bajtín (1974:149) relaciona con la violación fragrante de las convenciones del lenguaje oficial y jerárquico (etiqueta, cortesía, piedad y respeto de rango).

3.4 La ironía: ridículo de las palabras, ridículo de las cosas

La retórica clásica redujo la ironía a un simple tropo ornamental y burlón, a un cierto uso del lenguaje a través del cual el emisor realiza una valoración expresando justamente lo contrario. Ejemplo: decir “qué buen día hace” cuando está cayendo una tormenta (Kocman, 2011:34). Ya Cicerón, en el 55 a.C., matizó algunos aspectos de esa reducción simplista. En primer lugar, atendiendo a las relaciones que se establecen entre el sentido literal y el sentido denotado de la ironía, el rétor romano distinguió dos tipos de argumentaciones indirectas: la inversio y la dissimulatio. La primera aludía a los significados explícitos e implícitos contrarios, y la segunda, a las fórmulas cuyas intenciones literales y reales eran simplemente diferentes. La otra distinción se basó en el origen de la ironía: diferenció entre “ridículo de las palabras” y “ridículo de las cosas”, entre ironía verbal e ironía situacional. La primera parte del uso de determinadas palabras que, claramente, no concuerdan con la intención real del emisor o el referente descrito. Y la segunda, la ironía situacional, se construye a partir de hechos, acciones o situaciones imaginadas cuyo sentido literal choca con los referentes reales en los que se ha inspirado.

Estas matizaciones revelan dos carencias de la concepción clásica de ironía: por un lado, que el sentido principal, el sentido inferido, no tiene por qué ser siempre contrario a la información literal, y, por otro, que la ironía no solo se construye a base de palabras claramente discordantes con la opinión real del emisor, sino que la acción narrativa puede ser en sí misma una ironía. Ana Kocman (2001:55) suma una tercera objeción: los rétores clásicos no tienen en cuenta la pragmática en su definición, no tienen en cuenta los conocimientos que deben compartir emisor y receptor para que la ironía sea posible, las intenciones del emisor, las experiencias vitales previas del receptor, el contexto en el que se produce la comunicación... Se centran solo en el hecho, en los desajustes semánticos, y pasan por alto los factores que afectan a la descodificación de la ironía.

No yerra la definición clásica al caracterizar la ironía como un tropo, como una desviación semántica, ya que, en ella, el sentido literal de la frase y el sentido que realmente quiere transmitir el emisor no se corresponden. No obstante, debido a la extensión de este desajuste semántico en el lenguaje hablado, escrito y visual, y su

capacidad para colonizar otras figuras retóricas (ironía metafórica, metonímica, hiperbólica...), se ha optado en este trabajo por definir la ironía como lo hace Pere Ballart (1994:361), como una modalidad que recorre transversalmente todos los discursos, como una forma burlona de mirar el mundo, y no como un tropo forzado y circunstancial.

Para la pragmática, todo acto de habla busca una reacción en el emisor, induce una serie de acciones o estados subjetivos concretos. Unos objetivos que, dentro de la terminología del Grupo μ de estudios retóricos y semióticos (en Hutcheon, 1981:8), reciben el nombre de “ethos”. Según esta escuela, todo esfuerzo comunicativo posee un ethos, y, en el caso de la sátira, esa respuesta buscada es burlesca (teniendo en cuenta que la ironía se analiza en un estado hipotéticamente aislado). Un ethos burlón que casa perfectamente con la sátira, caracterizada, según el Grupo μ, por un ethos despectativo, desdeñoso.

Captar la ironía en un discurso hablado no es difícil: la entonación y los gestos suelen ser claros indicios de que el emisor está trasladando su opinión en clave irónica, y, a menudo, conocemos la postura del interlocutor con respecto a los temas tratados. En el ámbito textual, por el contrario, esa descodificación no es tan fácil. Pere Ballart (1994:428) afirma que el único rasgo que verdaderamente confirma que estamos ante una ironía es la contradicción, tanto entre enunciados del propio texto, como entre esos enunciados y la realidad. No obstante, matiza que, a lo largo del discurso, puede haber indicadores que nos advierten de que estamos ante una ironía. Ejemplos: signos de exclamación excesivos, puntos suspensivos, comillas, uso de adjetivos valorativos (sobre todo si son halagadores), adverbios evidenciales que recalquen la certeza del enunciado, repeticiones y yuxtaposiciones, hipérboles, eufemismos y reinterpretaciones de dichos populares.

3.5 Parodia y travestismo

Según el padre de la transtextualidad, Gérard Genette (en González, 1993:2), cinco son las formas en las que un texto puede aparecer, directa o indirectamente, en otro texto: la intertextualidad (a través de la cita, la alusión o el plagio), la paratextualidad (en la que se incluyen los títulos, los subtítulos, las notas, las ilustraciones...), la metatextualidad

(textos que comentan otros textos), la architextualidad (géneros y subgéneros, la relación de unos textos con otros en función de sus características similares), y la hipertextualidad, la producción de nuevos textos a partir de la transformación del contenido y la forma de otros. Es en esta última categoría donde se incluye la parodia.

Linda Hutcheon (1981:10) denuncia que una de las modalidades de la parodia, la humorístico-satírica, ha acabado invadiendo y desvirtuando el concepto de parodia. La autora recuerda que no todas las reinterpretaciones textuales son burlescas y se sirve de la literatura contemporánea, más concretamente, de la posmoderna, para demostrar que las parodias de un obra pueden ser, incluso, un homenaje al autor o al mundo creado. Por esta razón, Hutcheon cataloga el ethos paródico como “no marcado”.

En este trabajo, sin embargo, la modalidad que nos interesa es la satírica, la subversiva, la ridiculizadora de lo tradicional y lo dogmático.

El concepto actual de parodia no tiene nada que ver con el significado que este término tenía en la Antigua Grecia y Roma. Para Aristóteles (en Ivanov:2006), la “parodia” era un género poético que presentaba acciones humanas bajas en modo narrativo. La epopeya, por el contrario, aglutinaba narraciones de acciones altas; la tragedia, acciones altas en modo dramático, y la comedia, dramas de acciones bajas. Esta dicotomía entre lo alto y lo bajo subyace también en los dos mecanismos paródicos con los que, según Peter Ivanov, cuenta la sátira: la parodia burlesca y el travestimiento (también conocido como degradación). El primer consiste en exponer en un estilo elevado un asunto “bajo”, y el segundo, en emplear un lenguaje vulgar, ridiculizante, a la hora de abordar un tema “elevado”.

Para Hutcheon (1981:18), todo es susceptible de ser reeditado con variaciones, y, por lo tanto, de ser parodiado. Las transformaciones no se circunscriben a una determinada obra, un estilo o unas convenciones creativas. El aspecto y las acciones de una determinada figura pública pueden parodiarse, y un hecho informativo puede recrearse humorísticamente.

4. Estudio de caso: la familia real en los veinte primeros números de *Mongolia*

4.1 Explicaciones y justificaciones previas

Los mecanismos retórico-pragmáticos abordados en el anterior apartado conforman una relación mínima y esencial de las formas que puede adoptar la sátira cómica. Cada manifestación burlesca tiene sus propias estrategias discursivas, y es en esta parte del trabajo donde se va a abordar la construcción del ataque burlesco en un caso concreto: en el tabloide satírico *Mongolia*, publicación lanzada al mercado en marzo de 2012.

Analizar íntegramente los 27 números de *Mongolia* que hasta ahora se han publicado constituye una tarea que excede los límites espaciales del trabajo requerido. Por esta razón, se ha optado por acotar el objeto de análisis a los artículos ficticios protagonizados por miembros de la familia real española en los veinte primeros números de *Mongolia*.

La aparición de *Mongolia* ha supuesto una auténtica bocanada de aire fresco para la prensa satírica española, moribunda desde la desaparición masiva de cabeceras en los años 80. Por la revolución que ha supuesto para el periodismo humorístico español y la ausencia de estudios que hay sobre esta cabecera, se ha escogido *Mongolia* como medio a analizar en el presente trabajo.

La familia real española y las personas que orbitan alrededor de ella son atacados y ridiculizados en prácticamente todos los números de *Mongolia*. Esa es la razón que ha motivado que el corpus a analizar de este trabajo se circunscriba a los artículos ficticios que versan sobre la familia real. Estudiando esos textos, se podrá obtener una radiografía global de la sátira en la publicación.

Para finalizar con las justificaciones, consideramos que analizar el tratamiento satírico de la familia real en 20 de los 27 números que *Mongolia* lleva publicados es una horquilla temporal lo suficientemente amplia como para conseguir ejemplos de los recursos discursivos más frecuentes de la publicación y, a partir de ellos, llegar a conclusiones solventes.

Antes del análisis retórico, se incluirá una breve explicación del tabloide satírico *Mongolia*. En ella se abordarán aspectos como los motivos que desencadenaron el nacimiento de esta publicación, el equipo editorial que hay detrás o las influencias provenientes de la prensa satírica latinoamericana y francesa.

El apartado siguiente, el análisis de las invenciones satíricas protagonizadas por la familia real, se divide en dos bloques: el primero responde a la operación retórica inventio (selección de las ideas que se quieren plasmar en el discurso), y, en él, se identificará a los miembros de la familia real que protagonizan los textos y los topoi denotados, es decir, los hechos reales a los que aluden las ironías, las parodias y los juegos de palabras de las informaciones ficticias.

El segundo apartado se centrará en la elocutio, en el uso de los desvíos lingüísticos para reinterpretar irónicamente y paródicamente la realidad. Se abordarán los ingenios discursivos identificados a lo largo de los textos, junto con los ejemplos más representativos de cada uno.

La sátira en *Mongolia* tiene un peso visual considerable: las invenciones burlescas están maquetadas parodiando el estilo de los periódicos serios (antetítulo, titular, subtítulo, ladillos) y muchas de ellas van acompañadas de fotomontajes equiparables en nivel satírico al texto. Para evitar dar una visión sesgada de los contenidos del tabloide, se reproducirán algunas de esas imágenes y noticias maquetadas a lo largo de las explicaciones del apartado práctico. Además, cada ejemplo mencionado llevará consigo un número entre paréntesis para que el lector, tomando como referencia esa cifra, pueda ir a los anexos y buscar la fotocopia de la página en la que aparece.

El título que ostenta cada uno de los miembros de la familia real será el último aspecto en el que nos detendremos. Con la firma de la abdicación por parte de Juan Carlos I en su hijo el pasado 18 de junio, los tratamientos dentro de la Casa Real cambiaron. Los números analizados no abarcan esa fecha y se rigen por los títulos anteriores, para evitar continuas aclaraciones, se ha optado por mantener el tratamiento anterior a la abdicación del monarca.

4.2 Mongolia, hija de la crisis

La periodista Sandra Lafuente, en un reportaje de la revista *Gatopardo* (2013), escribió acertadamente: “*Mongolia* es hija de la crisis”. En marzo de 2011, dos despedidos del diario *Público* (su director de arte, Fernando Rapa, y el periodista Pere Rusiñol), dos redactores y un dibujante cansados de los bajos precios de las colaboraciones (Eduardo Bravo, Eduardo Galán y Darío Adanti), y el mediático abogado Gonzalo Boyé comenzaron a dar forma al proyecto *Mongolia*. Finalmente, el 23 de marzo de 2012 salió al mercado el primer número de esta publicación satírica de papel prensa, cuarenta páginas y formato tabloide. Según explican Dario Adanti y Eduardo Galán en una entrevista concedida a *Jot Down* (Jonas & Gándara, 2012), además de la supervivencia económica, a los seis fundadores de *Mongolia* les movió la necesidad de despotricular contra los círculos de poder responsables de la crisis, y la intención de avivar el humor satírico, anestesiado, según Adanti, por los años de vacas gordas. Al ser preguntados por las publicaciones satíricas en las que se inspiraron para crear *Mongolia*, los seis fundadores siempre citan las mismas: la chilena *The Clinic*, la argentina *Barcelona*, la francesa *Le Carnard Enchâiné*, y las españolas ya extintas *La Codorniz* (1941-1978), *Hermano Lobo* (1972-1976), *Por favor* (1974-1976) y *El Papus* (1973-1987). De *Le Carnard Enchâiné* y *The Clinic* tomaron la idea de ofrecer en cada número un parte llena de noticias ficticias y otra de periodismo de investigación serio. Y de *Por favor* y *El Papus*, igualar su sátira corrosiva y el humor grosero.

No distinguen entre derecha e izquierda, entre sagrado y profano; toda personalidad e institución socialmente relevante e inmersa en algún asunto controvertido es susceptible de aparecer en sus páginas. Sus víctimas preferidas son la familia real, Rajoy, su Gobierno, Esperanza Aguirre, el PP, el PSOE, el expresidente Felipe González, Gerardo Díaz Ferrán y la Iglesia. No obstante, también encontramos sátiras protagonizadas por responsables de Izquierda Unida, Podemos, sindicatos y minorías étnicas y sexuales (si bien, en este último caso, no subyace una maldad real en los ataques). Según los responsables de la publicación (*Mongolia*, 2014), en marzo de 2014, la tirada mensual del tabloide se situaba en los 40.000 ejemplares. El primer número contó con 25.000.

Una de las características más llamativas e innovadoras de *Mongolia* es que sus últimas ocho páginas están dedicadas a reportajes de investigación. La mayor parte de ellos

destapan aspectos económicos de los políticos, sus familias y amigos, y el control que ejercen los partidos y los poderes financieros sobre la prensa tradicional. Han publicado investigaciones sobre la destitución a petición del rey de José Antich, exdirector de *La Vanguardia*; la fortuna de origen franquista de la actual pareja de José Ignacio Wert, o las hipotecas que tienen contratadas los diputados del Congreso. No obstante, la información estrella de la sección “Reality News” fue la publicación, el 7 de noviembre de 2013, de varios correos electrónicos escritos por Urdangarín en los que aparecían burlas contra algunos miembros de la familia real y se dejaba entrever una relación extramatrimonial del duque de Palma. Fue el primer medio de España en publicarlos.

4.3 Inventio: protagonistas y topoi

En los veinte primeros números de *Mongolia*, que abarcan de marzo de 2012 a marzo de 2014, se han identificado y analizado treinta informaciones ficticias protagonizadas por miembros de la familia real. Debido a los límites espaciales de este trabajo, no se han tenido en cuenta los textos e imágenes en los que el rey o la infanta Elena (por ejemplo) juegan un papel secundario. Cabe matizar también que, en muchos casos, el protagonismo de la historia ataña a más de un miembro de la familia real; de ahí que el número total de informaciones analizadas y la suma total de las apariciones de los personajes no coincidan.

El rey don Juan Carlos es el miembro de la familia real más satirizado por los creadores de *Mongolia*. Prueba de ello son los 24 textos e imágenes protagonizados por el monarca. El mensaje que subyace en esas invenciones va de las ocurrencias inofensiva (mala suerte que tiene el rey con las caídas) a las críticas más ácidas (recuerdo del juramento que hizo de los principios del Movimiento Nacional o la inviolabilidad de la que disfrutó durante sus 39 años de reinado).

El tópico de la salud del rey y sus frecuentes caídas es uno de los más repetidos, con nueve informaciones. Una de las más violentas e hiperbólicas es, sin duda, la portada del número 15 (27). En ella, *Mongolia* parodia la portada de *El País* del 24 de enero de 2013, en la que se mostraba una supuesta foto de Chávez entubado, imagen que, al final, resultó ser de otra persona. Debajo de la desagradable instantánea, los editores de *Mongolia* colocaron a cinco columnas el titular “La última foto del rey” y reprodujeron exactamente todas las columnas de la portada que hacían referencia a la opacidad informativa sobre la salud de Chávez, cambiando únicamente el término “Gobierno de Venezuela” por “Casa Real” o “Gobierno español”. Otras invenciones menos agresivas son, por ejemplo, la noticia ficticia en la que el rey es encerrado en el zoológico de Madrid al ser confundido con un panda (1), símil que relaciona al monarca con ese animal partiendo del golpe que se dio en el ojo izquierdo en noviembre de 2011, o un fotomontaje en el que aparece don Juan Carlos con las prótesis del corredor Óscar Pistorius (28), nuevo símil que hace referencia en las ocho veces que el monarca ha pasado por el quirófano entre 2010 y 2013 (ABC, 2014).

EL MONGOLÍA

REVISTA SÁTIRICA INDEPENDIENTE Y GLOBAL SIN MENSAJE ALGUNO

OCTUBRE 2013 Año II, número 21 (El País) No autoriza su impresión ni su venta. ISSN 2253-1000



Una turba de Toros la Vega luchan con lanzas a mozos que piden piedad ante la ONU Martínez propone hacer un telemaratón para los damnificados por el atasco.



José Ignacio Wert a los escolares: "os espero a la salida" El ministro de Educación dice que no se ha informado de las vacaciones de las enseñanzas.



Kings Africa es el pop del Rey Juan Carlos en el hotelito "Anacoreto cada un de un burro". DERECHOS MUNDIALES DE EDICIONES EL PAÍS PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN.

La última foto del Rey

Casa Real habría utilizado un doble para fingir el ala y tranquilizar a la población. ● Mariano Rajoy afirma que eso del doble del monarca no es algo que se pueda probar. ● Alfredo Pérez Rubalcaba niega que se haya planteado dimitir y convocar primarias en el PSOE. ● La Familia Real propone enterrar viva a Corinna von Sayn-Wittgenstein con el monarca en caso de que se produzca un trágico desenlace. ● Felipe González ha declarado que pudo apretar el botón rojo del respirador del Rey. No lo hizo y no sabe si fue lo correcto.

REALITY NEWS

Marhuenda y asociados ● Pedro J. lanza una bomba contra "La Razón" ● "Billy El Niño": Un torturador anda suelto ● El Corte Inglés contra "Mongolia" ● Contrahistoria de los Borbones

CONSIGUE GRATIS

CON LA SUSCRIPCION

EL CARPITO DE MIS Deseado



Juan Luis Cebrián

hace un rediseño

de 'El Mongolía'

con la punta

BLIXIT Publ

El presidente de la firma española

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

llegó a la presidencia

de la editorial

hijo de Pedro J. Cebrián

que ya paga

desde el año

2009, cuando el

La total impunidad del rey de España gracias a la figura de la inviolabilidad también es un blanco de críticas frecuente. Una de las portadas más agresivas de *Mongolia*, la correspondiente al segundo número (4), desarrolla este tópico a partir de una sinécdota hiperbólica. En ella, puede leerse con letras de gran tamaño “El rey podría violarte”, y, en pequeño, la matización “y no le pasaría nada porque el artículo 56.3 de la Constitución lo declara inimputable”. La violación es solo uno de los delitos que podría cometer, de ahí la sinécdota, la parte por el todo.



Portada del número 2

Precisamente, una de esas críticas a la inviolabilidad real se encuentra entre los textos que más tópicos protagonizados por el rey abarcan. Hablamos de la enumeración “Cien cosas que el rey puede hacer y tú no”, contenida en la edición número dos (5 y 6). En realidad, el listado está compuesto por 51 críticas a 51 topíos o aspectos controvertidos que rodean al monarca. Hay acciones claramente irónicas, como, por ejemplo, “matar a Dumbo y a su madre”, en referencia a la cacería de elefantes de Botsuana en la que se rompió la cadera; o “matar a una persona, otra vez”, en referencia a la muerte de Alfonso de Borbón y Borbón, hermano de

don Juan Carlos que, a los 14 años, recibió un disparo accidental procedente de un revólver que, en esos momentos, sostenía Juan Carlos. No obstante, las críticas que más abundan son las directas, las que simplemente describen el acto vituperable: “dormirse en el trabajo”, en referencia a las veces que el rey se ha quedado traspuerto en actos oficiales; “pedirle al Sha de Persia algo de calderilla para evitar que el PSOE llegue al Gobierno”, en referencia a la carta que, en 1977, don Juan Carlos envió al rey de Irán para solicitar apoyo económico para la campaña electoral de Adolfo Suárez; o “jurar los Principios del Movimiento Nacional, primero, y la Constitución, después, sin que su integridad se ponga en entredicho”, haciendo hincapié en las demostraciones de apoyo al régimen franquista que don Juan Carlos tuvo que realizar para conseguir el favor de Franco.

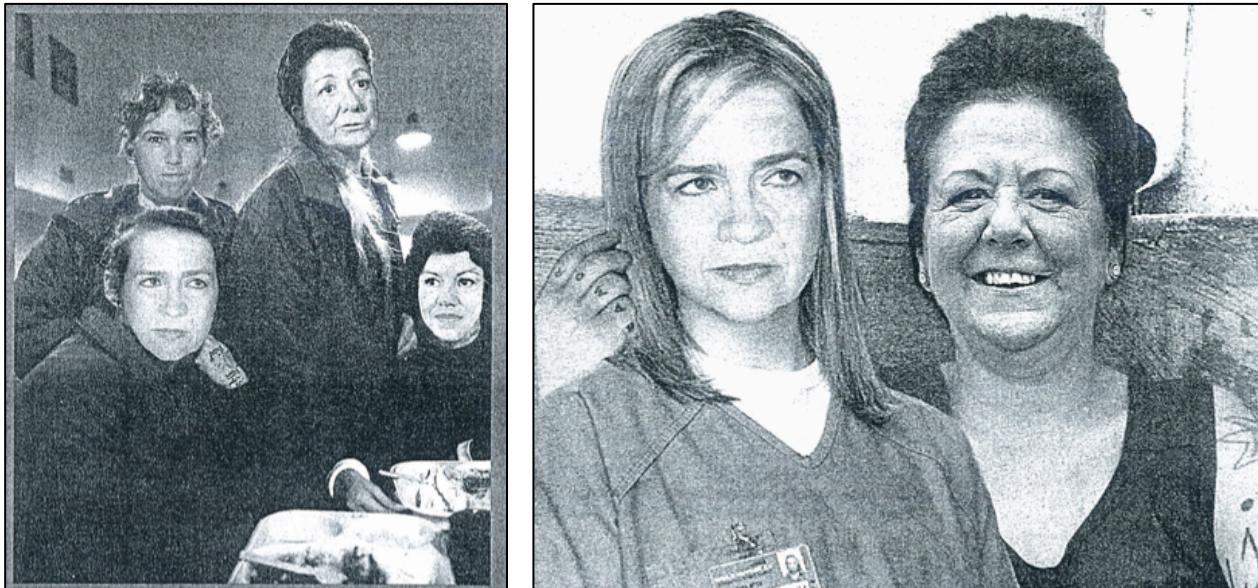
En los once primeros números de *Mongolia* (los que van de marzo de 2012 a abril de 2013), la infanta Cristina no protagoniza ninguna ficción satírica. Es a partir del número doce (mayo de 2013), una vez conocida su imputación en el caso Nóos (4 de abril de 2013), cuando la segunda hija del rey comienza a acaparar titulares y fotomontajes. En los últimos nueve números analizados, protagoniza diez informaciones ficticias, lo que la convierte en el segundo miembro de la Casa Real más satirizado. Dos son las líneas narrativas que más se repiten en esas ficciones: en primer lugar, los delitos fiscales que la infanta y su marido cometieron a través del Instituto Nóos y sus sociedades filiales, y, en segundo lugar, la posibilidad de que la hija de los reyes vaya a la cárcel. Un ejemplo del primer topoi sería la entrevista en la que la infanta es caracterizada como una persona que sufre un trastorno de doble personalidad (31). Cristina de Borbón y Grecia se pregunta y se contesta a sí misma, una metáfora irónica del hecho de que, en la realidad, los duques de Palma se autoalquilaron el palacete de Pedralbes como sede de la inmobiliaria Aizoon, sociedad a través de la cual desviaban dinero público de Nóos.

Del segundo topoi, los ejemplos más claros son la portada del número 19, y la entrevista, el reportaje y los fotomontajes de las páginas 14 y 15 del mismo número (36, 38 y 39). La portada es una parodia de la revista *¡Hola!* en la que la infanta Cristina, entre rejas, vestida de rea, llena de tatuajes y con un mono con los colores de la bandera republicana, invita al lector a visitar la acogedora celda en la que vive. La entrevista y el reportaje de las páginas interiores son dos claros ejemplos de ficción paradójica: la hija de los reyes es feliz en prisión porque no tiene que ocuparse de sus hijos y vive rodeada de buenas amigas, entre ellas, María Dolores de Cospedal y Ana Mato, salpicadas en la realidad por casos de corrupción. Otro de los motivos por los que no quiere irse es la



Extracto de la enumeración del número 2

relación sentimental que ha iniciado con una de las reas, persona que, en los fotomontajes, aparece con el rostro de Rita Barberá.



Fotomontajes de las páginas 14 y 15 del número 19

El tercero en la lista de miembros de la familia real que más informaciones ficticias protagoniza es Iñaki Urdangarín, esposo de la infanta, con cinco artículos. Como era de esperar, su participación en el Instituto Nós y su imputación en el caso homónimo inspiran varios textos. Es el caso de la noticia ficticia “Urgandarán volverá al equipo olímpico español” (9), en cuyo antetítulo reside el vínculo irónico con el Caso Nós: “Se entrena para el nuevo deporte 20.000 kilómetros de huida libre”. No obstante, es en el número 12, más concretamente, en la parodia de los correos que el duque de Palma se enviaba con su socio Diego Torres y el secretario de las infantas, Carlos Revenga, donde la sátira inspirada en su participación en Nós aparece de forma más clara (23, 24, 25 y 26): Diego Torres llama “lelo” a Iñaki Urdangarín por su poca pericia empresarial, y, al igual que ocurrió en la realidad, el duque de Palma envía una foto con mujeres desnudas montadas en bicicleta a Carlos Revenga. En la mayor parte de las invenciones, Iñaki Urdangarín es caracterizado como un hombre ruin e interesado: un breve del número ocho, por ejemplo, informa de que el duque ha escapado con el Bribón, el barco de vela del rey, para asediar Port Royal, ciudad ficticia de la película *Piratas del Caribe* (14); y, en la parodia de los correos, Iñaki Urdangarín reconoce a Diego Torres que todo lo que ha hecho lo ha conseguido “primero con la mano en el

campo y luego con la pelvis en la cama. Como ves, lo mío es más de inglés que de inglés”.

De: Diego Torres [mecomelmarron@dtorres.com]
Enviado el: 5 de septiembre de 2003
Para: Iñaki Urdangarin [urdangandul@gmail.com]
Asunto: Re: Mail patrocinadores.

Estimado Iñaki,
Muy gracioso.
¿De verdad crees que nos van a dar dinero con esta carta que me mandas?
"Buenos días,
Soy el yerno de un importante mandatario internacional.
Contacto con usted porque necesito poner en marcha un negocio
que le puede reportar 1.000.000\$ de ganancia. Necesito que me
ingrese en la cuenta bancaria que le facilitaré su aportación y unas
semanas después le haremos llegar su beneficio".
Solo te ha faltado ofrecer una caja de Viagra o Cialis. Creo que
hubieras tenido más éxito con uno tipo:
"Hola, yo ser muchacha rusa, universitaria que gustaría de
conocer hoimbre español para relación seria. Por favor, envía
fotografía y 150\$ por Western Union para poder yo mandar foto
mia sexy".
Mira que eres lelo, Iñaki. Entre tu mail y esas cartas de "envía esto

De: Iñaki Urdangarin [mailto:urdangandul@gmail.com]
Enviado el: 5 de septiembre de 2003
Para: Diego Torres [mecomelmarron@dtorres.com]
Asunto: Re: Re: Mail patrocinadores.

Dieguito,
No te enfades. Ya te dije que no te creyeras eso que contaron
los periódicos cuando lo de la boda. Yo no hablo cinco idiomas
ni tengo estudios. Solo español y catalán, a duras penas, y algo
de inglés. Cosas como moderfacker o fuck o song of a beach de
cuando jugaba, para insultar a los contrarios y al árbitro.
Si yo todo lo que tengo me lo he ganado con el cuerpo, no con el
cerebro. Primero con la mano en el campo y luego con la pelvis
en la cama! Como ves, lo mío es más de inglés que de inglés
jaja!
Mira, te mando una foto que he encontrado en internet para que
te rías un rato y se te pase el cabreo. Ya me cuentas.
Iñaki



Urdangandul, she loves it huge! Enlarge your penis easily.

Extracto de la parodia de los correos, en el número 12

Con cuatro invenciones, la princesa Letizia ocupa el cuarto en la clasificación de miembros de la familia real más satirizados. Su extrema delgadez, sus anteriores relaciones sentimentales o sus relaciones tirantes con el rey y las infantas son algunas de las realidades en las que se fundan los ataques satíricos. El titular “La Casa Real estudia cambiarle el nombre a Letizia por Mortizia” (10) sería un ejemplo de símil y de elaboración discursiva del primer tópico. El segundo aspecto al que se ha hecho referencia puede encontrarse en el subtítulo irónico de una foto en la que aparecen los príncipes de Asturias saliendo de la Almudena el día de su boda: “Letizia se muestra radiante en el segundo día más feliz de su vida” (12); antes ya se había casado con su profesor de Lengua del instituto. La parodia de los correos electrónicos contiene un ejemplo de construcción narrativa del tercer aspecto mencionado, la mala relación de Letizia con algunos miembros de la Casa Real: la princesa, cansada de los abusos de poder de Iñaki Urdangarín y de sus continuas insinuaciones de que es una plebeya

inculta, decide enviar un correo a sus antiguos compañeros de prensa informándoles de que el Instituto Nóos es una tapadera para malversar dinero público (26).



Letizia Ortiz, se muestra radiante en el segundo día más feliz de su vida. Mujer afortunada, como el resto de los españoles, porque, si en lugar del Telediario el Príncipe hubiera estado viendo "Cine de Barrio", Parada sería reina.

Izquierda: fotografía y subtítulo irónico del reportaje fotográfico de las páginas 18 y 19 del número 6.

Derecha: correo ficticio enviado por la princesa Letizia. Número 12, página 22.

De: Letizia Ortiz [letizia@casareal.es]
Enviado el: 16 de mayo de 2011
Para: El País [jesusojetemoreno@elpais.es]
Cc: El Mundo [pedojota@elmundo.es]; RTVE [soyfranlorente@rtve.es]; RNE [soyjuanralucas@rme.es]; Cadena Ser [francinoymesuboaumpino@cadenaeser.com]; Paquito Gonzalez [nostrapacu@cope.es]; Pepe Domingo [pepeunpurito@telefonica.es]; Milenio 3 [nabodelmisterio@mileniotres.com]; Abuela Menchu [abuelitadimetu@telefónica.es]
Asunto: De Garganta Profunda a los colegas periodistas.

Queridos amigos,

No os podéis imaginar lo que es esto.
Lo del ictus del estilista no es nada comparado con lo del olímpico.
Es un plusmarquista mundial en la categoría de deficiente profundo.

El instituto sin ánimo de lucro que montó era en realidad una tapadera para sacar dinero a espaldas. ¿Cómo os explicáis si no lo del ático en Pedralbes? Pero lo peor de todo es que la mujer, el secretario, el padre y hasta la amante del padre están en el ajo.

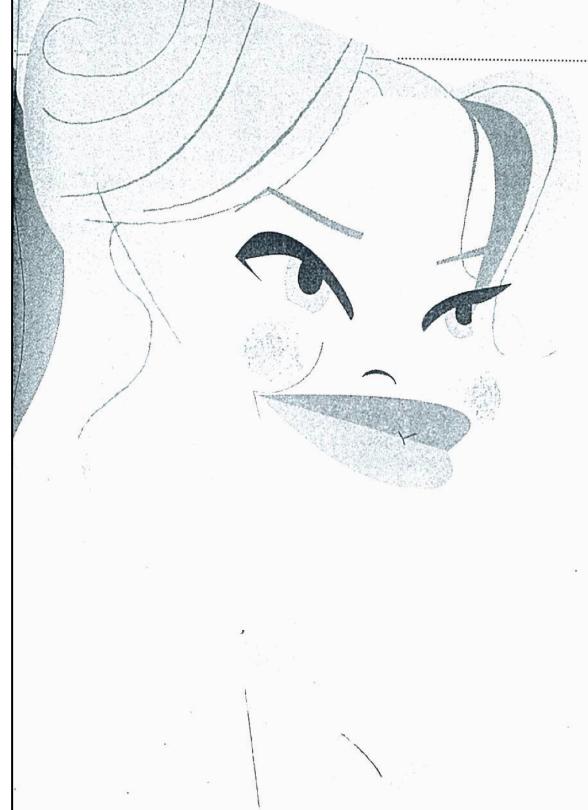
Voy a intentar conseguir las pruebas y hacéroslas llegar a la redacción.
Por favor, publicadlo y desenmascarar a estos farsantes a ver si acabamos de una vez con ellos.

¡Salud y República!
Garganta P.



El quinto puesto es compartido, curiosamente, por la reina Sofía y la princesa alemana Corinna zu Sayn-Wittgenstein, supuesta amante del rey. Cada una protagoniza tres invenciones satíricas. La reina Sofía es caracterizada como una mujer engañada y sumisa, mientras que Corinna es la procuradora de favores sexuales al rey. El ingenio satírico que mejor ejemplifica estos dos topoi es una comparación entre la esposa y la supuesta amante en el número 11 (19 y 20). En ella abundan las homonimias, paronomasias (significados distintos, sonidos parecidos) e ironías de marcado carácter sexual: "Sofía habla perfectamente griego; Corinna no lo habla, pero suponemos que lo práctica", "Lo que más aprecia el rey de la reina Sofía es su gran profesionalidad. Desconocemos la profesión de Corinna, pero seguro que el rey también valora mucho lo profesional que es".

10 diferencias entre: LA REINA SOFÍA DE GRECIA Y CORINNA ZU SAYN- WITTGENSTEIN



Después de dos matrimonios, definitivamente Juan Carlos no fue el primero para Corinna

Como su padre era directivo de las líneas aéreas brasileñas Varig, Corinna tiene muchas horas de vuelo

Corinna no lo habla, pero suponemos que lo practica

Por lo que se comenta sobre su relación con el Rey, el pueblo español empieza a conocerla como Concubina Zu Sayn-Wittgenstein

Corinna, como buena Wittgenstein, actúa como intermediaria en infinidad de contratos armamentísticos

Las reuniones de Corinna ya no son tan secretas

Desconocemos la profesión de Corinna pero seguro que el Rey también valora mucho lo profesional que es

El Rey determina la cuantía que Corinna debe percibir de los Presupuestos Generales del Estado

Cada vez que vemos juntos a Corinna y el Rey su relación nos recuerda a 'Pretty Woman', 'El ángel azul' o 'Porky's'

Aunque al Rey no le guste, Jñaki Urdangarin ha mostrado mucho afecto hacia Corinna

El príncipe Felipe protagoniza solo dos disparates: el hilo narrativo del primero se centra en las ganas de reinar de Felipe, y el segundo, en el miedo que tiene el príncipe heredero a que el Caso Nóos acabe con la Monarquía española. En una parodia de la entrevista que todos los diáspores aparecen en la contraportada de *El País* (30), al ser preguntado sobre si cree que la última operación del rey "será su último baile", Felipe contesta que sí, "porque esto ya no hay quien lo aguante. No sabe lo tranquilos que viviríamos sin él". La segunda idea aparece bajo la forma de un correo que el príncipe envía a don Juan Carlos mientras este, irónicamente, se encuentra de safari (24): "Buenos días, papá: Espero que hayas madrugado y no se te haya pegado la sabana". Felipe advierte al rey de que hay que parar los abusos de Urdangarin, "no vaya a ser que trasciendan y se vaya todo al traste, que no llevo cuarenta años esperando para que ahora venga un listo y joda el negocio".

Jaime de Marichalar y su hijo, Felipe Juan Froilán, protagonizan solo una información ficticia cada uno. En el caso del ex esposo de la infanta Elena, opera la ficción irónica: Jaime de Marichalar, caracterizado por su perfil bajo dentro de la familia real, encabeza un golpe de Estado y rodea El Pardo (6). Y, en el caso de su hijo, opera la hipérbole irónica: "La policía detiene a Froilán cuando intentaba perpetrar una matanza en un instituto" (22), clara alusión al disparo que, accidentalmente, se descerrajó en el pie.

TIEMBLA LA CORONA
Las tropas afines a Marichalar se apostan en el Pardo a la espera de tomar la Zarzuela

MODAS MADE IN USA
La policía detiene a Felipe Juan Froilán cuando se disponía a perpetrar una matanza en su instituto

Izquierda: número 2, página 6

Derecha: número 12, página 8

La infanta Elena no protagoniza ninguna noticia; no obstante, las referencias al mito de su supuesta menor capacidad intelectual son frecuentes en los textos.

Aunque no forman parte de ella, varias personas vinculadas de una u otra forma a la Casa Real protagonizan informaciones ficticias, entre ellas, el periodista Jaime Peñafiel, el exsocio de Iñaki Urdangarín, Diego Torres, o el anterior secretario de las infantas, Carlos Revenga. El primero es el jefe de una organización terrorista (PFR, Peña Fiel al Rey) que intenta matar al duque de Palma (2). El segundo y el tercero aparecen en las parodias de los correos electrónicos como los amigos con los que Urdangarín intercambia fotos de alto contenido sexual (23, 24, 25 y 26).

4.4 Elocutio: tropos, carnaval y parodias

La *ficción irónica* es la estrategia discursiva por excelencia de la revista *Mongolia*. A grandes rasgos y remitiéndonos a los postulados de Saussure, signo es toda aquella realidad que remite a otra, y consta de dos componentes: significante y significado. El signo satírico en *Mongolia* no escapa a este análisis. El significante, la vertiente alegórica del signo, vendría representada por la ficción, por las historias delirantes, por el rey defecando en los servicios de una estación de autobús mientras concede una entrevista (18), por la infanta Cristina desnudándose para una sesión de fotos de Interviú (32, 34 y 35), o por la construcción de un AVE Madrid-Juzgado de Palma (37).

Con el término “significado”, nos referimos al fundamento del signo, a la idea que directa o indirectamente traslada el discurso. Es aquí donde entra en juego la ironía, definida como superación de la primera impresión de los textos y descubrimiento de su verdadera intención. Más allá de ser considerada una escena cómica y absurda, el titular

“Enjaulan al rey Juan Carlos al ser confundido con un panda” esconde una burla inspirada en el hematoma que el monarca se produjo en el ojo izquierdo en noviembre de 2011. Otro ejemplo de ironía total: la portada y la entrevista en las que la infanta Cristina aparece entre rejas y afirma ser muy feliz. La ironía en estos textos reside en la contradicción ficción-realidad ya que la impresión general de que es poco probable que la infanta pase por la cárcel se contrapone al mundo ficticio de *Mongolia* en el que la hija del rey es enhironada sin ningún miramiento.

UNPOCOLOCO



La oso hembra Australopiteca recibió de buen grado al monarca. No así su compañero macho, Mitrofán II, que comenzó a increparle de manera insistente.

CONFUSIÓN ABSOLUTÍSIMA

Enjaularon al rey Juan Carlos en el zoológico de Madrid al ser confundido con un panda



Nuevos sellos reales

MONG HOLA!

NÚM. 19 • FEBRERO 2014 • 3€ • CANARIAS 3,20€

MONGOLIA Revista satírica sin mensaje alguno

INFANTA CRISTINA

NOS MUESTRA LA INTIMIDAD DE SU CELDA

“Lo mejor es que aquí no tengo que cuidar de los niños”

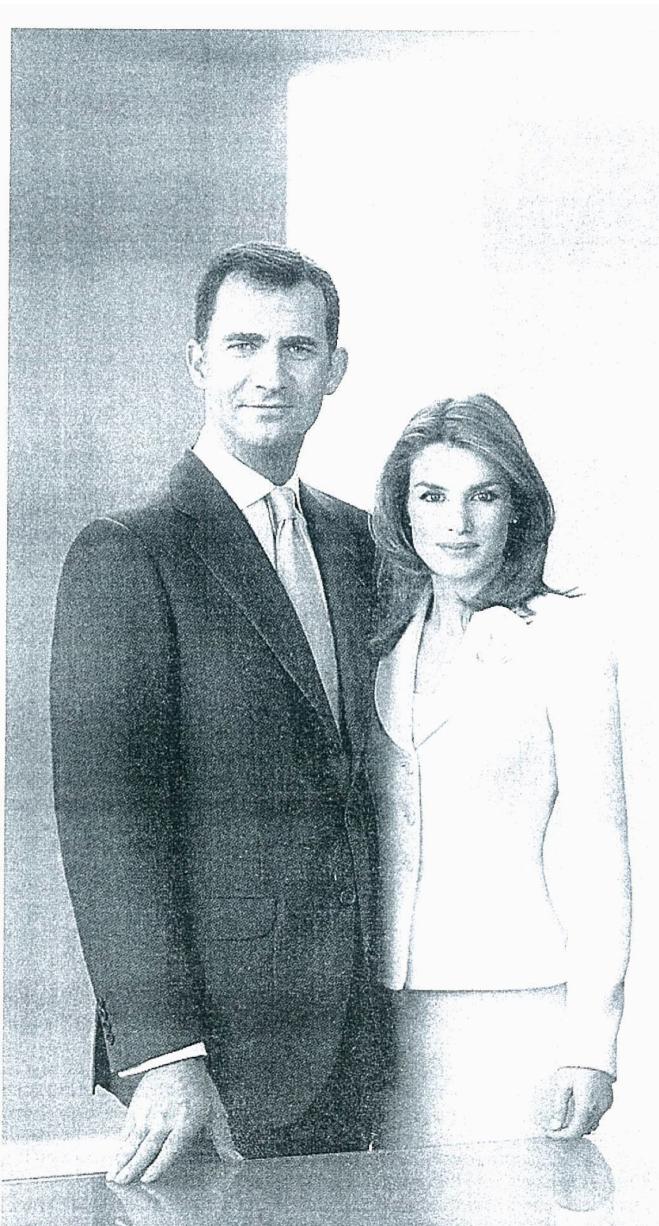
FOTOS EXCLUSIVAS DE HILDA, SU NUEVA AMIGA ESPECIAL



SCUBRA LAS MEJORES PRISIONES DE ESPAÑA GRACIAS A NUESTRA GUIA. BLESÁ, DÍAZ FERRÁN O BARCENAS YA LO HAN HECHO

Ejemplos de ironías totales: el de la izquierda corresponde a la página 10 del número 1; y el de la derecha, a la parodia del estilo ¡Hola! del número 19.

No obstante, la mayor parte de las ironías no se encuentran en los hilos narrativos de las noticias ficticias, sino dentro de esos textos, en las frases irónicas puntuales. En la parte teórica centrada en la ironía, se explicó que hay dos puntos de vista a la hora de determinar cuál es la fórmula semántica de la ironía: la visión clásica, que considera que solo hay ironía cuando la interpretación correcta de la frase es contraria a su sentido literal, y, por otro lado, un punto de vista más abierto que habla de significados diferentes y no contrarios. Ambas modalidades pueden encontrarse en la publicación analizada: en una entrevista a la infanta Cristina (31), la hija de los reyes llega a decir que, si es sincera, su apellido la ha perjudicado a lo largo de su vida. En el subtítulo de la foto oficial de los príncipes de Asturias (30) puede leerse: “Los príncipes, una pareja humilde que comparte problemas y anhelos con los demás jóvenes de su edad”. Y, en la presentación de un reportaje fotográfico al estilo de la revista *¡Hola!* (11) aparece la siguiente frase: “Mientras que en Gran Bretaña las fotografías del príncipe Harry vestido de oficial nazi han convulsionado a la sociedad, los escándalos financieros de Iñaki Urdangarín son muy bien aceptados por todos los españoles”.



Los príncipes, una pareja humilde que comparte problemas y anhelos con los demás jóvenes de su edad.

Contraportada del número 15

La concepción abierta de ironía incluiría también aquellas frases que aluden burlescamente a aspectos controvertidos de la familia real, aunque en ellas no se dé ninguna contradicción. Ejemplo de ello sería la frase ficticia de la infanta “Para nosotros los jóvenes, es mejor alquilar que comprar” (31), en referencia al autoarrendamiento del

palacete de Pedralbés que firmó la infanta Cristina para, supuestamente, blanquear dinero público de Nóos.



Izquierda: portada del numero 17 (diciembre 2013). Derecha: portada del número 19 (febrero de 2014).

A través de las portadas que imitan el estilo visual y de escritura de las primeras páginas de *Interviú*, *¡Hola!* o *El País*, el tabloide *Mongolia* ha convertido la parodia en uno de sus mecanismos satíricos más característicos. Tal y como se explicó en la parte teórica, dos son los macrogrupos de parodias que existen: la *parodia burlesca* (asunto bajo, estilo elevado) y el *travestismo* (asunto elevado, estilo abajo). En *Mongolia* encontramos ejemplos de las dos familias, si bien predomina la parodia burlesca.

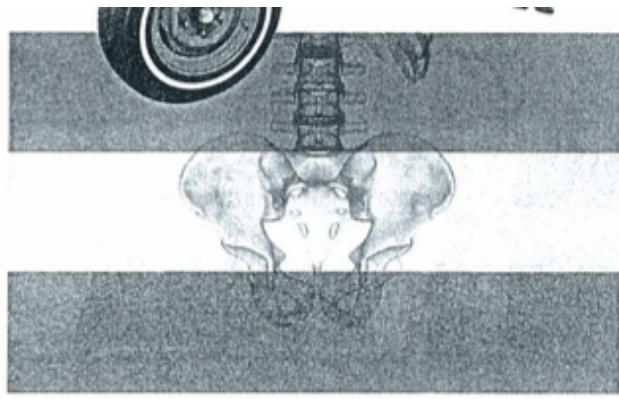
La maquetación periodística de historias ficticias y el empleo de fórmulas características de los medios de comunicación, como, por ejemplo, “según fuentes no confirmadas de la Casa Real” o “*Mongolia* accede a las cintas de la entrevista con Corinna de *El Mundo*”, suponen ya un ejemplo de parodia burlesca del discurso periodístico.

A lo largo de los veinte números analizados, se imita el estilo visual y escrito de tres publicaciones concretas: en octubre de 2013, *Mongolia* reprodujo, con cambios en el texto, la portada de *El País* del 24 de enero del mismo año, en la que aparecía una supuesta foto de Chávez moribundo (27). En la contraportada del mismo número

aparecía una entrevista a los príncipes de Asturias (30), imitación de las entrevistas que aparecen al final de *El País*.

En diciembre de 2013, el tabloide satírico parodió la primera página de la revista Interviú y desnudó, mediante un fotomontaje, a la infanta Cristina (32). Imitó también el estilo de sus titulares: “La infante Cris de Bombón”, “Sushi, alquileres y dinero público”, “La infanta le entra a todo pero... ¡A todo!”. En febrero de 2014, le llegó el turno a la revista *¡Hola!* y, nuevamente, la víctima de la sátira fue Cristina de Borbón (36). La infanta aparecía entre rejas y, en los titulares, imitando el estilo de *¡Hola!*, podía leerse: “La infanta Cristina nos muestra la intimidad de su celda”.

Entre los ejemplos visuales y textuales de asuntos elevados tratados con un estilo irreverente (travestismo), cabe hacer referencia a una parodia del discurso real de abdicación en el que el rey reconoce que le habría gustado ceder el trono a otra persona “pero la ley exige que sea él, así que, lo siento, pero daos por jodidos” (18); o la propuesta de *Mongolia* para una nueva bandera de España (29), con los colores de la tela republicana y una cadera en el centro, alusión burlesca a las múltiples operaciones del rey.



Sobre estas líneas, Corinna junto al nuevo modelo JCI
16 válvulas y dirección asistida y la nueva bandera
republicana con cadera de platino.

Izquierda: discurso de abdicación del rey parodiado.

Número 10, página 14.

Derecha: parodia de la bandera española. Número 15,
página 29.

Aunque su presencia es mucho menor que la de la ironía, en los textos analizados también encontramos *metáforas* y *símiles* burlescos. Al igual que en el caso de la ironía, hay comparaciones y sustituciones metafóricas sobre las que se construyen las informaciones ficticias (totales), y metáforas y símiles circunstanciales, que aparecen de vez en cuando en los textos. Un ejemplo de símil total sería el fotomontaje en el que don Juan Carlos aparece con las prótesis del atleta Oscar Pistorius (28), comparación que alude irónicamente a las múltiples operaciones a las que se ha sometido el monarca. Y, como ejemplo de metáfora total, cabría hacer referencia a la invención del número 16 en la que la infanta Cristina padece un trastorno de doble personalidad y, por esta razón, firma el contrato de alquiler del palacete de Pedralbes tanto en el espacio del arrendador como en el espacio del arrendatario (31). En este último ejemplo, nos encontramos ante una metáfora irónica: metáfora, porque es una interpretación delirante de la firma del contrato, e irónica, porque en ella subyace una crítica burlesca al supuesto desconocimiento de la infanta de todas las operaciones relacionadas con el Instituto Nóos y la inmobiliaria Aizoon.

Las metáforas sexuales son las que más abundan en el interior de los textos. Por ejemplo: en la entrevista a don Juan Carlos en los baños de una estación de autobuses (18), se le pregunta al monarca “qué tiene entre manos”, y el rey responde: “el cetro real”, contestación que puede llevar a diversas interpretaciones.

A partir de sus informaciones y entrevistas ficticias, *Mongolia* ha construido su propio *realismo grotesco*. Un universo absurdo orientado a la degradación de sus protagonistas. Y, para conseguir ese objetivo, los autores del tabloide satírico recurren a algunas técnicas que ya aparecen en la literatura carnavalesca de la Edad Media y el Renacimiento.



El Pistorius español, también con un muerto a sus espaldas, se prepara para Tokio 2020.

Fotomontaje del número 15, página 14

Desnudar a los protagonistas, por ejemplo, es una de ellas. Al quitarles la ropa, aunque sea por fotomontaje, se anula su dignidad, se muestran sus imperfecciones físicas y se les deja indefensos. En el número dos, aparece una parodia de la fotografía oficial de don Juan Carlos en la que el rey, de cintura para abajo, aparece completamente desnudo tapándose con las manos sus partes pudendas (5). Quince números más tarde, en el diecisiete, es su hija, la infanta Cristina, la que aparece en portada desnuda, con un gorro de Navidad, un liguero, y cubriéndose con las manos sus órganos genitales (32). Se trata de una parodia de las portadas de Interviú. En la página 19 del mismo número, “Cristina de Bombón” aparece de nuevo desnuda, en pose provocativa y con un árbol de Navidad detrás (34 y 35). En estos dos últimos ejemplos, no solo denigra la desnudez, sino también el hecho ficticio de que la infanta acepte participar en un reportaje de *Mongoliú* y pose provocativamente para ello.



La versión Borbónico desnuda inundará nuestros televisores las próximas navidades ¿Le dejará ABC?

AGRADECIMIENTOS
El Rey pasará de todo y dará su mensaje navideño en pelotas



Izquierda: número 2, página 20.

Derecha: número 17, página 18.

Otras dos técnicas ancestrales empleadas por *Mongolia* son la *cosificación* y la *monstruosidad*. La primera de ellas reduce a las personas a meros objetos que se transportan de un sitio a otro; y la segunda, anula su capacidad de raciocinio al ser convertidos en animales. Un ejemplo de cosificación sería la venta como objeto de decoración de don Juan Carlos a un coleccionista saudí (8); y de animalización, su encierro en un zoológico al ser confundido con un panda (1).

En la literatura carnavalesca de la Edad Media y el Renacimiento, el *infierno* era el lugar donde iban a parar las figuras públicas que despertaban la ira del pueblo. Paradójicamente, y en consonancia con la inversión que caracteriza al carnaval, el infierno no era presentado como un lugar de tormentos, sino como una bacanal continua. Algo parecido ocurre en *Mongolia*, pero, en este caso, el lugar del infierno lo ocupa la cárcel. En el número diecinueve, la infanta Cristina, en vez de ser condenada al inframundo, aparece en prisión, acompañada de Ana Mato, María Dolores de Cospedal y Rita Barberá. Y, siguiendo con las paradojas, la hija del rey no lo está pasando mal, sino todo lo contrario: nunca ha sido tan feliz.



Fotomontaje de la página 39 del número 19

La *degradación escatológica*, es decir, la presentación de altas dignidades llevando a cabo actos corporales bajos o haciendo referencia a aspectos físicos desagradables, es un recurso frecuente en *Mongolia*. Tal y como apuntó Bajtín (1974:25), además de acabar con el aura de dignidad de las víctimas, este uso de lo escatológico vulnera los límites del decoro, herencia de la tradición clásica a la que está habituado el lector. En

el número ocho, una de las informaciones ficticias lleva por titular “Encuentran al Rey Juan Carlos una hemorroides en su annus horribilis” (15), paranomasia entre “annus” y “ano”. En el número quince, una de las noticias viene encabezada por la hipérbole obscena “El rey ya no se puede ni tirar un pedo sin correr grave riesgo” (29). Y, en la entrevista estilo Interviú a la infanta Cristina, la hija del rey es preguntada por el encanto de su cuerpo del que más orgullosa se siente, y “Cristina de Bombón” responde: “De la verruga que pueden ver en la parte izquierda de mi boca. Mi abuela también la tenía, pero estoy muy feliz de haberla heredado sin pelo” (18).

**Encuentran
al Rey Juan
Carlos una
hemorroide
en su annus
horribilis**
**La causa
habría
sido pasar
demasiado
tiempo
sentado
en el trono**

**El Rey ya no se
puede ni tirar un
pedo sin correr
grave riesgo**

En apenas un año las capacidades del Rey han sufrido una grave merma. ● Por comodidad, el monarca comenzará a vestir con chándal, como Fidel Castro y Chávez.

Izquierda: número 8, página 34.
Derecha: número 15, página 29.

La violación del buen gusto viene acompañada también por el uso de *insultos y expresiones soeces*. En el antetítulo y el titular de un breve del número ocho puede leerse “Según los niños españoles: Los reyes son unos hijos de puta” (21). Se trata de una confusión polisémica intencionada en la que entran en juego los reyes magos, monarcas a los que verdaderamente se dirige el insulto “por llegar tan solo dos días antes de que se acaben las vacaciones”, y los reyes de España. Otro ejemplo de expresión soez sería el calambur “corre que se la pela. La infanta.” que aparece al final de una noticia ficticia sobre la vuelta de Iñaki Urdangarín al equipo olímpico español (9). El sujeto “La infanta.” no tiene continuación alguna, y solo adquiere sentido si se une con el final de la frase anterior: “se la pela la infanta”.

Junto con la ficción y la ironía, la *hipérbole* es otro de los pilares del discurso satírico en *Mongolia*. Y, a diferencia de la exageración en la literatura carnavalesca, centrada en la amplificación de los defectos físicos, la hipérbole en el tabloide satírico se manifiesta a través de la exageración de los hechos reales para dar lugar a informaciones surrealistas. El autodisparo de Froilán en el pie izquierdo, por ejemplo, sirve de inspiración para el titular “La Policía detiene a Felipe Juan Froilán cuando se disponía a perpetrar una matanza en su instituto” (22). Y el hematoma en el ojo izquierdo que el rey se produjo tras un golpe accidental da pie al fotomontaje paródico de los nuevos sellos con la efigie real, estampas que incorporan las secuelas del accidente (1).

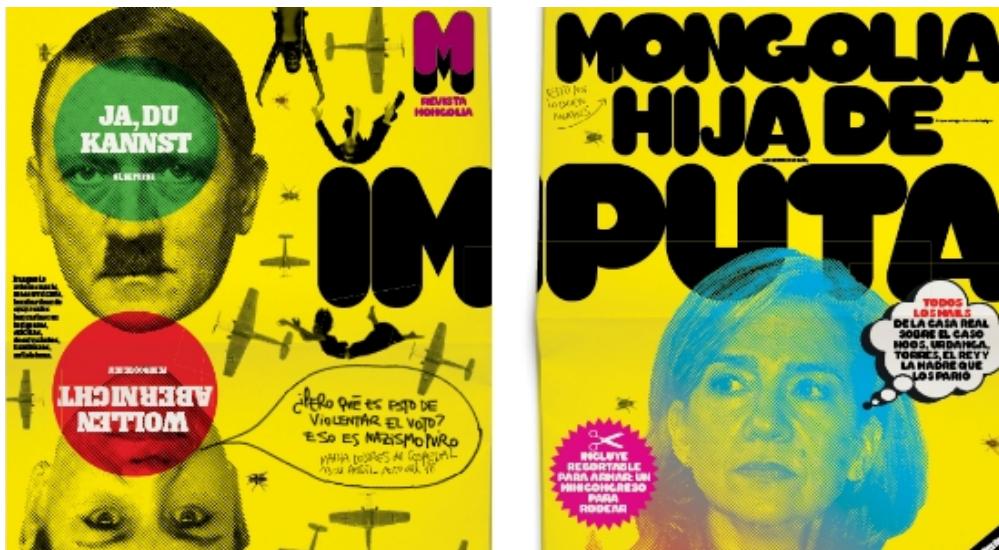
La exageración en el tabloide satírico *Mongolia* no solo se circumscribe al contenido; también se da una *hipérbole visual, tipográfica*: cuando los autores quieren destacar ciertas frases o palabras del resto del contenido, las reproducen con un tamaño y grosor de letra muy superior al del resto del texto. Un buen ejemplo es la portada del número dos. En ella, se enumeran una serie de acciones que el rey podría llevar a cabo sin ser castigado por la ley debido a su inviolabilidad (robar el bolso a una vieja, mearse en la calle, robar un libro en el Corte Inglés), y, en un cuerpo de letra muy superior al del resto de acciones, los autores destacan la más agresiva: “El rey podría violarte”. También se da el extremo contrario: la *elipsis tipográfica*; reducir el tamaño de la letra para dificultar la lectura de una frase. Es el caso de la explicación “y no le pasaría nada porque el artículo 56.3 de la Constitución lo declara inimputable” que acompaña a “El rey podría violarte”. Si la aclaración estuviese al mismo tamaño, el titular no tendría tanta fuerza.



Fragmento
de la portada
del número 2

Numerosas alusiones a aspectos controvertidos o jocosos de la familia real se construyen a partir de *juegos de palabras*. Los más frecuentes son los *calambures* y las *homonimias*. Los primeros basan su potencial satírico en las diferentes lecturas a las que puede dar lugar una frase en función de las pausas en la lectura o la colocación de los signos de puntuación; y la mordacidad de los segundos reside en las diferentes acepciones que puede tener un término. En el número seis, por ejemplo, encontramos el calambur “La vida del rey Juan Carlos I y su familia es un ejemplo de entrega por los españoles, los ancianos y los discapacitados, como su hija que se desvive por los más desfavorecidos” (11). Dependiendo de la pausa que se efectúe al leer la frase, podemos dar a entender que la infanta es discapacitada, o que, al igual que su familia, se desvive por los más débiles. En el siguiente ejemplo, puesto en boca del rey, se juega con la unión de las palabras para dar lugar a nuevos términos: “tengo una asignación anual cojonuda y no pago en lo bares, ni siquiera en los de AL TERNEro de un ganadero amigo le dan de comer maíces”. Se fuerzan dos frases inconexas para conseguir el término “alterne”.

Una modalidad curiosa de calambur es la tipográfica, variedad que se encuentra detrás de la portada del número doce (21) en la que aparece la expresión “Hija de puta” sobre el rostro de la infanta Cristina. La frase completa que contiene el insulto es “HIJA DE los reyes de España imPUTAda”; maliciosamente, los responsables de la publicación asignan un cuerpo de letra prácticamente ilegible a “los reyes de España” y distribuyen la palabra “imputada” por la contraportada, la portada y la primera página interiores, coincidiendo las sílabas “puta” en la portada. Resultado: en la portada solo se lee “Hija de puta”.



Eje

Portada y contraportada del número 12 desplegadas. Fuente: elEconomista.es

mplos de *homonimias satíricas* serían la frase del número seis “Año tras año, nuestro monarca revalida el título de persona que mejor cae, especialmente sobre pavimentos, adoquines y escalones” (x,x), o el titular del número 15 “Los hijos de la infanta Cristina, ya instalados en Ginebra, dicen que la ciudad huele como el abuelo” (x,x).

5. Conclusiones

En primer lugar, es posible afirmar que el esbozo de retórica de la sátira propuesto en este trabajo ha sido útil a la hora de ofrecer una visión global de cómo se construye la burla en el tabloide satírico *Mongolia*: todas las estrategias discursivas explicadas en el apartado teórico se han hallado posteriormente en el análisis de caso, y alguna de ellas se encuentra entre los recursos más característicos del tabloide, como, por ejemplo, la ficción irónica, la hipérbole situacional o la parodia. Una vez confirmado que la teoría se corresponde con la realidad, y teniendo en cuenta que la retórica propuesta es una retórica del desvío, del uso malintencionado del lenguaje y de la distorsión degradante de la realidad, se puede afirmar que *Mongolia* basa su sátira en la vulneración de la univocidad comunicativa, el decoro y la verosimilitud.

Tal y como se explicó en el apartado teórico, y ha quedado confirmado con el estudio de caso, los desvíos lingüísticos más proclives a aparecer en las publicaciones satíricas son los semánticos, los denominados tropos: ironías, metáforas, símiles, polisemias. El discurso irónico permite realizar críticas sin nombrar el blanco de esos ataques, y las metáforas y comparaciones pueden tener un alto efecto degradante en función de los referentes a los que aludan.

Otro de los apuntes teóricos que ha resultado útil a la hora de llevar a cabo el análisis retórico ha sido la idea de que los desvíos semánticos pueden ser totales, situación que se da cuando la trama de una ficción satírica es en sí misma una ironía, una metáfora o un símil.

A través de la aplicación práctica, se ha podido confirmar también que los mecanismos degradantes más básicos empleados hace cuatro siglos en la serie *Gargantúa y Pantagruel* aparecen con ligeras variaciones en *Mongolia*. Lo que corrobora, a su vez, que la teoría del realismo grotesco desarrollada por Mijaíl Bajtín es aplicable al estudio de la sátira en, al menos, la publicación escogida.

Las ideas anteriores confirman también la tesis de que la retórica de la sátira debe concebirse como una retórica del desvío: todo en el realismo grotesco es una vulneración degradante de la realidad, de las jerarquías, del decoro; una acción

subversiva que enlaza con la idea de sátira como contradisco^rso que cuestiona los textos hegemónicos de las clases rectoras.

El hecho de que la *ficción irónica* sea la modalidad discursiva más empleada en *Mongolia* corrobora de nuevo la idea de que la sátira se construye a partir de desvíos: la ficción es una manipulación de la realidad y la ironía es una trampa semántica. Juntas, dan lugar al procedimiento retórico más característico del tabloide analizado.

Partiendo del estudio de caso, dos son los fundamentos semánticos de la ironía en *Mongolia*: en primer lugar, la confrontación entre ficción y realidad, una trama o frase que contradiga burlescamente un hecho controvertido. Y, en segundo lugar, las burlas y críticas encriptadas que exigen al lector unos determinados conocimientos previos para descifrarlas.

En el análisis de los textos seleccionados, ya se apuntó que las imitaciones burlescas de las portadas y los estilos de *¡Hola!*, *El País* o *Interviú* han convertido a la parodia en una de las técnicas satíricas más características de *Mongolia*. De nuevo, nos encontramos ante un desvío: en la parodia de las portadas, por ejemplo, se tratan informaciones ficticias que nada tienen que ver con la línea de esos medios (asuntos bajos) con las características textuales y visuales de esas publicaciones (estilo elevado), una discordancia que busca la burla de esas revistas y periódicos.

No todas las publicaciones satíricas son iguales, y, por lo tanto, no todas desarrollan un mismo tipo de realismo grotesco. El de *Mongolia*, por ejemplo, basa su poder degradante en la hipérbole situacional (ficciones que son producto de la exageración extrema de un hecho real), la escatología y las expresiones soeces. Al igual que François Rabelais, los creadores de *Mongolia* siguen recurriendo a la desnudez, a la cosificación y a la animalización de las altas dignidades. Continúan destruyendo auras solemnes representando actos corporales bajos y poniendo expresiones soeces en boca de personajes ilustres.

No obstante, entre el realismo grotesco de *Mongolia* y el de *Gargantúa y Pantagruel*, hay diferencias más allá de los temas tratados: en la obra de Rabelais, por ejemplo, el hiperbolismo físico, la exageración caricaturesca de los defectos corporales, tiene una importancia capital, mientras que, en *Mongolia*, apenas encontramos ejemplos de esta manipulación burlesca ya que la hipérbole se concentra, sobre todo, en las tramas

narrativas, en la exageración situacional. También se dan casos de innovación: Rabelais, por ejemplo, condenaba a los personajes públicos denostados al infierno; ahora, son los creadores de *Mongolia* los que condenan a esas personalidad, pero no los abocan al inframundo, sino a la cárcel, metáfora del infierno rabelesiano.

Sí, son diferencias, pero, a la vez, manipulaciones de la realidad que confirman la idea de que, para que una retórica de la sátira sea efectiva, tiene que concebirse como una retórica de los desvíos, ya que son esas vulneraciones de las normas lingüística, el orden establecido y la realidad las que dotan a la sátira de su poder subversivo.

6. Bibliografía

ABC. Las trece operaciones de Don Juan Carlos. *ABC.es*. 2 de junio de 2014 [consulta: noviembre de 2014]. Disponible en: <http://www.abc.es/espana/20140602/abci-operaciones-cadera-201406021018.html>

ÁVILA, María Ximena. *Sátira, caricatura y parodia en la Argentina de fines del siglo XIX: un caso paradigmático, el periódico Don Quijote (1884-1903) de Buenos Aires* [en línea]. La Laguna: Servicio de Publicaciones, Universidad de La Laguna, 2009. 327 p. [consulta: noviembre de 2014]. ISBN: 978-84-7756-757-8. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/213896738/Satira-Caricatura-y-Parodia-en-La-Argentina-de-Fines-Del-Siglo-XIX>

BAJTÍN, Mijaíl. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Forcat, Julio; Conroy, César (trad.). Barcelona: Barral, 1974. 430 p. ISBN: 8421120158.

BALLART, Pere. *Eironeia : la figuración irónica en el discurso literario moderno*. 1a ed. Barcelona: Quaderns Crema, 1994. 562 p. ISBN: 8477690715.

BURUCÚA, José Emilio. *La imagen y la risa: las “pathosformeln” de lo cómico en el grabado europeo de la modernidad temprana*. Cáceres: Periférica, 2007. 139 p. ISBN: 84-934746-9-x.

CORONEL, Marco Antonio. *La sátira latina*. Madrid: Síntesis, 2002. 303 p. ISBN: 84-7738-991-8.

EL MUNDO.ES. El eslogan de Telemadrid, “Espejo de lo que somos”, estrella de los blogs. *El Mundo.es*. 19 de abril de 2007 [consulta: noviembre de 2014]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/04/18/comunicacion/1176909365.html>

ETREROS, Mercedes. *La sátira política en el siglo XVII*. Madrid: Fundación Universitaria Española, 1983. 473 p. ISBN: 8473922123.

FREUD, Sigmund. *El chiste y su relación con el inconsciente*. 2a ed. Madrid: Alianza, 1970. 227 p. ISBN: 842061162x.

FRYE, Northrop. *Anatomía de la crítica: cuatro ensayos*. Simons, Edison (trad.). Caracas: Monte Ávila, 1957. 497 p. ISBN: 9800105042.

GONZÁLEZ, Dulce M^a. Notas (hipertextuales) sobre la parodia gennettiana: a propósito de *Palimpsestos*. En: *Revista de filología de la Universidad de la Laguna*, 1993, no. 12, pp. 83-103. ISSN: 0212-4130. Disponible en:
<file:///Users/ignacioperez/Downloads/Dialnet-NotasHipertextualesSobreLaParodiaGenettiana-91810.pdf>

HODGART, Matthew. *La sátira*. Guillén, Ángel (trad.). Madrid: Guadarrama, 1969. 256 p. ISBN: 8441314128.

HUTCHEON, Linda. Ironía, sátira, parodia. Una aproximación pragmática a la ironía. Hernández Cobos, Pilar (trad.). En: *Poétique*, febrero de 1981, no. 45, pp. 173-193. ISSN: 0032-2024. Disponible en:
<http://tallerletras.files.wordpress.com/2013/02/ironc3ada-sc3a1tira-y-parodia.pdf>

INNERATY, Daniel. La seducción del lenguaje: Nietzsche y la metáfora. En: *Contrastes. Revista interdisciplinar de filosofía*, 1998, vol. 3, pp. 123-145. ISSN: 1136-4076. Disponible en: <file:///Users/ignacioperez/Downloads/Dialnet-LaSeducionDellLenguaje-3041221.pdf>

IVANOV, Peter. Problemas teóricos en torno a la parodia. El “apogeo” de la parodia en la poesía española de la época barroca. En: *Revista electrónica de estudios filológicos*, julio de 2006, no. 11. ISSN: 1577-6921. Disponible en:
<http://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/12-parodia.htm>

JONAS, Ricardo; GÁNDARA, Yolanda. Mongolia: “En estos momentos, ganar mil euros en prensa haciendo lo que quieras es haber triunfado”. *Jot Down*. Agosto de 2012 [consulta: noviembre de 2014]. Disponible en:
<http://www.jotdown.es/2012/08/mongolia-en-estos-momentos-ganar-mil-euros-en-prensa-haciendo-lo-que-quieras-es-haber-triunfado/>

KOCMAN, Ana. “La ironía verbal como semejanza incongruente”. Director: Emilio Prieto de los Mozos. Universidad de Salamanca. Departamento de Lengua Española, 2011. Disponible en:
http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/110705/1/DLE_Kocman_A_LaIronia.pdf

LAFUENTE, Sandra. España tiene una salida (Mongolia). *Gatopardo*. Noviembre de 2013 [consulta: noviembre de 2014]. Disponible en:
<http://www.gatopardo.com/ReportajesGP.php?R=218>

LÓPEZ, Antonio. Retórica antigua y retórica moderna. En: *Humanitas*, 1995, vol. 47, pp. 871-907. ISSN: 0871-1569. Disponible en:
http://www.uc.pt/fluc/eclasicos/publicacoes/ficheiros/humanitas47/54_Lopez_Eire.pdf

LLERA, José Antonio. Prolegómenos para una teoría de la sátira. En: *Tropelías: revista de teoría de la literatura y literatura comparada*, 1998, no. 9-10, pp. 281-293. ISSN: 1132-2373. Disponible en:

http://eprints.ucm.es/13140/1/PROLEG%C3%93MENOS_PARA_UNA_TEOR%C3%8DA_DE_LA_S%C3%81TIRA.pdf

LLERA, José Antonio. *El humor verbal y visual de “La Codorniz”*. Madrid: Instituto de la Lengua Española, 2003. 447 p. ISBN: 84-00-08142-0.

MAYORAL, José Antonio. *Figuras retóricas*. 1a ed. Madrid: Síntesis, 2005. 317 p. ISBN: 8477382182.

PEALE, C. George. La sátira y sus principios organizadores. En: *Prohemio*, abril-septiembre 1973, IV, 1-2, pp. 189-211.

PEDRAZZINI, Ana. “La construction de l’image présidentielle dans la presse satirique: Jacques Chirac dans l’hebdomadaire français *Le Canard Enchaîné* et Carlos Menem dans le supplément argentin *Sátira/12*”. Director: François Boursin; M. Horacio González. Université Paris-Sorbonne-Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales, 2010. Disponible en: http://www.e-sorbonne.fr/sites/www.e-sorbonne.fr/files/theses/These_finale_PEDRAZZINI_Ana_11-2010.pdf

PEDRAZZINI, Ana. Absurdo, bulo e ironía: pilares del humor escrito del suplemento argentino Sátira/12. *Perspectivas de la comunicación* [en línea]. 2010, vol. 3, no. 2, pp. 84-106. ISSN: 0718-4867. Disponible en:

<http://publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/97>

PEDRAZZINI, Ana. Figuras retóricas verbales y visuales en la conformación de un estilo de autor: las caricaturas políticas del semanario satírico francés *Le Canard Enchaîné*. *Cultura, Lenguaje y Representación* [en línea]. 2012, vol. 10, pp. 111-128. ISSN: 1697-7750. Disponible en: <http://www.e-revistes.uji.es/index.php/clr/article/view/343>

PEDRAZZINI, Ana. Dos presidentes bajo la mirada del dibujante satírico: el caso de la caricatura política y sus recursos en dos producciones de Francia y Argentina. *Antíteses* [en línea]. Enero-julio 2012, vol. 5, no. 9, pp. 25-53. ISSN: 1984-3356. Disponible en: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses/article/view/12890>

PUJANTE, David. *Manual de retórica*. Madrid: Castalia, 2003. 425 p. ISBN: 84-9740-086-0

REVISTA MONGOLIA. La revista *¡Hola!* pide retirar a Mongolia de los kioskos. *Revista Mongolia.com*. 12 de marzo de 2014 [consulta: noviembre de 2014]. Disponible en: <http://www.revistamongolia.com/noticias/la-revista-hola-pide-retirar-mongolia-de-los-kioskos>

TORRES, María Ángeles. *Estudio pragmático del humor verbal*. Cádiz: Universidad de Cádiz, Servicio de Publicaciones, 1999. 123 p. ISBN: 8477866392.

ANEXO