

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación



EL CROMO VICTORIANO COMO MEDIO DE
COMUNICACIÓN DE MASAS (1800-1920)


TESIS DOCTORAL

Miguel García Loizaga

Ana Julia Gómez Gómez, Javier Ruíz San Miguel. Dtres.



AUTOR: Miguel Luis García Loizaga

 <http://orcid.org/0000-0001-5634-867X>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

A Miguel.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto es el resultado del esfuerzo y el apoyo de varias personas a las que debo expresar un agradecimiento infinito.

A mis Directores, Ana y Javier, por su insistencia (y paciencia) desde que hace cinco años cobró forma esta idea.

A mi madre, Antonia, por su apoyo y su confianza en mis posibilidades de llevarlo a cabo, pese a las dificultades propias de la vida familiar y laboral de nuestros días.

A Yolanda, mi amada compañera. Sólo con su aliento, su amor y su entrega he podido centrar mis ánimos y mi tiempo en la conclusión de este trabajo.

A Pablo, mi amigo del alma, sin cuyo desinteresado esfuerzo y asesoramiento en las herramientas necesarias, aún estaría tratando de obtener resultados significativos para el estudio estadístico del cromo.

Y sobre todo, a Luis, mi padre. Él ha sido el verdadero artífice del proyecto por sus inabarcables conocimientos artísticos puestos a mi disposición; su exquisita sensibilidad en el análisis de estas pequeñas obras de arte que, de otro modo, nunca hubieran sido objeto de mi atención más allá del referente infantil y sentimental que siempre fueron; y por todo el tiempo invertido y el amor depositado para que este estudio haya cobrado forma, tras no pocas vicisitudes e inciertas posibilidades de conclusión.

Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	21
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	23
METODOLOGÍA	25
PARTE I. EL CROMO	43
1. DE LA IMAGEN MÁGICA A LA IMAGEN MÚLTIPLE	45
2. LAS TÉCNICAS DE REPRODUCCIÓN DE IMÁGENES	51
2.1. Introducción.	51
2.2. La Xilografía.	52
2.3. El grabado.	54
2.4. La mecanización de la imagen.	55
2.5. El cromo y la litografía.	58
2.6. Otros procedimientos.	64
3. LOS USOS DEL CROMO	67
4. LA PEQUEÑA HISTORIA DEL CROMO	83
4.1. Algunos antecedentes del cromo y referencias históricas afines.	83
4.2. La pequeña historia del cromo.	85
4.2.1. Introducción.	85
4.2.2. Época Eduardiana (1800-1850).	86
4.2.3. Época Victoriana (1850-1880).	91
4.2.4. La edad de oro del cromo (1880-1900).	94
4.2.5. El declive del cromo victoriano (1900-1930).	99
4.3. La datación de los cromos.	102
5. EL CROMO Y LA CULTURA DE SU TIEMPO	107
5.1. Introducción.	107
5.2. Relación con otras estéticas.	109
5.2.1. Romanticismo y Realismo.	110
5.2.2. Decadentismo.	116
5.3. Los autores y autoras.	117
5.4. Relación con la lingüística y la literatura.	125
5.5. Importancia y actualidad de la estética del cromo.	130
5.6. Conclusiones.	134
6. CONTEXTO SOCIAL E IMAGEN	137
6.1. Introducción.	137
6.4. Economía, imperialismo y sociedad.	138
6.5. La imagen edulcorada.	141
6.6. Un mundo pequeño y cercano.	146
6.7. El pasado como ideal.	148
6.8. La religión.	152
6.9. Función social del cromo.	155
6.10. Conclusión.	158
7. PROYECCIÓN DEL CROMO EN LA SOCIEDAD DEL SIGLO XX	161
7.1. El coleccionismo.	161
7.2. La publicidad.	164

7.3. La venta de cromos en sobres.	167
7.4. Otro tipo de cromos.	167
7.5. El cromó digital.	168
PARTE II. INVESTIGACIÓN	171
8. MODELO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	173
8.1. Planteamiento general.	173
8.2. Estudio cuantitativo.	175
8.3. Estudio cualitativo	196
9. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CONTENIDO	199
9.1. Tablas simples de variables independientes: parámetros contextuales y morfológicos.	199
9.2. Tablas simples de variables de carácter denotativo: composición, espacio y tiempo de la representación.	203
9.3. Tablas simples de variables de carácter connotativo-interpretativo.	209
9.4. Cruces de variables.	216
10. ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDO.	227
10.1. Lo que los cromos enseñan: aspectos denotativos del contenido.	227
10.2. Lo que los cromos nos cuentan: aspectos connotativos del contenido.	257
10.2.1 El significado.	257
10.2.2 La naturaleza.	258
10.2.2.1. El paisaje.	266
10.2.2.2. Las flores.	278
10.2.2.3. Los jardines.	283
10.2.3. Los Objetos	286
10.2.4. La caricatura y la sátira	292
10.2.4.1. La sátira.	292
10.2.4.2. Lo grotesco.	301
10.2.5. Los imaginarios.	317
10.2.6. La infancia	321
10.2.6.1. Los niños	321
10.2.6.2. La educación infantil	324
10.2.7. La mujer	328
10.2.8. La representación etnográfica: España, Andalucía y el romanticismo como paradigmas.	347
10.2.8.1. El cromó etnográfico.	347
10.2.8.2. España y Andalucía en los cromos.	349
CONCLUSIONES	377
1. Conclusiones generales.	377
2. Conclusiones específicas.	382
BIBLIOGRAFÍA	387
ANEXOS	401
I. Cuadros de categorías y variables.	401
II. Rejilla de vaciado del análisis cuantitativo	409
III. Relación de tablas y gráficos.	425
IV. Catálogo de muestras seleccionadas para la investigación.	447
V. Relación de Impresores.	491

INTRODUCCIÓN

De no haber sido por las connotaciones sentimentales que nuestro objeto de estudio tiene para quien suscribe, su honda presencia en el imaginario infantil, tal vez el cromo nunca hubiera podido suscitar el interés necesario para abordar el presente proyecto.

Fue también el intercambio de ideas con quien hoy lo dirige, la Profesora Ana Julia Gómez Gómez, quien además es especialista en Historia del Arte, lo que puso de manifiesto en primer lugar la evidencia, hasta ahora pocas veces abordada, de su eficacia como Medio de Comunicación de Masas, disimulada entre otras consideraciones de menor envergadura, desde su función estrictamente decorativa, a su papel marginal como objeto de colección.

Ha resultado también de inestimable ayuda el poder disponer de la magnífica colección de ejemplares del Profesor de Historia del Arte D. Luis García Serrano, así como con su asesoramiento especializado, frente a una cuestión que, hasta el momento, casi siempre pasó desapercibida a ojos de los especialistas en imagen gráfica, arte o comunicación.

En el estudio del cromo se encuentran presentes la práctica totalidad de elementos que caracterizan a los denominados Medios de Comunicación de Masas, así como la evolución de la sociedad a lo largo de ciento cincuenta años en lo que a generación de iconos simbólicos se refiere.

El objeto que nos ocupa, pues, pese a sus evidentes concomitancias con el mundo del arte, hemos considerado enmarcarlo en el ámbito de la comunicación por las siguientes razones:

- Porque forma parte del imaginario cultural europeo.

- Porque jugó un papel mediático determinante por razones de tipo económico.
- Porque arraigó en la sociedad del momento con una difusión de valores que comenzaban a ser atávicos.
- Porque aúnan en todas sus variantes un riquísimo legado simbólico, histórico y cultural que responde a arquetipos colectivos de Occidente y del momento en que fueron generados.
- A modo de tramoya histórica, su existencia y su uso son reflejo de la intrahistoria de diferentes naciones.
- Porque sus características técnicas, lo inscriben en el ámbito de la historia de la imagen gráfica desde sus orígenes, a su plena consolidación.
- Porque son avanzadilla del fenómeno que conocemos como *densificación icónica* en la sociedad y que ha sido rasgo definitorio de nuestra cultura desde entonces hasta el día de hoy

Si el arte y el conocimiento proyectan al individuo hacia la emancipación y la libertad; inseparable del consumo, el cromo pertenece al campo de la industria cultural, porque se orienta a la distracción del sujeto, al ocio que transcurre en su entorno más cercano.

El cromo participa de todos y cada uno de los rasgos definitorios de la denominada *cultura de masas* aunque de modo discreto, sin aspavientos, accediendo a los espacios más íntimos de la sociedad.

La iconografía del cromo constituye un lenguaje en sí misma, denotando su capacidad como transmisor de mensajes y constituyendo un poderoso sistema de comunicación gráfico mediante códigos fácilmente reconocibles por cualquier espectador indiferenciado con independencia de su nacionalidad, idioma, clase y cultura.

Aun tratándose de simples trozos de papel, a veces muy pequeños, el análisis de dicho lenguaje nos llevará al establecimiento de un *corpus* teórico donde se

encuentren aspectos relativos a su intrincado proceso de producción con aquellos rasgos que resultan característicos de la sociedad que los produjo, sus detalles minúsculos, casi invisibles, los rasgos infinitesimales de la vida cotidiana; todo ello alejándonos de la artificiosa y enrarecida escenificación de la realidad que pretenden representar. Como signos de la cultura decimonónica, se convierten en piezas y fragmentos de una época, en documentos de la intrahistoria y que hemos utilizado como herramienta para comprender la realidad de sus contemporáneos.

Los cromos (o *scraps*) nos abren una ventana hacia la observación artística, estética, histórica, sociológica, comunicacional... que nos ha permitido diseñar un estudio con vocación integral a partir de la gran capacidad del medio como representación, casi poética, de la realidad política y social de su tiempo.

Nuestro objetivo ha sido realizar una interpretación global de los *scraps* por medio de una lectura visual original y rigurosa, pero aplicando un método de análisis eficaz y contrastado en numerosos proyectos de investigación, poniendo de relieve el hecho de tratarse de un objeto cotidiano, cercano, doméstico... para acceder, después, a categorías superiores, reservadas tradicionalmente a otros soportes de comunicación.

Pese a lo dispar de las temáticas y las variables disponibles en la iconografía del cromo, son numerosas las características que los definen globalmente y, en no pocas ocasiones, también los diferencian de otras manifestaciones artísticas y soportes comunicativos:

- Constituyen un soporte sentimental hacia otros mundos creados y recreados.
- Recogen la influencia de diversas orientaciones filosóficas y religiosas, con contenidos relativos a la defensa de la naturaleza, de la vida, de la condición humana...
- Permiten un enfoque crítico previo orientado a cierta clasificación temática.
- Nos dan acceso a la comprensión del momento histórico.

- Las imágenes poseen un contenido denotativo lo suficientemente rico en matices como para profundizar en su significado.
- La deconstrucción del medio, mediante el análisis hermenéutico, nos acerca a la reflexión sobre su propia existencia.
- La ausencia de estudios precedentes, nos permite un grado de libertad e innovación en el análisis del medio, libre de condicionantes ideológicos o estilísticos.

Los cromos Invitan a un punto de vista antropocéntrico mediante el cual, conectan con diversas facetas de la existencia. Las relaciones entre el espacio y el tiempo, la importancia del paisaje en el que el hombre desarrolla su vida y la concurrencia de los ciclos vitales; los acontecimientos que parten de la cotidianidad acceden a una significación más profunda.

La realidad recreada en los cromos, se convierte en un continuo con la existencia del hombre donde los límites se difuminan y las distancias desaparecen. La relación del hombre con el mundo que lo rodea no depende en exclusiva de su percepción. La memoria permite almacenar estas experiencias para, posteriormente, ser recuperadas y reconstruidas por el individuo.

Henri Bergson¹ en su obra *Materia y memoria*², donde analiza la percepción como fenómeno perteneciente a la *materia*, establece que la realidad no puede desligarse del acto de percibir. El sujeto y lo percibido han de considerarse unitariamente. Es más, Bergson sostiene que el *recuerdo* de las percepciones pasadas también debe incluirse en el mundo material que ya constituyeran la percepción de la realidad y la realidad misma. Llega a establecer el límite de la capacidad sensible en la propia memoria, en tanto que ésta acumula el pasado y afecta a las acciones que el hombre realiza en el presente, por eso afirma que la memoria permite *inventar* o *recrear* el mundo real.

¹ Henri-Louis Bergson o Henri Bergson (París, 18 de octubre de 1859 – Auteuil, 4 de enero de 1941) fue un filósofo francés, ganador del Premio Nobel de Literatura en 1927.

² BERGSON, Henri. *Materia y memoria: ensayo sobre la relación del cuerpo con el espíritu*. Buenos Aires: Cactus, 2006.

Bergson explica que hay dos clases de memoria: los recuerdos que surgen de un acto mecánico, de repetición física, y los que emergen de forma involuntaria desde una intimidad psíquica innata. La vida mental del hombre puede existir, según el filósofo francés, gracias a la existencia de este último tipo de memoria, llamada también *espontaneidad innata*. De esta forma la experiencia deja de ser un mero *conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas* (definición de la Real Academia de la Lengua Española), sino más bien el resultado de la relación del ser humano con la realidad múltiple y compleja que lo rodea, siendo de esta forma sustituible por la *vivencia*, el sentir, la relación o la interacción.

El cuestionado sentido de la historia que caracteriza a nuestro tiempo, la celebración posmoderna de la superficie frente a lo interior, de la inmediatez frente al cielo; es uno de los puntos de partida que nos ha llevado a una exhaustiva contemplación de las cromotipias. Las imágenes generan toda una red visual de conexiones, no necesariamente lógicas, sino puramente icónicas que es necesario filtrar, dado que una primera contemplación de los cromos sólo nos permite conjeturar respecto a su significado. Hay algo en ellos que a priori permanece opaco y dificulta su hermenéutica. Su brevedad compositiva, la singularidad icónica y, sobre todo, su aparente *sencillez*, oponen tantas dificultades al observador que este percibe la realidad de un mundo y una atmósfera en los que es prácticamente imposible penetrar, probablemente por el excesivo apego a unos estereotipos culturales que siguen teniendo vigencia.

Si bien en un principio pudieran parecer de escasa entidad argumentativa y artística, el estudio que presentamos nos ha permitido profundizar en ellos hasta configurar y desarrollar todo un cuerpo teórico tan novedoso como sugerente.

La investigación ha requerido contemplar los cromos y su narrativa traspasando su apariencia inocente y encaminándonos hacia un punto de vista adulto. De la misma manera en que otros estudios han debido hacer lo propio con representaciones visuales tan variopintas como las películas de Disney, el tebeo infantil o las ilustraciones de cuentos, nuestro objeto de estudio ha debido de enfrentar un profundo proceso de descodificación con el objetivo de permitirnos vislumbrar otras realidades, acaso más complejas.

Manifestaba el personaje de John William Polidori³ en ese homenaje cinematográfico al movimiento romántico que es *Remando al viento* (1987), la película de Gonzalo Suárez, que *la ficción es la mejor vacuna contra la realidad*.

En efecto, la realidad es de naturaleza pasiva, inamovible, terca... pero susceptible de ser ficcionada. El contenido representado en los cromos, más que tergiversar la naturaleza de la realidad social, histórica, antropológica de su momento, a la manera de los medios de comunicación de masas tradicionales, opta por inhibirse de lo *feo* y establece un sesgo al revelar únicamente el aspecto más agradable de lo *real*, como si de un precursor de otras estéticas más próximas a nosotros se tratara (el *Kitsch*, la publicidad...).

Fuere como fuere, muestra artística o cultural, o museo imaginario convencional, pero accesible y permeable; en su glosa no existe el riesgo de elucubrar en exceso, sino, más bien, insuficientemente. Es muy posible que hasta ahora hayan estado expuestos a los ojos de muchos, pero posiblemente nunca fueron observados ni entendidos. Siguiendo el método utilizado, desde el punto de vista comunicacional, no les aplicamos juicios de valor tradicionales ni nos detendremos en la intencionalidad de sus autores⁴ sino que los utilizaremos como un sistema de signos cuyo significado subyace en todo el conjunto de elementos.

Nuestra labor tratará de desarticular sus elementos implícitos, contemplarlos, utilizando estrategias descriptivas, iconográficas, iconológicas, sociológicas, antropológicas, artísticas, históricas...; intentando desestructurar o deconstruir su imagen, demasiado afectada, sin desperdiciar su potencial herméticamente

³ John William Polidori (Londres, 7 de septiembre de 1795 - 24 de agosto de 1821) fue un médico y escritor inglés cuya trayectoria profesional transcurrió junto a Lord Byron y es conocido por su relato de 1819, *El vampiro*.

⁴ Barthes lo aplica al texto literario cuando mantiene que el lector es el espacio en el que todos los múltiples aspectos del texto se encuentran. *La unidad de un texto no radica en su origen, sino en su destino...* El nacimiento del lector debe ser a costa de la muerte del autor.

Ver BARTHES, Roland. *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Ed, 1971.

seductor, su gran calado conceptual y en definitiva, de comunicación, que nos sirvan de llave hasta llegar a su razón de ser.

Aun teniendo su origen en el diseño, el dibujo y la pintura es evidente que su popularidad se debe a su carácter eminentemente industrial. Como producto de consumo destinado a un amplio espectro social, la obra con la que nos enfrentamos es ingente. Sin perjuicio de detenernos en el análisis de muestras seleccionadas y significativas.

Trataremos de reconstruir un hecho comunicativo que ha sido transmitido a través del tiempo, es decir, saber cómo eran o qué implicaban estas cromotipias, su tiempo original con todo lo que reflejan en cuanto a mentalidad, economía, comunicación, etc,⁵

Se trata de encontrar una estrategia práctica que nos permita llegar a la máxima objetividad, utilizando el cromo como un instrumento para descubrir las estructuras, posiblemente premeditadas, del mensaje que estos trozos de papel nos proponen.

Analizando las formas simbólicas que encontramos en los cromos, comprobamos que éstas, no sólo representan y justifican su mundo sino que, además, lo construyen; realmente su iconografía más bien *sugiere*, huyendo reafirmarse como símbolo o metáfora de un tiempo. Como símbolo, logra transparentar y evidenciar una sociedad o parte de ella, reforzando unos valores sobre otros. Como metáfora, ambigua y ambivalente, lo que encontramos es la técnica del camuflaje, que trata de enmascarar el *otro lado*, la inquietud de una sociedad en crisis, o las pesadillas del inconsciente colectivo de su tiempo. De

⁵ Roland Barthes considera este método como la alteridad, es decir, que el único saber capaz de liderar la historia encerrada en un objeto es el que tiene en cuenta el puesto histórico de éste en su relación con otros, el que actualiza y concentra algo ya sabido, transformándolo. Llega así a un formalismo (formalización, estructuralismo) que conlleva la intencionalidad del objeto pero partiendo de su existencia formal que la separa de otros objetos o manifestaciones humanas que no son más que estereotipos de un tiempo, una época o simplemente signos de comunicación.

Ver BARTHES, Roland. Elementos de semiología. Madrid: Alberto Corazón Ed, 1971.

ahí su apariencia bajo signos culturales de segundo orden, de ahí la sensación de mascarada que experimentamos al contemplarlos.

De todas formas, los cromos forman parte de la cultura visual y nuestro interés ha consistido también en indagar cómo se percibe la realidad que subyace en el *simulacro* de su realidad.

El cromo es un híbrido entre arte y negocio, entre estética y pragmática. Sin perjuicio de su participación comunicativa desde lo más íntimo de la sociedad: el hogar.

Pese a su patente sentido propagandístico, ideológico, comercial... su evolución no parece que estuviese predeterminada, más que por la estricta demanda de la sociedad de consumo.

Quizás por eso el cromo se ha perpetuado y permanece en la memoria colectiva de muchos de nosotros, aunque nos falte la frescura de su transmisión, tomando formas o caracteres diferentes en función del uso, o la etapa de la vida en que nos encontremos, pero presente en cualquier caso porque ha sido y es un medio de comunicación de la denominada *cultura de masas*, y un fascinante prisma desde el que contemplar la realidad.

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Mediante la presente investigación trataremos de demostrar que el cromo o *scrap* es un medio de comunicación destinado a difundir valores morales e ideológicos, en sintonía con el poder vigente, y que alcanzó notables cotas de popularidad durante la práctica totalidad del siglo XIX y parte del XX (1800-1920).

La pertinencia de la hipótesis propuesta requiere de la consideración de que su atractivo y eficacia residen, fundamentalmente, en la extrema sencillez de su lenguaje, vocacionalmente universal, lo cual le permitió extenderse como fenómeno cultural más allá de la Inglaterra victoriana hacia el resto de Europa y al otro lado del Atlántico, en EEUU.

Así mismo, como medio de comunicación, pretendemos concluir que el cromo representa un ejemplo de manifestación propio de la cultura de masas, desvinculándose, pese a su apariencia, de la denominada cultura popular, con la que tan sólo comparte determinados aspectos iconográficos.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Además de dirigirnos coherentemente hacia la pertinencia de la hipótesis de partida que hemos propuesto, las características formales y metodológicas de nuestra investigación nos sitúan en el propósito de satisfacer los siguientes objetivos:

- a. Asimilar la función y características del cromo a las descritas tradicionalmente como propias de los *medios de comunicación de masas*.
- b. Analizar el cromo desde la disciplina comunicacional y del lenguaje visual, en su función de soporte y vehículo de diferentes ideas.
- c. Establecer que la iconografía e iconología de los cromos forman parte de los poderosos mecanismos que las sociedades complejas utilizan como medio para consolidar y perpetuar su existencia.
- d. Encontrar referencias y correlatos entre lo representado en el cromo y realidades propias de su tiempo desde el punto de vista histórico, ideológico y moral.
- e. Contemplar las ideas y valores implícitos en el cromo como el resultado lógico, y no necesariamente espontáneo, de una determinada trayectoria histórica, moral e ideológica.
- f. Analizar la perdurabilidad y posible universalidad de los valores representados en el cromo.

- g. Rastrear el origen del mensaje representado hasta identificar en el mismo la presencia del poder en cualquiera de sus manifestaciones política, económica o religiosa.
- h. Identificar relaciones formales entre el cromo y el arte o la estética de su tiempo.
- i. Identificar las dimensiones connotativas y denotativas presentes en las imágenes representadas.
- j. Identificar relaciones temáticas entre el cromo y los movimientos culturales propios del momento.
- k. Identificar las singularidades propias del medio a la hora de abordar las cuestiones de interés universal (el hombre, la naturaleza, la divinidad, la familia...).
- l. Analizar la evolución del soporte desde el punto de vista técnico en consonancia con los avances del momento en materia de impresión y reproducción.
- m. Identificar la dimensión práctica del medio en su función publicitaria, protocolaria, conmemorativa o epistolar.

METODOLOGÍA

1. Ausencia de fuentes especializadas.

En lo que a nuestra investigación se refiere, las fuentes documentales a consultar han resultado ser sorprendentemente escasas pese a lo reconocido y reconocible del cromo como producto gráfico-artístico de la cultura anglosajona, con proyección hacia otras, incluida la española. Una posible razón podría encontrarse en el hecho de su equívoca consideración como producto vinculado a la denominada *cultura popular*, con cuanto de denostado ha tenido tradicionalmente dicho ámbito de estudio en determinados círculos académicos.

Esa ausencia de documentación específica, en ocasiones, ha podido ser subsanada gracias a la colaboración desinteresada de coleccionistas o aficionados al cromo y la estampa quienes, en ausencia de expertizaje, han aportado valiosísima información, cuando no numerosas muestras únicas de nuestro objeto de investigación, sin las que no hubiera resultado posible llevar a cabo el presente proyecto.

No obstante y, habida cuenta del enfoque multidisciplinar con el que hemos abordado nuestro objeto de estudio (comunicación, historia, estética y antropología), éste se ha revelado como una fuente muy rica en aspectos a documentar.

Además de los propios cromos, han resultado particularmente válidos otros recursos gráficos propios de la época como las estampas, las postales o los denominados *valentines*, con los que el cromo comparte no pocas características, tanto formales como semánticas.

También la literatura y la pintura constituyen referencias en las que encontrar numerosas zonas de contacto, en tanto manifestaciones artísticas contemporáneas al cromo y vehículos determinantes en la difusión social de valores o ideas tanto transversal como verticalmente.

Por último, debemos mencionar un *cuasi* obligado vistazo a la información relativa a nuestro objeto de estudio disponible en la red, si bien, salvo determinados espacios dedicados a la estética *vintage* en general o victoriana en particular, así como los portales destinados al negocio del coleccionismo, cabe destacar la práctica ausencia de documentación científica que contemple al cromo como elemento digno de investigación en profundidad.

2. Procedimientos y selección del método.

Nuestra investigación procede fundamentalmente de la lectura intencionada de diferentes muestras representativas, el análisis y la puesta en relación de lo observado con diversas disciplinas al amparo de la teoría de la comunicación. Desde ese punto de vista, asumiremos como pertinente lo que podríamos considerar como una variante de la *intención crítica* de Kant⁶, es decir, la de conseguir describir una génesis y un proceso de elaboración/creación en el cromo, accediendo a la identificación de las formas simbólicas presentes en nuestro objeto de estudio que no sólo representan y justifican su universo sino que, además, lo construyen de acuerdo con los parámetros de una parte de la sociedad en la que se inscriben. Si asumimos que dicho universo (ideológico, moral, formal...) al ser construido, también es revelado o puesto en evidencia, tal vez entendamos por qué el cromo se ha perpetuado y permanece en la memoria colectiva de muchos de nosotros, adoptando formas o características diferentes, pero formando parte de nuestro imaginario infantil o adulto.

Debido a la naturaleza de nuestro objeto de estudio, se hace necesaria la adopción de un método en el que confluyan un procedimiento de observación, que trascienda la mera descripción, con un proceso de interpretación que aporte información significativa más allá de una simple evaluación del contenido.

⁶ KANT, Inmanuel. *Lo bello y lo sublime*. Buenos Aires: Biblioteca Virtual Universal, 2003.

A todo ello habría que añadir aspectos de naturaleza narrativa, social y comunicativa.

La polisemia inherente al cromo y a cualquier representación visual o imagen nos produce esa ambigüedad semántica difícil de aprehender y explicar, que nos exige la adopción de un procedimiento que extraiga, aún con limitaciones, el mayor volumen de información pertinente y significativa.

3. Influencia metodológica de otras disciplinas.

¿En qué sentido está imbricado el cromo con disciplinas ajenas a la comunicación como la historia del arte? Aspectos de nuestro objeto de estudio como la forma, el color o el volumen nos permiten precisar el espacio, siempre en relación a la figura humana, y el entorno que la rodea, lo cual nos ha permitido un mayor grado de precisión en la contextualización histórica. Utilizando la diacronía de las formas, su estudio a través del tiempo, hemos evitado encajonar el mundo de los cromos exclusivamente en su tiempo, sin atender a la evolución de la estética y las formas que la historia del arte nos proporciona. Un estudio exclusivamente sincrónico nos llevaría al determinismo histórico y contextual, aislando al cromo de la sociedad que lo produjo, y privándolo de su papel como reflejo de una memoria colectiva, un tiempo histórico, económico, material, visual o ideológico, por lo que, aún como medio de comunicación, se hace imprescindible una cierta lectura histórico-artística para adquirir una noción globalizadora de su papel y significado.

Analizar el cromo prescindiendo de sus contornos textuales sería condenarlo a una transparencia irrelevante, carente de significación. En ese sentido, la ausencia de documentación o estudios previos de relevancia, han jugado a nuestro favor, permitiéndonos una aproximación experimental multidisciplinar para acceder al conocimiento y valoración de nuestro objeto de estudio.

Aunque las variables de análisis habituales en este tipo de estudios contemplan una dimensión *material* (tamaño, tipo de papel, técnica de impresión, etc.) así como otras estrictamente formales, se ha hecho necesario desprendernos de las mismas en cierta medida, en pro de otros aspectos próximos a la teoría de la comunicación, del mismo modo que la composición química y material de una

cerámica griega reviste importancia, pero no nos aproxima suficientemente a su comprensión estética o comunicativa. Si redujésemos el cromo a una dimensión exclusivamente física tendríamos simplemente un trozo de papel, obviando que se trata de un *papel* que *significa*, cuando menos, una parte testimonial de la vida de alguien.

En palabras de Zbigniew Herbert⁷, “*Todo roce con el pasado requiere un esfuerzo arduo e ingrato*”. Pero también es cierto, como sostenía Flaubert en su *Diccionario de lugares comunes*⁸ que “*basta con poner la suficiente atención para encontrar cualquier cosa interesante*”. Nada tan pertinente como esto en nuestra investigación sobre los cromos, los cuales, a diferencia de otras manifestaciones artísticas concebidas para su pervivencia, resultan más sutiles y transitorios.

A partir de nuestra hipótesis de partida, en la que atribuimos a la burguesía el papel de depositaria y origen a un tiempo del cromo como medio de comunicación de masas, en una suerte de comunicación retroalimentada destinada a consolidar y perpetuar determinados valores, nos aproximaremos al mundo del *scrap* tratando de desplegar, de manera casi arborescente, una panoplia de aspectos relativos a la teoría de la comunicación y el análisis de imagen que acaben por conformar una idea contundente y bien fundamentada sobre lo que el cromo significaba para la sociedad a la que pertenecía.

Para ello, deberemos homogeneizarlas bajo un proceso investigativo que abarca unas cuantas ideas previas y que después se concretan y amplían bajo unos parámetros precisos, polarizados en la imagen como valor único y con los problemas añadidos de representación, narración y memoria que cualquier manifestación visual conlleva, así como sus múltiples dependencias de disciplinas como la historia, la historia del arte, la estética, la sociología, la literatura... de tal forma que lo objetivo, la existencia del cromo, su estudio y análisis adquiere categoría multidisciplinar. Se tendrán en cuenta las características iconográficas e iconológicas y su transcendencia desde el punto de vista social y artístico, como primer recurso socializante de comunicación de masas. Descubrimos que la pesada carga icónica –simbólica, plástica, y estética- a la que nos enfrentamos no deja de estar mediatizada por una

⁷ HERBERT, Zbigniew. *Poesía completa*. Barcelona: Lumen, 2012.

⁸ FLAUBERT, Gustav. *Diccionario de lugares comunes*. Madrid: Edaf, 2006.

iconografía visual anclada en nuestra memoria individual y colectiva, reflejo especular de su tiempo que por momentos parece llegar a suplantarla.

Nunca es fácil descubrir, mucho menos desmitificar, la verdad que subyace detrás de cada icono. De ahí el recurso a cuantas ciencias humanísticas nos puedan resultar de utilidad para una adecuada descodificación de nuestro objeto de estudio. Aun así, no ha sido nuestro deseo recurrir a grandes afirmaciones en términos socioeconómicos para configurar la existencia de los cromos. Tampoco hemos querido juzgar de manera aventurada si el cromo ayuda a consolidar la idea de superioridad de la cultura a la que pertenece sobre las demás, en el espacio y en el tiempo, o hasta qué punto se abre a otras conclusiones. Correríamos entonces un riesgo cierto de acotarlos como un hecho cerrado y asible sobre el que no incidirían otras manifestaciones sociales o culturales.

En la selección de piezas que actúen de manera representativa y como soporte de las evaluaciones cuantitativa y cualitativa, se ha optado por aplicar cierta intencionalidad que ha permitido localizar lo paradójico, lo analógico, lo antagónico y lo anacrónico. De todas formas, durante nuestra investigación, han hecho aparición determinados aspectos escasamente representativos del medio, que no han sido objeto de nuestra atención en el presente estudio, pero que bien pudieran proyectar posteriores líneas de investigación.

Teniendo en cuenta lo novedoso de nuestra propuesta y la ausencia de referentes previos, la primera reflexión de partida sobre la que construir nuestro método de investigación es la de desconfiar del referente, de lo que el cromo significa en sí mismo pero, sobre todo, de su pretendida ingenuidad.

A primera vista, el cromo se revela como un mero producto de entretenimiento, de consumo fugaz y entidad poco significativa. Pero una mínima profundización en el proceso de percepción al hilo de la experiencia que nos brinda el análisis de imagen tradicional orientado hacia la fotografía o la pintura, nos lleva irrevocablemente a contemplarlos como algo genuino, dotado de un sentido estético tan rico en matices como asimilable por nuestro estudio. Así pues, la metodología propuesta debe permitirnos diferenciar su función como objeto de consumo, de fenómeno popular organizado; de cuanto subyace en ellos de representación cultural, de legado histórico, de manifestación estética, de

coordinada visual ligada al modo de vida de su tiempo, significativamente más ajetreado que otras épocas pretéritas.

La dificultad de hallar respuestas empíricamente verificables durante el proceso de análisis, nos obliga necesariamente a ciertas dosis de intuición, orientando nuestra capacidad de percepción hacia aquel tiempo y a otros espacios, distintos al nuestro, y dialogar con ellos prescindiendo de referentes actuales para contemplar los cromos, no como iconos culturales de naturaleza residual, sino en sincronía con el hombre y la mujer a la que estaban destinados como objetos de consumo, dignos de ser contemplados en su heterogeneidad como depositarios de un valor artístico e histórico. Son objetos que, de otro modo, estarían condenados al desecho, a la obsolescencia, carentes de cualquier identidad artística o histórica.

4. El análisis de contenido como método de investigación.

Existen diversas y numerosas definiciones del análisis de contenido aplicado a la investigación en ciencias sociales y que podríamos segmentar en tres corrientes fundamentales:

- Orientadas hacia la metodología (Holsti⁹, Schnurr¹⁰, Barcus¹¹).
- Orientadas al análisis del mensaje en los medios de comunicación de masas (Lazarsfeld, Berelson y McPhee¹², Klapper¹³).

⁹ HOLSTI, O. R. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. [s.l.]. Reading, Addison-Wesley, 1969.

¹⁰ SCHNURR, P. P. *A Methodological Note on Content Analysis: Estimates of Reliability*. New York: Journal of Personality Assessment, 1986

¹¹ BARCUS, F. E. *A Content Analysis of Trends in Sunday Comics 1900-1959*. [s.l.] Journalist Quarterly, 1961.

¹² LAZARFELD, Paul F.; BERELSON, B.; MCPHEE. *Voting: A study of Opinion formation in a presidential campaign*. Cgicago: Chicago University Press, 1954.

¹³ KLAPPER, Joseph T. *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid: Aguilar, 1974.

- Orientadas al estudio de la capacidad de persuasión sobre el espectador-consumidor desde el punto de vista ideológico, moral o político (Kaplan¹⁴).

De acuerdo con la naturaleza de nuestro objeto de investigación, como representación gráfica susceptible de ser analizada desde el punto de vista comunicativo, y atendiendo a la hipótesis que sustenta nuestra investigación y que lo asocia a la categoría de medio de comunicación de masas dirigido a la difusión y perpetuación de determinados valores; parece apropiado, pues, orientar nuestra metodología hacia el análisis de contenido concebido desde la óptica de las dos últimas corrientes descritas.

Según Berelson¹⁵, el análisis de contenido permite *“la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones”*. Es precisamente la posibilidad de someter a cuantificación el contenido del mensaje, lo que dota de rigor, lejos de la subjetividad, cuales resultados se desprendan de nuestro estudio para así aproximarlos al método científico. No obstante, por su naturaleza restrictiva, se ha hecho necesaria su convivencia con métodos cualitativos y con los rasgos connotativos, a veces, sutiles, propios del mensaje en la comunicación de masas.

Así, Piñuel¹⁶ alude al análisis de contenido como *“el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”*. De tal modo que, desde

¹⁴ KAPLAN, J. T. *Content analysis and the Theory of Signs*. En *Philosophical Science*, 10, 1943.

¹⁵ BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. [s.l.] Glencoe III. The Free Press, 1952.

¹⁶ PIÑUEL RAIGADA, José Luis. *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. En: *Revista Estudios de Sociolingüística*, nº 3, 2002.

este paradigma, quedarían superadas las limitaciones derivadas de la definición de Berelson.

Son Clemente y Santalla¹⁷ quienes, a nuestro entender, más eficazmente integran en una única propuesta las características necesarias para hacer del análisis de contenido el método más completo en materia de investigación aplicada a las ciencias sociales en general, y a la disciplina de la comunicación en particular:

1. El análisis de contenido es una técnica, por tanto, sólo sirve para recoger información.
2. Debe reunir los requisitos de cualquier técnica de recogida de información, es decir, como se trata de un sistema de clasificación y codificación, ha de responder a criterios de *objetividad* (no importa quién utilice el sistema para producir los mismos resultados), *sistematización* (las categorías elaboradas deben permitir al mensaje encajar en ellas) y *relevancia social* (acorde con el problema de la investigación). Los dos primeros permiten garantizar la exhaustividad, la representatividad, la homogeneidad y la pertinencia de las categorías que se creen.
3. Debe ofrecer resultados de fiabilidad y validez adecuados.
4. Sólo es utilizable dentro de un esquema general de la investigación que se realice, y depende, por tanto, del problema y de las hipótesis de dicha investigación.
5. Su aplicación permite transformar un documento en una serie de resultados cuantitativos y numéricos, a partir de los cuales se pueden realizar ciertos análisis matemáticos.
6. La finalidad primordial es determinar, de forma no obstrusiva, lo que connotan los mensajes, su contenido habitualmente no explícito, las intenciones, deseos y actitudes que se manifiestan al contenido

¹⁷ CLEMENTE, Miguel; SANTALLA, Zuleyma. *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao: Deusto, 1991.

manifiesto del mismo. Sirve, por tanto, para realizar inferencias, pero éstas sólo se derivan, mediante una serie de reglas, del propio mensaje.

7. Es una técnica de gran utilidad para el estudio de los procesos de influencia social, y por tanto, de temáticas como la comunicación, las actitudes, la publicidad, etc.

En ese sentido, el planteamiento del análisis de contenido se ajusta a la perfección a la naturaleza de cualquier texto o imagen, en cuyo mensaje suelen ser reconocibles, tanto los rasgos evidentes de carácter denotativo, como las características latentes, sólo accesibles desde una lectura connotativa, tal y como detallaremos más adelante. Asume así, la posibilidad implícita de reconocer la intencionalidad del emisor, de quien comunica, a partir de la forma y el aspecto del propio medio de comunicación.

En esa misma línea, apunta Krippendorff¹⁸ que, tanto lo patente, como lo latente en el contenido¹⁹ del mensaje, adquieren un sentido cuando lo ubicamos en un contexto referencial conocido o deducido por el receptor, revelando así un significado válido. Texto y contexto se sitúan pues en un mismo nivel de importancia en lo que al análisis de contenido se refiere, por lo que metodológicamente resulta idóneo para nuestra investigación y deberá revelarse de manera eficaz, una vez aplicado al contenido de los cromos y al contexto social en el que se inscriben.

La importancia de la intervención conjunta del contenido y el contexto del mensaje en la descodificación del significado del medio, la pone de manifiesto Capdevila²⁰ al afirmar que *“en el texto retórico pueden rastrearse las huellas de*

¹⁸ KRIPPENDORFF, Klaus. *Metodología del análisis de contenido*. Barcelona: Paidós, 1995.

¹⁹ “*el concepto de ‘contenido es plural, diverso y rico, y no se agota desde ninguna de las perspectivas científicas’*”. ROIZ, Javier. *El desarrollo de la ciencia política empírica*. En: GARCÍA COTARELO, Ramón y PANIAGUA SOTO, Juan Luis. *Introducción a la Ciencia Política*. Madrid: UNED, 1991.

²⁰ CAPDEVILA GÓMEZ, Arantxa. *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.

los elementos que componen el hecho retórico. Por tanto, a partir de un texto retórico pueden analizarse los elementos externos que se reflejan en él”. Es decir: el contenido del mensaje nos muestra, también, la naturaleza del contexto en el que se halla inscrito.

La perspectiva descrita conecta con una sólida corriente de pensamiento derivada de la *Teoría de la comunicación*, centrada en los aspectos propios del lenguaje y su significado, así como de la capacidad interpretativa del ser humano. Así, los modelos a contemplar por nuestra investigación son aquellos que reúnen un enfoque semiótico, de decodificación del mensaje presente en los cromos, y un aspecto social que converge con el anterior. No en vano, el análisis de contenido ha sido puesto a prueba recurrentemente en los estudios que tienen como objeto a los medios de comunicación²¹, sobre todo, y más recientemente, los medios audiovisuales, siendo los espacios informativos y la publicidad quienes concentran una mayor atención por parte de estos. De hecho, durante la búsqueda de bibliografía y de investigaciones previas pertinentes para la elaboración de la presente, han destacado por su proximidad aquellas centradas en el mensaje publicitario (y persuasivo), y sus resultados conectan de manera sorprendente con lo que podemos deducir a priori del lenguaje empleado por los *scraps*.

5. Etapas del análisis de contenido²².

5.1 Análisis previo

El preanálisis se compone del conjunto de intuiciones del investigador, derivadas de su ámbito de conocimiento y especialización (en nuestro caso, la comunicación) y debe llevarse a cabo a través de una serie de procesos básicos:

²¹ RUIZ SANMIGUEL, Javier. *Imagen fija. Fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco (1978-1992)*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001

²² Según: CLEMENTE, Miguel; SANTALLA, Zuleyma. *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao: Deusto, 1991.

- Elección de los documentos que se van a analizar. Esta elección debe asegurar que el conjunto de los documentos analizados cumpla los criterios de *exhaustividad* y de *no selectividad*, de *representatividad*, de *homogeneidad*, y de *pertinencia*.
- Formulación de hipótesis y objetivos.
- Señalización de índices y elaboración de indicadores. Un índice suele referirse a la mención explícita de un tema en un mensaje, mientras que un indicador es, por ejemplo, la frecuencia con la que aparece en relación a otros.
- Preparación del material para su análisis.

5.2 La codificación.

Los datos brutos del mensaje han de transformarse, mediante reglas precisas, en datos susceptibles de estudio que serán distribuidos en categorías que, en nuestro caso, se corresponden con las variables seleccionadas y a las que aludíamos anteriormente en los apartados iniciales del capítulo y que detallaremos de manera precisa en el capítulo relativo a nuestro modelo de análisis de contenido. Dichas variables serán asignadas a las diferentes unidades de registro para que éstas sean clasificadas y evaluadas. La adecuada selección de las categorías con las que operemos es, probablemente, la etapa más determinante en el diseño de este tipo de investigación, y condiciona de manera decisiva el resultado de la misma, por lo que estas variables deben encajar a la perfección con el contenido de los ítems analizados y con la naturaleza de la hipótesis planteada. En cierto modo, cabe decir que las categorías son la representación empírica de las grandes preguntas a las que debemos someter nuestro objeto de estudio para entenderlo en toda su dimensión²³.

Así pues, al tratarse de una tarea delicada y por momentos compleja, por su repercusión sobre el éxito de la investigación, se hace necesario el recurso a *categorías generales*, inspiradas por el sentido común y los conocimientos especializados del investigador, y cuya aplicación sea operativa sobre otros problemas y otros soportes (en el caso que nos ocupa, la estampa, el grabado,

²³ THOM, René. *Parábolas y Catástrofes*. Barcelona: Tusquets, 1985.

el cartel, incluso la propia fotografía, entre otros). Estas categorías *generales*, además, resultan extremadamente útiles a la hora de realizar comparativas con estudios precedentes o posteriores relativos al mismo objeto de estudio u otros de naturaleza similar. No obstante, cabe reseñar que no existe un modelo teórico general que defina este tipo de variables y se adapte satisfactoriamente a las ciencias sociales en general, y a las ciencias de la comunicación en particular²⁴, por lo que en la práctica totalidad de los casos, el investigador debe, y así se ha hecho en la investigación que nos ocupa, elaborar su propio conjunto de variables en la convicción de que resultan pertinentes para su objeto de estudio.

La codificación del contenido en categorías, o variables, debe atender a criterios sólidos de naturaleza semántica, icónica, expresiva... Y nos obliga a identificar cuanto de común existe entre los ítems que vamos a someter a nuestro análisis. Esta categorización se lleva a cabo a través de un primer proceso, al que denominaremos *inventario*, y que implica el aislamiento de los diferentes rasgos de contenido; y una *clasificación* que los distribuya y organice los diferentes mensajes.

Según las características de nuestro objeto de estudio, puede resultar pertinente diseñar previamente el conjunto de variables para después organizar los ítems en torno a las mismas, o bien, como en nuestro caso, realizando una clasificación previa basada en nuestro conocimiento del objeto de estudio y de la cual podamos extraer después categorías significativas y pertinentes pues “*uno de los mejores medios de describir en un lenguaje cuantitativo los caracteres cualitativos de una situación consiste en clasificar los diferentes comportamientos observados en un cierto número de categorías distintas*”²⁵

Las categorías necesarias para este modelo de análisis deben de estar dotadas de *exclusión mutua*, *homogeneidad*, *pertinencia* (respecto al objeto de

²⁴ LÓPEZ-ARANGUREN, Eduardo. *El análisis de contenido*. En GARCÍA FERRANDO, Manuel; IBÁÑEZ, Jesús; ALVIRA, Francisco. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* Madrid: Alianza Universidad Textos, 1994

²⁵ ANGUERA, María Teresa. *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Madrid: Cátedra, 1989.

estudio y al modelo teórico escogido), *objetividad* y *productividad* (resultados interesantes y riqueza de matices en las conclusiones).

La extracción de variables para el análisis del cromo desde una perspectiva comunicacional, no ha estado exenta de dificultades. La manifiesta ausencia en buena parte de la muestra de indicadores relativos a la autoría creativa o material de los cromos, nos ha llevado a centrar nuestro análisis fundamentalmente en la forma y el contenido del mensaje, tal y como nos son revelados, sin perjuicio de su comparación con otras manifestaciones gráficas (grabados, litografías, xilografías) de autores anteriores o coetáneos que pudieron marcar pautas temáticas o estilísticas de los *scraps*.

Ha sido necesario, también, establecer una relación de temáticas generales para, precisamente, identificar de modo certero cuanto hay en ellos de común, revelando una personalidad propia y cronológicamente determinada. Una estética evolucionada que refuerza determinados usos sociales y morales, de manera fuertemente connotativa.

5.3 Inferencias.

La inferencia en el análisis de contenido es un procedimiento por el que se plantean conclusiones derivadas de los resultados obtenidos pero sin relación con el mensaje o la comunicación. Es decir, hablamos de deducciones pertinentes en la investigación que son extraídas interpretativamente por el investigador a partir de los datos que el estudio de variables arroja pero que en ningún caso proceden de manera directa de lo que se manifiesta en el mensaje de manera expresa. Son consecuencia de la intervención de los conocimientos del investigador, y su propia subjetividad, sobre el resultado cuantitativo y mensurable de la aplicación de nuestro cuadro de variables sobre el objeto de estudio; un puente entre los datos que se analizan y el objetivo que se persigue.

La pertinencia de las inferencias planteadas por el investigador, a menudo se justifica mediante la validez que las mismas hayan podido demostrar en

estudios precedentes, o bien, por capacidad de poner en relación los datos obtenidos con su contexto.

Habida cuenta de que dichas inferencias se encuentran inevitablemente condicionadas por la visión del investigador, y su interés por resultados concretos, se hace imprescindible establecer un marco referencial sólido que proporcione confianza en los resultados y que se adecue de manera impecable a la naturaleza de nuestro objeto de estudio. Este grado de confianza se encuentra directamente relacionado con la frecuencia de aparición de relaciones entre variables, lo que en última instancia nos va a permitir evaluar rigurosamente la pertinencia de nuestra hipótesis.

5.4 Interpretación de resultados.

A pesar de que, en principio, el análisis de contenido no ofrece diferencias significativas respecto a otros métodos de investigación social; someter a discusión la adopción de técnicas de análisis cuantitativo frente a las de carácter cualitativo se ha convertido en algo tradicional a la hora de abordar proyectos como el que nos ocupa. La objetividad de los datos estadísticos, a menudo entra en contradicción con la escasez de aportes significativos dado el carácter *evidente* de los resultados. Pero la complejidad y variedad de matices que permiten las técnicas cualitativas, son a veces puestas en cuestión por el condicionamiento que los objetivos y la hipótesis pueden ejercer sobre los resultados.

Es por esto que de un tiempo a esta parte, se están generalizando los proyectos de investigación social orientados al ámbito de la comunicación, y este no es una excepción, en los que sus autores optan por la aplicación de ambas técnicas de manera complementaria, de tal modo que las variables utilizadas son sometidas tanto al estudio de su frecuencia de aparición, como al control de la presencia o ausencia de determinados rasgos de contenido.

Se hace necesaria de este modo la extracción de tablas de resultados simples (frecuencias, porcentajes...) y cruzadas (correlación entre variables independientes del contenido y entre variables propias del mismo). Además, los estudios de esta naturaleza, con numerosas variables implicadas en el

análisis, requerirán, como veremos más adelante, de la agrupación de las mismas en unidades de contenido de mayor tamaño.

6. El análisis de contenido orientado a la imagen

Cuando sometemos una imagen a codificación, esta “*representa objetos, despierta vivencias, crea experiencias y asociaciones, y nos construye un mundo real o, a veces, producto de la fantasía*”²⁶. La capacidad de la imagen para desencadenar reacciones de carácter emocional es uno de los aspectos a los que aludiremos de manera recurrente a lo largo de nuestra investigación y podríamos decir que *permea* la práctica totalidad de la misma, desde sus objetivos, a sus conclusiones. Es en la fuerza de la imagen, precisamente, donde reside la eficacia de la mayor parte de los medios de comunicación de masas y, por lo tanto, tradicionalmente nos ha sido revelada como un extraordinario soporte para la persuasión y la difusión de ideas de todo tipo y signo.

Los tres aspectos desde el punto de vista comunicativo que definen a una imagen y que amparan eficazmente los criterios adoptados para nuestro análisis serían:²⁷ selección de la realidad, elementos conformadores y sintaxis, lo que conecta con el enfoque semiótico de Barthes²⁸ como criterio delimitador en el conjunto de sus rasgos de contenido. Tal y como ya hemos apuntado con anterioridad, tanto en este apartado dedicado a la metodología, como en la enumeración de objetivos precedente, se trata de un doble nivel de lectura de aplicación recurrentemente eficaz tanto en el ámbito de las ciencias de la comunicación, como en las disciplinas orientadas a la catalogación, clasificación y estudio en profundidad de documentación gráfica o visual²⁹:

²⁶ MARTÍNEZ RUIZ, Enrique; MAQUEDA ABREU, Consuelo. *La Historia y las Ciencias Humanas. Didáctica y técnicas de estudio*. Madrid: Istmo. 1989.

²⁷ VILLAFANE, J. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide, 1985.

²⁸ BARTHES, Roland. *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Ed., 1971.

²⁹ RUIZ SANMIGUEL, Javier. *Imagen fija. Fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco (1978-1992)*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001

1. Nivel *denotativo*: Alude a lo más evidente y reconocible en cualquier representación visual, lo patente. Hace alusión a aquellos elementos de la imagen responsables de que la percibamos como un reflejo fidedigno de la realidad, y encierra sus propios códigos de representación, basados en aspectos culturales y biológicos (naturaleza de la percepción humana). Desde una perspectiva semiótica, se corresponde con el concepto de *significante*.
2. Nivel *connotativo*: Alude a la naturaleza simbólica o alegórica de la imagen, a lo latente, y lo conecta con la subjetividad del espectador. Es el responsable de la representación de aspectos morales, sentimentales, ideológicos... de todo lo que subyace por debajo de lo estrictamente figurativo, por lo que su importancia en la decodificación del mensaje en los medios de comunicación de masas es más que determinante. Su estudio, como *significado* del mensaje que lo sustenta, no se limita a la interpretación de lo que la imagen sugiere, sino que se encuentra inexorablemente condicionado por el conocimiento que tengamos como investigadores del contexto³⁰ en el que en el mensaje se produce, así como de sus propios códigos culturales de representación.

Uno de los aspectos que convierten en interesante una investigación de las características de la que nos ocupa, es precisamente la imprecisión que reside en los aspectos connotativos de la imagen como soporte para los medios de comunicación de masas y en nuestro esfuerzo por revelarlos.

La proximidad de lo representado con lo bello, lo sagrado, lo afectivo... a menudo es una consecuencia directa de la eficacia de ambos niveles operando conjuntamente y conectando con la emotividad del espectador, revelándose como responsables de la capacidad de impacto y de pervivencia del mensaje en la memoria, algo de vital importancia en el ámbito de la comunicación (mediática o política) y de la publicidad.

³⁰ LASSWELL, Harold. *The Structure and Function of Communication in Society*. En: BRYSON, L. *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948

En definitiva, es el viaje del espectador hacia la comprensión global de ese mensaje lo que definirá el recorrido que, como investigadores, efectuaremos por todas y cada una de las variables que conforman dichos niveles en lo que a los *scraps* se refiere: la dimensión comunicativa del cromo procede de un marcado carácter denotativo como reflejo de la realidad, la proyecta hacia otros ámbitos de naturaleza subjetiva por medio de la connotación y, finalmente, conmueve al espectador, que adquiere o atesora el cromo, a través de su dimensión afectiva, persuasiva o estética.

PARTE I. EL CROMO

Capítulo 1.

DE LA IMAGEN MÁGICA A LA IMAGEN MÚLTIPLE

El *acto gráfico fundamental*, en palabras del Profesor Santos Zunzunegui³¹, a menudo es descrito como la visión de un hombre confrontado con su propia imagen reflejada en las aguas de un lago, el único habitante *inteligente* de la tierra se encontraría ante la repetición icónica de su propia figura en una especie de paradoja rica en consecuencias para su definición como ser social. También es posible que el hombre observase con asombro el trazo que su dedo dejaba sobre el barro o sus huellas sobre la arena. Se mostraba el movimiento de la mano de una forma estática, produciendo una grabación persistente de una manipulación. Un trazo marcando un canal o dejando unos depósitos. Algo nuestro, por fin, perdurable, ante la implacabilidad del tiempo y la muerte.

Es difícil imaginar el asombro de los hombres primitivos ante las imágenes que pintaban en las cuevas. Imágenes que ponían ante la vista de estos algo que no estaba allí, o que estaba y no estaba a la vez. El significado de la ausencia, la dialéctica entre la realidad y la apariencia, el símbolo y lo representado. La *imagen* surge con fuerza, como una forma mediatizada de la percepción.

Con anterioridad a que determinadas culturas pusieran a punto medios de transcripción gráfica de los sonidos (representación fonética) la secuencia cronológica de dibujos era la única opción conocida para la descripción de acontecimientos. Relatos contruidos a partir de pictogramas e ideogramas.

Desde hace 40.000 años el hombre ha producido imágenes como instrumento mágico o religioso, como medio de información y conocimiento y/o como fuente de satisfacción personal y expresión de su creatividad.

³¹ ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid: Ed. Cátedra / UPV, 1992.

Toda imagen es un artificio, una construcción simbólica, bidimensional o tridimensional, que representa algo (percepciones visuales, ideas), mediante procedimientos técnicos diversos (líneas, colores, tramas de puntos, etc.). Así, por su modo de producción, las imágenes pueden ser quirográficas (de producción manual) o tecnográficas (producidas mediante algún mecanismo).

Las imágenes arcaicas con finalidad mágica funcionaban por la delgada frontera entre la representación y la realidad, entre significante y referente, como ocurre en la manipulación de las imágenes en el ritual vudú. Este carácter mágico que asociamos a las imágenes perdura hasta nuestros días pese al preciso conocimiento que la sociedad tiene respecto a su carácter imitativo y a los procedimientos técnicos para su obtención: besamos fotografías, rezamos a estampas, seguimos banderas, honramos escudos, adquirimos una marca...

Durante milenios, poseer y dominar la imagen implicaba la posibilidad de intervenir activamente en los acontecimientos cósmicos y sociales. La imagen era pues muy importante y la capacidad para engendrarla y manipularla muy apreciada, en paralelo a su limitada presencia en la vida diaria de las personas.

En Occidente, la Iglesia medieval detentó, durante siglos, la gestión de la cultura y del poder icónico, después de haber superado las querellas teológicas derivadas de la iconoclastia, de quienes veían en la veneración de las imágenes una forma de idolatría, de culto a un trozo de madera o de tela pintada. Pero desde el Renacimiento este monopolio eclesiástico se quebró, se expandieron en el Arte los temas profanos y se aceleró el proceso de apropiación privada de las imágenes en la sociedad laica, aunque la capacidad de apropiación estuvo estrechamente vinculada a la estratificación y a la jerarquía social.

El activo comercio en Europa y la cuenca del Mediterráneo en el Renacimiento propició el traslado de imágenes entre diversas culturas, produciendo fenómenos de contaminación, evolución, etc. Esta movilidad artística se acrecentó con el paso de la pintura mural al fresco a la pintura sobre tabla y sobre lienzo, que permitían su fácil transporte y que además incrementaron la densidad icónica en el tejido social, es decir, el número de imágenes en el seno de la sociedad. Otro vehículo de imágenes transportables se halló, desde la Edad Media, en los libros ilustrados, los libros *pregutenberg* iluminados a mano en los monasterios, obra paciente de los iluminadores y de los miniaturistas,

quienes con sus imágenes completaban la labor escritural de los copistas. Resulta particularmente significativo como ejemplo el de los denominados *Libros de Horas* (Img. 1), las oraciones que contenían debían ser leídas a determinadas horas del día y sus imágenes eran ya obra de iluminadores seculares.



Img. 1: *Libro de Horas de Doña María de Navarra*. Ferrer Bassa. 1342

Estos libros se copiaban hasta constituir ediciones reducidas, pero su técnica artesanal hacía que cada una de sus imágenes fuese, a pesar de la voluntad serializadora, una imagen única, de modo que seguían poseyendo el *aura* con la que Walter Benjamin³² caracterizó a los productos artísticos definidos por su unicidad, anteriores a la etapa de la reproducción técnica; posteriormente, según Benjamin, la imagen pierde su valor cultural y se convierte en mercancía. Con la aparición de la imagen impresa lo único se hará múltiple, por procedimientos de reproducción mecánica, lo que potenciará su circulación y difusión social e incrementará la densificación icónica de la sociedad.

Desde 1871 la Tercera República francesa inicia la puesta a punto de un sistema coherente de educación nacional. Se reconoce la obligación estatal de asumir la enseñanza y escolarización de todos los niños del país, que sería gratuita, laica y obligatoria. Pero Francia no está sola en estas disposiciones; semejantes medidas en Alemania, Inglaterra y otros países europeos. Va

³² BENJAMIN, Walter. Traducción de Jesús Aguirre. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936). Madrid: Ed. Taurus, 1973.

desapareciendo el analfabetismo y por primera vez en la Historia, el acceso a los bienes de la cultura impresa empieza a ser patrimonio común, no exclusivo de las clases dominantes o de sus servidores. Dada la estrecha alianza que a lo largo del siglo XIX forjan la letra impresa y la imagen icónica, la difusión y el conocimiento de la primera favorecen también una extensión desusada de la segunda. Ciertamente que en estos años clave se empieza a forjar una cultura visual que muchos, en una visión bastante superficial, consideran antagónica de la cultura literaria; la aparición pública del cartel, de los cómics y del cine propiciaba un modo diferente de acercamiento al concepto y al relato, distinto del que parecía exigir la letra impresa. Pero no es menos cierto que estos medios icónicos basaban buena parte de su comprensión masiva en el conocimiento extendido de los principios de la lectura alfabética (bocadillos y cartuchos de los cómics, textos en los carteles e incorporados al cine mudo...). Además, la carga de connotaciones literarias que en estos años asume la imagen no es escasa, por lo que el periodo que ahora contemplamos puede considerarse el germen inmediato de la fusión icónico-verbal que define en nuestros días a la cultura de masas.

La cuestión del *aura*, el *kitsch*³³ o el denominado *vintage*³⁴. Planteada la cuestión radicalmente parecería existir una oposición entre lo aristocrático genuino, producto caracterizado por la unicidad y el aura de Benjamin y las ventajas sociales de la difusión y multiplicación cultural que la tecnología ha hecho posibles. Para enfocar correctamente esta cuestión hay que recordar que en los medios de masas no hay propiamente un original, ya que sus matrices son meramente instrumentales y se fabrican sólo para reproducir copias idénticas, como ocurre con el negativo en la fotografía y el cine o con la lámina dibujada

³³ Imitación estilística de formas de un pasado histórico prestigioso o de formas y productos característicos de la alta cultura moderna, ya socialmente aceptados y estéticamente consumidos. Su esencia reside en su formalismo efectista y en su inautenticidad.

³⁴ El *vintage* es una manifestación de la cultura posmoderna. Es producto de la pérdida de fe en el progreso y el desencanto del motor de la innovación propia de la modernidad. Así, en vez de mirar al futuro, se recurre con nostalgia a elementos de eras pasadas, pero carentes de significado original. De esta manera, la moda se sirve del pasado por motivos meramente estéticos, donde se mezclan elementos de distintas épocas y lugares, descontextualizados de su función y razón original.

de los cómics. El problema debe afrontarse examinando las peculiaridades técnicas de cada medio y teniendo presente que los productos de los nuevos medios multiplicadores de la sociedad industrial (el cartel, el cómic, el cine) no pueden ser juzgados con las mismas premisas acuñadas para juzgar medios artesanales como la pintura o la escultura, caracterizados por su unicidad y por su destino social inherente a esa unicidad. Los nuevos medios han creado nuevos lenguajes, o nuevos dialectos de lenguajes artísticos tradicionales, con su propia especificidad estética.

Capítulo 2

LAS TÉCNICAS DE REPRODUCCIÓN DE IMÁGENES

2.1 Introducción.

Se puede entender que el cromo, creado y nacido como simple herramienta de reproducción mecánica, no deja de estar vinculado a un ejercicio de creatividad que cuenta con múltiples combinaciones narrativas, iconográficas y estructurales, apropiándose del paisaje, de la fabulación histórica..., las interpreta, las describe y sabe ofrecerlas a continuación al diseñador que multiplicará las copias mediante la imitación mecánica. Se llega así a una especie de rivalidad en la creación visual donde debemos tener en cuenta la creatividad del artista (creador) que propone al diseñador que transcribe la obra con novedad y artificio integrando la tecnología para democratizar el acceso a un arte de mayor calidad a todos los niveles. Será la tecnología la que lo hará más barato, más rápido o más seriado: es decir, el arte asumirá la condición cultural que pueda tener la tecnología que hará posible la sintonía con la realidad, aunque nos parezcan imágenes múltiples proyectadas a un mundo ideal o utópico para aquellas generaciones que participaban de los cromos. Será la tecnología la que favorezca una nueva estética incluso en su sentido filosófico o moral. Pero si, al contrario, enmarcamos el cromo como producto subcultural, tendremos que valorarlo, contribuir a darle su propio perfil expresivo, su identidad como medio de expresión y colocarlo en un proceso de revisión de conceptos como:

- Su originalidad como obra plástica.
- Su ingenio, aún carente de la agudeza de las *artes mayores*.
- Su unicidad en tanto creación gráfica, a pesar de su carácter repetitivo.
- Sus sistemas de reproducción mecánica y acabado de producto final.

Respecto a la veracidad o falsedad de la representación visual, en gran medida la imagen que nos proyecta el cromo está determinada por la técnica empleada.

Queremos decir que la multitud de puntos que configuran la litografía no excluye la permanencia del dibujo que subyace en el diseño de cada figura que nos aporta cada cromó. Tengamos en cuenta que en el cromó no se rompe con el concepto del dibujo que hasta la llegada de Goya o Delacroix, y especialmente en el Renacimiento, era una manera de permanencia de los valores clásicos, del mismo modo que la sociedad decimonónica intentaba someter la realidad a los principios de la medida y el equilibrio.

2.2 La xilografía

Es la técnica de grabar imágenes, imprimiéndolas mediante planchas o tacos de madera. Técnica conocida en China desde el siglo VI y en que Europa se desarrolló en los talleres de pintores y tallistas, desde principios del siglo XIV para imprimir hojas sueltas con temas devotos y naipes. Consistía en la realización del dibujo de la obra que se quería grabar y su posterior calcado sobre el taco o plancha de madera, para tallar sus líneas a continuación, con un cuchillo o buril, vaciando de madera los blancos y dejando en relieve los negros, pues estas superficies salientes eran luego entintadas, para proceder a su estampación. Posteriormente la xilografía se aplicó a libros impresos con tipos móviles, un nuevo soporte cultural que se implantó en Europa desde la aparición de la *Biblia* de Gutenberg (1455) aunque su progreso fue moderado, en una sociedad mayoritariamente analfabeta; la tirada media de las ediciones no superó los mil ejemplares hasta mediados del siglo XVI. El libro con ilustraciones xilográficas más antiguo es el alemán *Edelstein*³⁵ (*Piedra preciosa*) de 1461. El género que más provecho obtuvo fue la *Biblia pauperum* (*Biblia de los pobres*) empleada en la predicación y que por estar dirigida a las masas analfabetas otorgaba gran protagonismo a las ilustraciones. De esta función deriva la expresión todavía hoy utilizada de *mirar santos*, aunque las imágenes de los libros ya no sean sólo religiosas. La xilografía atrajo también a grandes artistas y en 1498 apareció en Nuremberg el *Apocalipsis* de Alberto Durero (Img. 2).

³⁵FEBVRE, Lucien y MARTIN, Henri-Jean. *La aparición del libro*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, 2005.



Img. 2: *El Apocalipsis*. Xilografía de Alberto Durero. 1498.

La xilografía, con su producción seriada de imágenes iguales, por ser repetibles mecánicamente, no sólo estuvo al servicio de la función evangelizadora y de la función estética. Sirvió también desde fecha temprana a la difusión del conocimiento científico y técnico, desde la botánica a la ingeniería o la arquitectura. Así, cuando Bernhard von Breydenbach peregrinó a Palestina, llevó consigo al artista Erhard Reuwich³⁶ en funciones de *reportero gráfico*, cuyos dibujos fueron luego impresos en madera en *Peregrinationes in Terram Sanctam*³⁷ (Img. 3), obra publicada en Magunzia en 1486 y convertida pronto en manual de geografía y guía para viajeros.

³⁶ Erhard Reuwich fue un artista holandés, diseñador de xilografías e impresor, que venía de Utrecht, pero luego trabajó en Mainz. Su fecha y lugar de nacimiento y la muerte son desconocidas, pero su vida profesional y artística tuvo lugar en la década de 1480. Fuente: http://en.wikipedia.org/wiki/Erhard_Reuwich.

³⁷ BREYDENBACH, Bernhard von. *Peregrinatio in Terram Sanctam*. Zaragoza: Pablo Hurus, 1498



Img. 3: Vista de Jerusalén desde la costa de Jaffa³⁸.

2.3 El grabado

A fines del XV la xilografía declina y es sustituida por planchas de bronce y sobre todo de cobre que empiezan a utilizarse en los talleres de los orfebres. La superficie blanda y pulimentada del metal es grabada con la punta cortante del buril metálico y sus huecos entintados, en oposición a la xilografía, en la que se entintan los relieves. La maleabilidad del cobre permitía trazar detalles pequeños y, sobre todo, producir tramas con líneas finas paralelas con el fin de obtener semitonos continuos de diferente intensidad. La mayor resistencia del metal permitía hacer mayores tiradas. El más antiguo grabado sobre metal es la *Flagelación* de Berlín de 1466.

La resistencia de estos soportes metálicos redundó en un enorme incremento de la productividad, así como de la difusión de obras de arte *únicas*, en el sentido aportado por Benjamin (ver cáp. 1), ya que solía utilizarse el trabajo de técnicos grabadores para que copiasen con el punzón la imagen original del artista.

A fines del XVI apareció en los talleres de los armeros el *aguafuerte*, una técnica de grabado que se obtenía tratando las partes de la plancha de cobre no protegidas por un barniz previo, trazadas por el buril del grabador, con agua fuerte, es decir, una solución de ácido nítrico en agua que corroe el metal,

³⁸ Xilographía de Erhard Reuwich en BREYDENBACH, Bernhard von. *Peregrinatio in Terram Sanctam*. Zaragoza: Pablo Hurus, 1498

creando huecos que se entintan. *Rembrandt* (1609-1669) se revelaría entonces como uno de los grandes artistas del aguafuerte (Img. 4).



Img. 4: *Fausto*. Aguafuerte de Rembrandt van Rijn. 1652

2.4 La mecanización de la imagen.

La Revolución Industrial aportó la mecanización de las técnicas de impresión, accionadas por la máquina de vapor, incrementando con ello espectacularmente la magnitud de las tiradas de los textos e imágenes impresas, que se beneficiaron también de la aparición del ferrocarril para alcanzar una difusión nunca antes vista. Dicha proliferación, redundó en una lógica desacralización de la imagen, que empezó a convertirse en un objeto cada vez más asequible, familiar y cotidiano. Y también empezó a plantear el dilema estético entre calidad y cantidad, atribuyéndose generalmente a las imágenes únicas y minoritarias una superior calidad estética y a las imágenes de mayor difusión una condición cualitativa inferior.

Uno de los vehículos responsables de la aceleración en la producción de imágenes impresas fue la prensa ilustrada, que se expandió espectacularmente en el siglo XIX: *New York Mirror* (1823), los británicos *Penny Magazine* (1832) y *The Illustrated London News* (1842), la publicación francesa *L'Illustration* (1843) y la alemana *Illustrierte Zeitung* (1843), etc.

Entre los nuevos géneros icónicos que demostrarían mayor vitalidad en estos medios figura la caricatura, invento italiano, desarrollada sobre todo con fines

satíricos, moralistas o políticos por los británicos William Hogarth, James Gillroy y Thomas Rowlandson (Img. 5).



Img. 5: *El dentista francés*. Caricatura de Thomas Rowlandson (1756-1827)

Durante el siglo XVIII, los periódicos emplearon con profusión una serie de pequeñas imágenes de múltiple utilización, llamadas *recursos*. Servían para orientar al lector sobre el contenido de las informaciones y de la publicidad: un grabado con una esfera de un reloj se utilizaba para identificar el anuncio de un relojero, hoces y guadañas para una ferretería, un negro corriendo para comunicar la huida de un esclavo... La asociación texto-imagen empezaba a crear estereotipos de significación codificada, susceptibles de utilizarse posteriormente como los elementos mínimos de un metalenguaje icónico. Son importantes no por su calidad estética ni por la información que suministraban, sino porque introducían el factor redundante en el ámbito del consumidor privado de imágenes.

Una nueva técnica que contribuyó enormemente a la expansión y diversificación icónica fue la litografía³⁹, inventada en 1796 por Aloys Senefelder⁴⁰. Usaba como plancha de impresión una piedra caliza húmeda y una tinta grasa compuesta por cera, jabón y negro de humo, para trazar las líneas directamente sobre la piedra. Luego se cubría con tinta de imprimir, que sólo embebía aquellas partes.

³⁹ MELOT, Michel. *Breve historia de la imagen*. Madrid: Siruela, 2010.

⁴⁰ Johann Aloys Senefelder (6 de noviembre de 1771, Praga - 26 de febrero de 1834, Múnich). Inventor alemán.

Aportó varias ventajas técnicas: ofreció al artista la posibilidad de dibujar directamente con lápiz graso sobre la piedra, evitando así su dependencia del grabador; permitía la impresión de colores y su lápiz graso, de trazo más grueso y tonalidad más cálida que el buril, aportó una mayor emotividad a las imágenes impresas. Se introdujo en Inglaterra en 1798, para extenderse después por el continente y a España en 1819. Estuvo en el origen de las primeras experiencias fotográficas de Niepce⁴¹ y en la base de la industria cartelística, además de potenciar considerablemente el libro y la prensa ilustrada.

Muchos artistas cultivaron la litografía: Ingres, Géricault, Delacroix, Millet, Corot, Manet, Degas, Goya (serie sobre temas taurinos). Goya cultivó también la aguatinta (Img. 6), una técnica derivada del aguafuerte en la que la plancha se cubre con resina y se calienta, de modo que la resina queda adherida formando granos. Luego se dibuja sobre la plancha con un pincel mojado en una tinta especial la imagen que se quiere reproducir y el posterior baño de aguafuerte actúa sobre la superficie tratada. Con esta técnica ejecutó sus famosos *Caprichos* (1792-99).



Img. 6: *El coloso*. Francisco de Goya y Lucientes. Aguatinta Bruñida (1808-1818).

⁴¹ Joseph-Nicéphore Niépce (Chalon-sur-Saône, Borgoña, 7 de marzo de 1765 - Saint-Loup-de-Vareannes, 5 de julio de 1833) fue un terrateniente francés, químico, litógrafo y científico aficionado que inventó, junto a Daguerre, la fotografía.

2.5 El cromo y la litografía

La técnica litográfica (ver cuadro 1), sin la que, en principio, hubiera sido imposible la proliferación de los cromos, ha cambiado muy poco desde entonces. La vasta mayoría de cromos han sido impresos usando técnicas litográficas. Las piedras litográficas eran originalmente excesivamente pesadas y difíciles de trabajar. La incapacidad de utilizar el principio de la rotativa, por ser su uso muy limitado en la industria, hizo que no fuera hasta la invención de la placa litográfica de acero que la producción de cromos fuera viable a gran escala.

Cuadro 1:

La transferencia litográfica

En litografía es fácil preparar piedras idénticas a partir de una piedra preparada. Esta manera de obtener un duplicado de una piedra original se llama transferencia litográfica de una piedra a otra. Reiterando esta técnica se puede obtener un número casi ilimitado de impresos a partir de una piedra original. A veces se hacen varias copias de una piedra pequeña sobre una misma piedra de gran tamaño.

A partir de la piedra original se imprime una prueba sobre un tipo de papel preparado especialmente, muy parecido al papel autográfico, con una tinta grasa especial. Sobre la piedra receptora mojada se disponen las copias con el dibujo hacia abajo, y se hace pasar al conjunto varias veces por la prensa, aumentando la presión a cada pasada. Luego el papel se va mojando hasta desprenderse fácilmente de la piedra sobre la que se habrá quedado adherida la tinta grasa del dibujo. Esta piedra ya está a punto de ser preparada como una piedra litográfica corriente preparada a la pluma o al lápiz litográfico.

Curiosamente la transferencia litográfica ya en la primera mitad del siglo XIX permitió ampliar y reducir los impresos. Incluso era posible estirarlos sólo en una dirección como ahora se puede hacer sencillamente con los modernos programas de retoque fotográfico. Para obtener una ampliación de un dibujo en una piedra litográfica se disponía de una mantilla de goma extensible tensada en un marco especial mediante muelles. Luego la mantilla se tensaba hasta obtener el tamaño de la imagen deseado. Finalmente se efectuaba la transmisión sobre la piedra nueva. Para obtener una reducción se hacía la transferencia sobre una mantilla ya estirada. Luego se destensaba la mantilla antes de transferir el dibujo sobre la piedra.

Fuente: José Balbino González (s.f.). Recuperado el 27 de Abril de 2010, de <http://es.slideshare.net/>

Con las láminas de placas de acero se favoreció el método de producción con correas movidas por vapor a presión. Este cambio, obviamente, aceleró la

aparición de cromos más asequibles y populares. Esta puntualización ya fue hecha por Gleeson White en un artículo de la publicación de *The Studio*⁴² de 1894 en el número especial de navidad:

“Estos dispositivos de recorte estaban preparados para funcionar a un coste de cuatro chelines por mil pliegos, la mano de obra alrededor de quince chelines a la semana, hasta Alemania se enviaron imitaciones de producción más baratas a un dieciseisavo del coste. Thierry de la calle Fleet, conocido como el padre del negocio de la tarjeta de navidad, fue sin duda el primero en introducir los elaborados cromos en relieve que después venían en carros de carga. En aquel momento, costaban ochenta chelines por cada cien pliegos; ahora su coste ha caído hasta un chelín por cada cien para grandes cantidades. Cuando uno recuerda que al principio y durante muchos años después, una gran mayoría de las tarjetas (de navidad, las cuales ayudaron a extender la moda) fueron confeccionadas por cromolitógrafos extranjeros, incluso por firmas de alto nivel como Marcus Ward, consideramos que esta importación de relieves grabados extranjeros tiene lugar como un importante factor comercial en el crecimiento de la industria”.

Las litografías en negro monocromáticas fueron producidas durante varias décadas y cuando se requería el color, éste se aplicaba a mano. Se hicieron experimentos de impresión en color y hacia la mitad del siglo XIX, el método conocido como *cromolitografía* fue establecido. El proceso fue inventado en 1837 por Godefroye Engelmann⁴³. La imagen coloreada a imprimir era separada en sus colores primarios, y el número necesario de planchas se preparaban en

⁴² WHITE, Gleeson Ed. *The Studio. An Illustrated Magazine of Fine and Applied Art. Vol I. N°3*. Londres: 1894

⁴³ Godefroy Engelmann (1788-1839) nace en Mulhouse, república libre alemana asociada a la Confederación Suiza, En el verano de 1814 viajó a Munich, Alemania para estudiar la litografía y al año siguiente funda La Sociéte Lithotypique de Mulhouse. En junio de 1816 abre un taller en París.

Fuente: Engelmann. (s.f.). Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de <http://www.jaberni-coleccionismo-vitolas.com/>

función del número de colores a imprimir (los cuales podían ser veinte o más para una litografía de alta calidad).

Después de imprimir el cromo, los pliegos pasaban por dos procesos distintos. El primero, el repujado, daba a los pliegos el alzado de apariencia tridimensional y superficie multilabrada. Las primeras máquinas que desempeñaban esta función fueron las *prensas c* (pendulares), por ejemplo, las prensas *counter balanced*, que estampaban el reverso del original encogiendo el papel ligeramente. Las primeras máquinas que eran manejadas manualmente fueron más tarde modificadas por modelos a vapor que se las arreglaban con un volumen mayor de trabajo de manera más eficiente. Todas ellas fueron acogidas con los brazos abiertos por los principales fabricantes para mejorar su rendimiento.

Los pliegos de cromos eran cubiertos por gelatina y película de goma antes de ser llevados a la máquina de repujado (o relieve). Esto permitía al papel encoger sin que se agrietara la tinta de impresión, y daba al producto acabado un brillo satinado, de ahí el término alemán *Glanz Bilder* (Imágenes satinadas).

A partir de la máquina de relieve, el pliego satinado y grabado era transferido a un segundo proceso, la prensa perforadora / estampadora, donde una troqueladora como las descritas por Gleeson White⁴⁴ era usada para recortar todas las zonas de papel sobrante del diseño que había sido impreso dejando las imágenes unidas por pequeños escalones en donde se grababa el nombre de la empresa fabricante.

La mayoría de las máquinas perforadoras / estampadoras eran, también de tipo basculante y se manejaban con pedales (a la manera de las tradicionales máquinas de coser). Se manejaban individualmente y los primeros modelos no eran capaces de eliminar totalmente el papel sobrante. Las cuchillas de acero subían y bajaban sobre una placa de latón; los pliegos eran entonces retirados, pasando a los trabajadores manuales, para ser golpeados hasta asegurar que el exceso de papel era eliminado y que el cromo acabado tenía un contorno limpio. Los editores, a veces, diseñaban pliegos de modo que se minimizara el importe

⁴⁴ WHITE, Gleeson Ed. *The Studio. An Illustrated Magazine of Fine and Applied Art. Vol I. N°3*. Londres: 1894

de la mano de obra. Las planchas de Raphael Tuck & Sons⁴⁵ muestran un óptimo uso del espacio y requerían un corte mínimo. Las escenas para camafeos y retratos de Albrecht and Meister⁴⁶, aunque de formato repetitivo y regular, se hicieron de manera más compleja para la cortadora (Imgs. 7, 8 y 9).

El más complejo y elaborado empleo de la estampación, se puede observar en los pliegos florales.

Después del proceso de repujado e impresión, los cromos eran separados en lotes de 1000 pliegos para su distribución comercial. Se vendían a tantos peniques por 1000 pliegos en función del grado de complejidad que suponía en el diseño la impresión y la manufactura. Los pliegos más caros de cromos eran aquellos terminados con pan de oro. Albrecht and Meister produjeron algunos de los más hermosos pliegos dorados. El proceso de dorado aumentaba substancialmente el precio de venta del cromo.



Img. 7: Camafeos *Ladies of Fashion*. Publicado por Albrecht and Meister. Diseño 20379.

⁴⁵ Raphael Tuck & Sons fue la editorial de cromos más longeva en el Reino Unido (1866-1987). Conocido por su extensa serie de postales de arte, cromos y tarjetas de Navidad.

⁴⁶ Impresores Alemanes. Compañía fundada en Berlín en 1869.



Img. 8: *Mezcla de helechos*. Raphael Tuck & Sons Ltd, Cromo gigante n° 515

La técnica del dorado era llevada a cabo entre el repujado y el proceso de recorte o troquel. Un pliego de pan de oro era colocado sobre el anverso del cromo. Usando latón caliente el lacado del cromo se fundía con el pan de oro sobre el relieve.



Img. 9: *Niños y niñas con instrumentos musicales*. Publicado por Albrecht and Meister.

Diseño 7148.

El sistema de cromolitografía de aquellos tiempos permitió imprimir cromos, estampas, carteles y postales y era la única técnica capaz de imprimir una imagen en color a un precio aceptable. Claro que no siempre la imagen obtenida era perfecta. A veces el color de una tinta se corría y salía del registro de una boca o de una mano, pero incluso esta característica se convierte en el sello propio de las imágenes litografiadas del siglo XIX no impidiendo este defecto continuar reproduciéndose en el siglo siguiente. En el caso del cromo se recurría además al preestampado y al repujado, consiguiéndose un escaso relieve sobre el plano al tiempo que una aceptable delimitación de los volúmenes de las figuras y el recorte minucioso exterior.

A través de los cromos surgidos en aquella Belle Époque vemos también desfilar las diferentes etapas creativas del arte pictórico o del dibujo, que van desde el modernista hasta el más realista. Muchas de las creaciones gráficas de Toulouse-Lautrec, Steinlen, Kirchner, Mucha o Hacques Villon fueron reproducidas primero en cromos y más tarde en cajas de cerillas a principios del siglo XX.

En el primer cuarto del siglo XX se ponen de moda los cromos idílicos con escenas campestres, mamás con niños, bellas adolescentes de salón o novios de tierna mirada. El espíritu pedagógico que acompañó a los primeros tiempos del cromo se fue perdiendo al editarse bonitos cromos y postales en las que imperaba lo vano y almibarado. Pero nada cambia o surge de pronto. Esta evolución ya estaba implícita en la última década del siglo anterior.

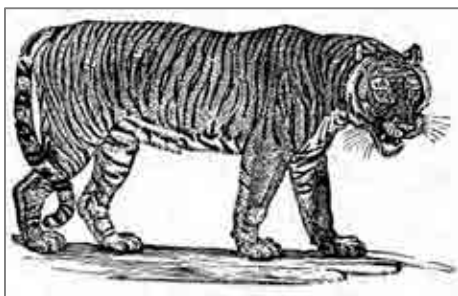
La estampación y la cromolitografía acabaron ampliamente sobrepasados por las técnicas fotolitográficas. Desaparecida la figura del maestro artesano de la piedra litográfica, que minuciosamente cortaba dibujos para cada uno de los colores, los modernos avances tecnológicos en la impresión y en la industria del papel (cuatricomía, offset, rotativas, imagen digital...) acabaron por elaborar un producto a mucha distancia de aquellos cromos litográficos en lo que a calidad artística, manufactura y acabado se refiere.

Consideramos que toda civilización, etapa cultural e incluso estilo artístico intenta perdurar en la forma o en sus valores, que se irán diluyendo y que irán

ocupando un lugar secundario lejos de la preeminencia que en su época tuvieron, convirtiéndose en muestras anacrónicas, casi siempre vacías de contenido. Es simplemente una ley histórica que todo cambia cuando hay un fenómeno más general o universal o decisivo que arrasará con todo. El cromo, su significado y función entrará en crisis a partir de la 1ª Guerra Mundial.

2.6 Otros procedimientos.

En el siglo XIX se produjo una espectacular recuperación de la xilografía, gracias al inglés Thomas Bewick⁴⁷ (Img. 10) quien la perfeccionó con el uso de maderas duras; grabados en madera de corte transversal.



Img. 10: *The Tiger*. Thomas Bewick. Xilografía.

Se extienden otras técnicas como la zincografía, la utilización de planchas de acero para producir billetes de banco, papel oficial, etc. A ello se unió la progresión de múltiples procedimientos y mejoras en el ámbito de la impresión periodística.

Con todas estas técnicas, que se expandieron paralelamente a la Revolución Industrial y a las reivindicaciones sociales de las clases populares, se incrementó espectacularmente la densificación icónica en la nueva sociedad de

⁴⁷ Thomas Bewick (agosto de 1753 - 8 de noviembre de 1828) fue un ornitólogo y grabador en madera inglés. El trabajo de Bewick se considera la cima de su campo. Es posible que debido a sus métodos, Bewick, a diferencia de sus antecesores, fuera capaz de tallar maderas más duras usando herramientas más finas destinadas en parte a la grabación en metal.

masas, que contribuyó a su vez a una democratización cultural. Cada vez más personas podían disfrutar de la información y el placer aportado por las imágenes reproducidas de modo seriado en los periódicos, revistas, libros, carteles o láminas. Pero también un creciente número de personas podían acceder a la producción de tecnografías gracias a procedimientos relativamente asequibles como la litografía y luego la cámara fotográfica. De modo que la densificación icónica en aquella sociedad resultó inseparable de los procesos de desarrollo productivo, de los avances técnicos, de la expansión de los medios de transporte, de las reivindicaciones sociales y de la progresiva democratización de las formaciones sociales. Así pues, a lo largo del siglo XIX, se pusieron los fundamentos técnicos y sociales de lo que serían la cultura de masas y las industrias culturales de nuestra época.

Capítulo 3

LOS USOS DEL CROMO

Durante el siglo XIX los impresores de relieves troquelados exploraron vigorosamente nuevos mercados y puntos de venta para sus productos, y los cromos alcanzaron su esplendor en lo que a ingenio y diversidad de usos se refiere, desde las denominadas *confirmation wafers* (galletas de confirmación) a un intensivo empleo como apoyo educativo.

En Alemania, la industria panadera usaba pequeños relieves impresos para la decoración de estas galletas u *oblaten*, tal y como eran denominadas allí (Img. 11). El nombre se conservó como un término general para los relieves repujados en Alemania, y fue la primera aplicación significativa de las pequeñas litografías troqueladas. Desde este temprano comienzo, los reposteros alemanes usaron impresiones tintadas en sus galletas y pasteles para las fiestas tradicionales de cada estación y la gente comenzó a coleccionarlas. El mercado de la pastelería necesitaba de una gran variedad de decoraciones, por lo que las firmas de impresión fueron obligadas a extender su gama desde lo religioso a lo festivo para dar abasto a la demanda de pasteles conmemorativos en casi todas las celebraciones tradicionales (Pascua, Semana Santa, Navidad...). Estos primitivos lemas e ilustraciones eran frecuentemente coloreados a mano, con tonos específicos para cada sacramento religioso: galletas y pasteles destinados a la confirmación, el bautismo, las bodas y los funerales. Los motivos habituales eran acabados en oro o en plata: ángeles con trompetas, crucifijos, campanas o simples tiras en relieve en el borde. Existen hermosos ejemplos de este material a encontrar entre los anticuarios y casas de subasta, producidos por la famosa firma alemana de *Littauer y Boysen*⁴⁸.

⁴⁸ Impresores y editores de cromos en Alemania desde 1882 a 1936.

Fuente: Littauer y Boysen. (s.f.) Recuperado el 3 de Septiembre de 2010, de <http://www.tpa-project.info>



Img. 11: *Glanzbilder* decorativos de Oblaten.

Los impresores alemanes también proveían de hermosas decoraciones para pasteles y galletas de navidad, una costumbre que aún perduran hoy día con las galletas *Lebküchen*, y el tradicional pan de jengibre o *father Christmas* (Papá Noel) que se sirve en la fiesta de san Nicolás, el 6 de diciembre. Las figuras del *father Christmas* eran unas de las grandes favoritas de los niños y aún hoy día se producen industrialmente para la venta, durante el mes de diciembre, por la vieja firma repostera alemana de K.E. Becker. El pan de jengibre es estampado con una simple pero reconocible forma de Papá Noel. Cada uno es envasado al vacío con un cromo a cuerpo entero insertado en la cara de la galleta. Estas figuras de papá Noel pueden comprarse todavía, no sólo en Alemania, sino en Londres en noviembre y diciembre especialmente importadas desde el país germano y vendidas en el *German Food Centre* y otras tiendas.

A lo largo de toda Europa, los temas navideños fueron siempre muy populares, naturalmente, los troquelados de Papá Noel eran los más demandados y solían contener hermosas escenas invernales con ángeles y figuras de San Nicolás despachando regalos desde un desbordante calcetín o media. Otras figuras navideñas eran todas cálidamente ataviadas con espesos abrigos, bufandas, pañuelos, polainas y botas; con una espesa capa de nieve sobre la tierra. Estos cromos de navidad eran usados frecuentemente como decoración adicional para el hogar durante la temporada festiva. Muchos tenían un encanto adicional debido a la escarcha de mica que se espolvoreaba sobre ellos, dando una

sensación de nieve centelleante. La mica (silicato de aluminio) era espolvoreada sobre zonas engomadas de manera predeterminada en las figuras de los personajes retratados. Cuando la goma se secaba, las motas de mica se depositaban juntas y eran así sostenidas juntas en la cara impresa del cromo. Los sentimentales cromos navideños, daban una buena idea del estilo y el carácter del material gráfico disponible durante las temporadas festivas de la era victoriana. En Alemania, otra imagen tradicional de navidad era la de la casa de *Hansel y Gretel* (Img. 12), la cual se compraba decorada con galletas *lebküchen* y una gran variedad de cromos festivos multicolores.



Img. 12: Cromos navideños decorativos de *Hansel y Gretel*.

Otra tradición navideña es la los calcetines rellenos de regalos. Un gran número de calcetines de navidad producidos en masa se vendían en el Reino Unido durante los años 30 y 40. Tenían un cromo de papá Noel a todo color sobre la parte exterior del calcetín mostrando su rostro jovial; visibles a través de la malla de algodón del propio calcetín estaban los juguetes –probablemente un tebeo, una selección de chistes y una caja de cartón conteniendo trucos mágicos. Incluso la caja era decorada probablemente con una figura completa en relieve de *Mamelok*⁴⁹ de Papá Noel (Img. 13) despachando juguetes de su saco. Desde los 80 del S XIX era común tanto para niños como para adultos usar pequeños relieves para decorar tarjetas de felicitación personales o regalos,

⁴⁹ *Mamelok Press* es la firma más reconocida de impresión de cromos, responsable aún hoy día, de conservar una tradición de profundo arraigo en la cultura anglosajona.

adquiridos en las papelerías de moda. Las papelerías compraban *blanks* (tarjetas en blanco) de los fabricantes dejando la elección y la variedad de materiales a ensamblar de una tarjeta de *Valentine*, navidad, cumpleaños o pascua, a elección del cliente. De ahí la moda por usar los primeros cromos como un punto focal en los *Valentines*⁵⁰ que llegaron a extenderse en la mitad tardía del siglo XIX.



Img. 13: *San Nicolás*. Albrecht and Meister. Diseño con Mica esparcida. Nº 7253.

Algunas veces los fabricantes de *Valentines* usaban los relieves para añadir color al troquelado de encaje de sus tarjetas, incrementando en mucho la demanda de público por el carácter *creativo* y *personal* que aportaba la posibilidad de comprar los componentes (papeles impresos y coloreados, grabados o planos) de las papelerías de moda, para elaborar sus propios

⁵⁰ Tradicional tarjeta de felicitación para enamorados.

Valentines (Img. 14). Firmas líderes que empezaron a usar estas combinaciones fueron *Sulman, Dobbs, Kershaw* e *Ingram and King*. Todos estos fabricantes producían *valentines* de muy alta calidad, con interesantes versos escondidos detrás de los cromos. Muchos de los primeros *valentines* con *decoración alemana* (o cromos) aplicados a ellos, tenían flores de *cambric*⁵¹ con joyas en su composición. Los cromos se repujaban tan en profundidad, que en algunos casos parecían verdaderas tallas en miniatura, gracias al espesor del papel usado.



Img.14: *Valentine*. Anónimo, final de S. XIX.

Los cromos y relieves introducidos por *Edward Elliot* y *Augustin Thierry* revolucionaron el mercado del *valentine* en el Reino Unido. Los pequeños *corner scraps* (cromos de esquina) rodeaban la principal ornamentación y los versos eran sutilmente ocultos dentro de un arreglo floral de material similar a la gasa de encaje. Alternativamente, cromos diminutos eran usados para el tema

⁵¹ Es un tejido liso y ligero empleado en confecciones delicadas (lencería, ropa de hogar...), originario de Cambrai, Francia.

central, o figuras recortadas muy profundamente serían rodeadas por trompetas o ángeles grabados en plata y oro. Otro tema eran las flores, usualmente entrelazadas alrededor de figuras o rodeando versos escritos a mano. Este tema era uno de los favoritos de *Dobbs Company*. Muchas de estas primeras flores o figuras grabadas eran terminadas con un coloreado a manual. Pliegos de recortes con mensajes o versos especialmente impresos para su inclusión en los *valentines* se vendían durante la última parte del siglo XIX . Sentimientos tales como *truly Thine, forever my love, forget me not* eran a menudo escritos en los cromos usados y, en el interior, sentencias aún más cariñosas tales como *Simple though this humble tribute be, it may recall the memory of me*. El cromo era a menudo plegado, abisagrado o adjuntado de manera que cuando se retiraba, este revelaba un verso escondido. Algunos de estos versos eran hermosamente impresos de manera artesanal sobre la propia tarjeta.

*"I have a Little flower
I tend it every day,
I place it where the sun-beam
May warm it with its ray,
I would thou wert that flower!
And I, the sun to thee,
How sweetly should'st thou bask, love,
In purest beams from me –
I'd peer into each dew drop bright
That in my petals lay,
And finding there my imag'd light
I'd kiss thy drops away!"*

*("Tengo una pequeña flor
La atiendo cada día,
La pongo donde la luz del sol
Puede calentarla con sus rayos,
¡Ojalá fueses esa flor!
Y yo, el sol a ti,
Qué dulce tomar el sol, amor,*

*Con los rayos más puros de mí -
Miraría en cada gota brillante de rocío
Que en mis pétalos yace,
Y encontraría allí mi imagen iluminada
Y alejaría tus gotas a besos”)*

De un album dedicado a Louisa Beer. 1851.

En América, en los 1880, estaban en boga las *hidden name cards* (tarjetas de nombre oculto). Había tarjetas de visita con un relieve en forma de mano, cubriendo el nombre del donante (Img.15). Cuando el filo del relieve se levantaba, el nombre del admirador era revelado. Estas tarjetas estaban muy elaboradas y a veces tenían un relieve abisagrado, gracias al cual los mensajes secretos podían ser pasados discretamente por un admirador a una dama sin incurrir en la cólera de su padre.

The sunshine of life.

*Lightly fall the sun of morning;
On thy pillow, from above;
Sweetly may each daylight's dawning,
Waken thee from dreams of love.
May each be free from sorrow,
Far removed from care and strife;
And the future sunshine borrow,
From my present past thro' life*

El sol de la vida.

*Cae ligeramente el sol de la mañana;
En tu almohada, desde arriba;
Dulcemente puede cada amanecer*

*Despertarte de sueños de amor.
Que cada uno se libre de la tristeza,
Alejados de la lucha y la preocupación;
Y el luminoso futuro adoptado,
Desde mi pasado presente a través de la vida*

Valentine: plata con flores de tela bordadas (cambrie) y cromos aplicados, fechado en 1860/70.



Img. 15: *Mano y mensaje de Misch & Stock*

Una evolución de las tarjetas de *valentine* fue la *valentine box* (caja de *valentines*) (Img. 16). Se trataban de objetos muy elaborados y costosos. Su confección implicaba muchas horas de trabajo por parte de chicas diligentes con hábiles dedos. Hermosos lazos y flores bordadas, abalorios, plumas y otros adornos eran ensamblados dentro y alrededor de la caja. Estas exóticas creaciones eran también a menudo rodeadas y entrelazadas con cromos de ángeles y querubines.



Img. 16: Cromo para cubierta de *Valentine Box*.

Los cromos eran ampliamente usados, particularmente hacia el final del siglo XIX en la producción de cajas de fantasía de las que había una amplísima variedad.

La caja *Panorama* o *Diorama* estaba hecha de cromos y grandes pliegos impresos para representar una gran variedad de situaciones en relieve profundo o superficial. Podían retratar el entorno urbano o el rural mostrando diferentes oficios y artesanos desempeñando su trabajo, o sujetos diversos envueltos en escenas de batalla o situaciones humorísticas.

Las chicas decoraban las cajas de costura y las fundas de agujas con pequeños cromos y relieves. Los famosos cromos de *Baxter prints*⁵² eran usados sobre estas así como unas tiras de oro laminado hermosamente grabadas y un surtido de recortes: habitualmente, procedente de las etiquetas del stock de las mercerías y sombrererías, las cuales habían sido específicamente recopiladas por su apariencia decorativa.

Cajas de regalo, cajas del tesoro o cajas de gloria hechas de madera o papel maché eran preparadas para ser decoradas laboriosamente con una impresión de gelatina sobre la tapa; y relieves aplicados, ligeramente lacados, pegados a

⁵² La compañía de George Baxter, quien es considerado como el padre de la impresión en color. Fuente: George Baxter. (s.f.). Recuperado el 2 de Agosto de 2010, de <http://www.georgebaxter.com/>

los lados y dentro de la tapa. Las cajas de souvenirs eran similares, fácilmente identificables por las palabras en la tapa (*Un regalo de París...*). Estas fueron más tarde superadas por las cajas de latón. El interior de de las primitivas cajas victorianas e incluso los armarios, los cuales se encontraban a veces con un paraíso de cromos exóticamente agrupados, y quizás una escena hermosamente pintada alrededor de ellos, eran superiores, de lejos, en creatividad y belleza respecto a las cajas de lata producidas en masa posteriormente.

Desde el principio del siglo XIX relieves con un lacado más denso, habían sido usados para decorar mobiliario, especialmente sillas y relojes, tanto en Europa como en América. El uso más popular de los cromos en este contexto eran los *screens* (biombos) victorianos (Img. 17) (véase *decoupage* en Pg. 83).



Img. 17: *Biombo Victoriano del SXIX (screen) decorado mediante Decoupage.*

Otra técnica frecuente era la *decalomanía*, consistente en el uso de calcomanías para decorar mobiliario. Una de sus aplicaciones más originales era la colocación dentro de jarros y botellas de cristal. Los cromos eran mostrados aleatoriamente alrededor del recipiente el cual se llenaba entonces con sal o yeso.

Las almibaradas baladas de amor victorianas y muchas portadas musicales mostraban escenas seleccionadas y relativas al estilo, la letra o el tema de la música. Algunas partituras eran pintadas con un espacio en blanco a la izquierda, sobre el cual se podía pegar un cromo.

Otra de las principales salidas del cromo era su venta a los niños (Img. 18), los cuales rápidamente aprendieron a inventar juegos y crear historias a las que

ajustar las figuras o temas representados, tal y como harían los niños de hoy día con muñecos, figuras de acción, mascotas de juguete, etc. Los juegos que se jugaban incluían variaciones del juego de cartas denominado *snap* y del juego escolar de las batallas de barcos. Los fabricantes producían cromos con versos infantiles tales como *Little bo peep*, *simple simon*, *three Little kittens* y *mother hubbard*. Raphael Tuck⁵³ produjo enormes cantidades de pliegos para infantes enseñando fábulas, cuentos de hadas, personajes de cuentos infantiles, letras y alfabetos. A menudo imprimían cromos en diferentes tamaños o a veces en pliegos compuestos, con cromos de diferentes temáticas y dimensiones formando composiciones en el mismo pliego. A menudo el cromo con la letra más grande incorporaba un nombre o una descripción en el reverso. Esto permitía a los padres usar estas figuras de *nursery rhimes* (poemas infantiles) como apoyo para enseñar a leer, contar o escribir a los niños. Los alfabetos explicativos eran producidos con imágenes de animales u objetos, juntos con una descripción de acompañamiento. Para los niños más mayores los fabricantes producían impresos de poemas cómicos tales como *Diverting story oh John Gilpin* de William Cowper. Sigmund Hildesheimer & Co. Imprimía cromos que representaban escenas Shakesperianas, con caricaturas de actores y actrices bien conocidos. Los cromos de personajes de Dickens también eran recurrentes (Img. 19).

Los cromos eran también usados como ayuda pedagógica en los colegios, y en Alemania, conjuntos de cromos eran producidos con textos de acompañamiento (Img. 20), así como información educativa sobreimpresa en ciertas gamas. Algunos relieves de animales perforaban el nombre de las especies tanto en inglés como en latín. *W. Hagelberg* era una firma representativa de este tipo de sobreimpresión y sus series educativas eran a menudo impresas en tres o cuatro idiomas.

⁵³ Fuente: Raphael Tuck. (s.f.). Recuperado el 8 de Octubre de 2011, de <http://www.emotionscards.com/museum/raphaeltuck.html>



Img. 18: Ilustraciones infantiles de Raphael Tuck and Sons.



Img. 19: Personajes de Dickens. Editor desconocido



Img. 20: Letras del alfabeto individuales. Editor desconocido.

No es casual que la primera referencia que encontramos en la península ibérica sea finales del siglo XIX cuando un maestro catalán, Joan Boné⁵⁴, ideó con fines pedagógicos una colección de cromos sobre historia y monumentos de Cataluña que él mismo dibujó en cartulinas con tinta china de colores. Pero su proyecto no pudo llevarse a cabo por los elevados costes de producción.

Es precisamente en el campo de la educación en donde el cromo ha podido perpetuar su uso hasta nuestros días. Los cromos han sido usados hasta hace muy poco para cursos especiales en colegios, proyectos de historia natural o geografía y como ayuda en la enseñanza de la lectura o el deletreo en la etapa primaria. El tema de los viajes espaciales y los aterrizajes lunares trajeron una renovada avalancha de interés y muchos de los nacidos en los últimos 25 años del siglo XX han coleccionado cromos para jugar o recopilar en álbumes.

Si el cromo es en origen la consecuencia del ejercicio de la creatividad, como si de cualquier otra manifestación artística se tratase ¿es inútil por definición? Si

⁵⁴ VÉLEZ, R. *El cromo a Catalunya. 1890-1936*. s. I: Ajuntament de Molins de Rei, 1998.

su carácter artístico se encuentra acomodado, cuando no doblegado a las exigencias de su función social o comunicativa, tal y como hemos descrito, ¿hasta qué punto se trata de un *arte*?

La concepción academicista del arte viene a establecer que cualquier actividad artística arranca de una base conceptual, una idea y no de una forma definida de la naturaleza ni de la realidad. En ese sentido, teóricos como Roland Barthes⁵⁵, establecen que las formas artísticas, como mensajeras de una idea, son en esencia artificiales y funcionan siempre que respondan a una estructura social, permaneciendo alejadas de lo *natural*.

La utilización de la imagen como soporte ideológico, su posible orientación hacia el control social no es un aspecto que deba ocuparnos si nos aproximamos a nuestro objeto de estudio únicamente desde la perspectiva de un espectador que *siente* y obtiene una satisfacción íntima, personal, frente al cromo, convirtiéndose en consumidor de esas imágenes, arquetipo de los actuales coleccionistas.

Otra finalidad fácilmente identificable en nuestro objeto de estudio reside en su dimensión simbólica o representativa de una determinada colectividad o grupo social. La corona, la aristocracia y sobre todo, la burguesía, salen siempre victoriosas en sus representaciones, aunque la simbología del poder aparezca, como veremos más adelante, convenientemente humanizada bajo una falsa interpretación del romanticismo decimonónico, mientras que subrepticamente se mantiene una jerarquización de lo representado bien por lo social, lo profesional, lo económico, etc. En este sentido, lo representado bien podría confundirse con cualquier otro motivo más o menos recurrente en la Historia del Arte. Nada más lejos de la realidad: será precisamente su proximidad al ciudadano en el ámbito más íntimo posible, el hogar; su capacidad evocadora como elemento vinculado a lo familiar, lo sentimental, lo tradicional...; así como su pervivencia a lo largo de muy diferentes etapas de la vida de las personas, desde la más tierna infancia hasta la edad adulta, lo que dotarán al cromo de unas connotaciones en absoluto sospechosas de responder a interés alguno, a la altura del propio candor que transpiran sus imágenes. Una apariencia

⁵⁵ BARTHES, Roland. *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Ed. 1971.

inofensiva que lo convertirá en uno de los más eficaces vehículos para la difusión ideológica, comercial, cuando no puramente propagandística.

Capítulo 4

LA PEQUEÑA HISTORIA DEL CROMO

4.1. Algunos antecedentes del cromo y referencias históricas afines.

Los cromos, o algo muy parecido, existen desde hace más de 3.000 años. En la antigua Mesopotamia, en las culturas sumeria y acadia, los niños más afortunados intercambiaban tablillas en las que se habían grabado secuencias alegóricas a un tema determinado y que estaban concebidas como soporte didáctico y pedagógico⁵⁶.

En la cultura romana eran de uso común entre las clases privilegiadas los denominados *Apophoretas*⁵⁷. En un principio, eran unos obsequios que se entregaban a los comensales en los banquetes que se llevaban a cabo durante las fiestas saturnalias pero, con el tiempo, dicha costumbre evolucionó hasta convertir los *apophoretas* en una especie de tablilla inscrita que, a modo de felicitación, era acompañada de frutos secos para regalar a amigos y familiares al finalizar el año.

El *decoupage* es una técnica para decorar superficies con imágenes recortadas de papel, sellándolas luego con un barniz o laca. Desde el siglo XII, algunos campesinos chinos utilizaban recortes de papel para decorar lámparas, cajas de regalos u otros objetos cotidianos (Img. 21). Así mismo artesanos polacos y alemanes utilizaron recortes de papel para decorar durante cientos de años. Tal como lo conocemos hoy día, el *decoupage* se desarrolló en Venecia en el siglo XVII tras extenderse la moda de las lacas orientales dada su ubicación privilegiada como puerta de entrada a Europa en las rutas comerciales con Asia.

⁵⁶ KRAMER, Samuel Noah. *La historia empieza en Súmer: 39 testimonios de la historia escrita*. Madrid: Alianza editorial, 2010.

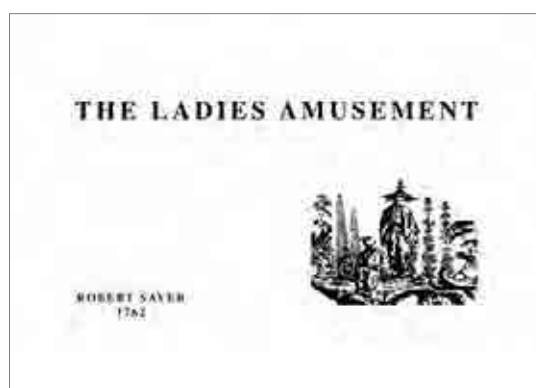
⁵⁷ Apophoreta. (s.f.). Recuperado el 13 de Julio de 2009, de <http://derecoquinaria-sagunt.blogspot.com/2007/01/apophoreta.html>

Se hacía necesaria una alternativa de carácter más asequible que las sustituyera, dando lugar a la denominada *falsa laca* o *lacca contrafatta*. Frente a la costosa decoración manual del mobiliario, se recurre a grabados que se coloreaban y pegaban posteriormente sobre la madera. Era el llamado *arte de los pobres*, que se extendería por Europa y el Reino Unido. Mujeres muy distinguidas en la Francia de los siglos XVIII y XIX decorarían cajas de sombreros, biombos o artículos de tocador. Es ahora cuando aparece el término *découpage* como sinónimo de *recortar*



Img. 21: *Caja decorada con la técnica del 'découpage', Final S. XVIII.*

Junto al bordado, las damas inglesas del siglo XVIII decoraban objetos con ilustraciones recortadas que luego eran lacadas. Esta actividad era llamada *Japanning* (“japonear”). Como ejemplo encontramos que en 1760 el diseñador Robert Sayer editó un catálogo conocido como *The Ladies Amusement or The Art of Japanning Made Easy* con más de 1.500 imágenes para recortar y colorear (Img. 22).



Img. 22: *Diseño original de la portada del catálogo de Robert Sayer. Potterton Books.*

Será en la era victoriana (1837-1901) cuando adquiere su aspecto de collage más sentimental. Este desarrollo puede ir paralelo a la aparición de las tarjetas de felicitación, el papel con motivos florales pintados para paredes o telas con la misma decoración floral, cualquier papel impreso y decorativo o los gruesos galones que se utilizaban para decorar objetos. Menos sutiles que los anteriores, no dejaban de ser llamativos, audaces y románticos. Es la satisfecha clase media la que gasta y consume con tal de decorar sus casas a manera más sofisticada que la de sus semejantes.

4.2 La pequeña historia del cromo.

4.2.1 Introducción

El razonamiento ilustrado, propio del XIX, sostenía que la escolarización y la educación de las masas era el camino hacia el progreso cultural y ¿por qué no? hacia el progreso político. Puede que una de las intenciones en la producción de cromos fuera parte de un proyecto educativo, pero caracterizado por rasgos muy concretos y dirigidos, demasiado comprometidos e intencionados. Naturalmente, los ilustrados se equivocaron. La emisión de cromos evolucionó como producto industrial, derivando y alejándose del proyecto educacional y las masas no avanzaron necesariamente en educación o conocimientos gracias a él.

El romanticismo alemán, con todo lo que implica, la creación de nuevas naciones como Italia o Alemania, los conflictos internacionales, la transición de Metternich a Bismarck o la misma revolución industrial con sus secuelas sociales y sindicales, todo ello está implícito en los cromos como manifestación de la intrahistoria de aquel siglo.

Siguiendo a Hegel⁵⁸, consideramos que el motor de la Historia supone no sólo unos cambios cuantitativos en número de acontecimientos sino, sobre todo, unos cambios cualitativos.

⁵⁸ HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. *Obra completa*; Biblioteca de Grandes Pensadores. Madrid: Editorial Gredos. 2010.

Superado actualmente el positivismo histórico que influirá en los creadores que buscaban una comunicación hacia la objetividad, hay que recurrir a otras fuentes paralelas al hecho histórico relativizándolo, atender al arte, a la sociología de una época para poder completar ese mismo hecho histórico. Tengamos en cuenta que tanto en la imagen como en la iconicidad de los cromos siempre se hará presente algún elemento que distorsionará, modificará o alterará la realidad y la representación de la verdad. Al contrario de lo que propugnaban los positivistas, hay que llegar al convencimiento de que los conceptos de lo real y la verdad cambian y que, por tanto, necesariamente debemos modificar la forma de lectura de las imágenes que observamos en los cromos basada en una fenomenología diferente y alejada de lo estrictamente formal.

En lo sucesivo debemos de considerar al siglo XIX como origen diacrónico de los tiempos posteriores y etapa de gestación de toda una trayectoria social, política, económica y de costumbres que ha marcado la actualidad. Usar a los cromos sin juzgar, con imparcialidad histórica, es actualizar el pasado sin negarlo ni ignorarlo.

4.2.2 Época Eduardiana (1800-1850)

Durante el período primitivo entre 1800 y 1850 el cromó evolucionó desde los simples grabados en blanco y negro a los relieves cromolitografiados intensamente repujados e impresos en pliegos.

Los pequeños cromos y grabados eran producidos durante la segunda mitad del siglo XVIII y en el catálogo de Robert Sayers *Ladies' amusements, or the whole art of japanning made easy* (ver pg. 84), se explica cómo los pequeños impresos pueden ser aplicados a los muebles y lacados para lograr el efecto de satinado oriental, en lo que podría ser considerado como una forma primitiva del clásico cromó troquelado.

Es cierto que las tiras cómicas ya existían en los comienzos del XIX bajo la forma de litografías en blanco y negro o las impresiones coloreadas a mano de los denominados *Penny Plain, Two Pence Coloured* (recortables de cartón con personajes y escenarios para la recreación de dramas). Muchos

papeleros y librereros cuyos nombres se pueden encontrar aún en los directorios londinenses (tales como John Betts y W. Cole) vendían tebeos o pliegos de cromos juveniles en los primeros años 20 del s XIX. Estos eran litografías en blanco y negro hábilmente coloreadas a mano. Betts producía interesantes pliegos con paisajes rurales. Sus pliegos de cromos muestran el arado, la siega, la siembra, la cosecha, el trillado y la molienda, y una vista de la panadería por dos peniques. William Cole anunciaba sus series de *Humorous scraps* ya en 1825.

Muchos artistas trataban con temas satíricos y humorísticos. En estos atizaban de manera divertida a la sociedad y sus comentarios sociales nos dan un punto de vista único sobre la vida de los primeros años del XIX. Las sátiras políticas de Tregear (Img. 23) y las series de chistes negros (*black jokes*), aunque no estaban diseñadas para álbumes de cromos, eran a menudo incluidas en ellos y así pudieron ser preservadas.



Img. 23: Tira cómica de G. Tregear

En este período temprano de los cromos impresos (aún no estaba extendido el tradicional *scrap* o cromo troquelado), los precios variaban enormemente. Un pliego de cromos coloreados por William Cole podía costar 18 peniques y los medallones florales podían variar desde la media corona a los cinco chelines por pliego. En comparación, los pliegos de cromos de Bett iban desde los uno o dos peniques por pliegos lisos hasta los cuatro peniques por

un pliego coloreado. Cuando los precios se estabilizaron, los pliegos de cromos se vendieron a uno o dos peniques⁵⁹.

Los impresores podían ser identificados por su estilo y diseño de cromos, incluso cuando el recorte de preparación para pegar un relieve en el álbum había eliminado el nombre. La mayoría de las impresiones producidas en este tiempo no estaban claramente separadas las unas de las otras y, de hecho *sangraban* unas sobre otras. Otras eran separadas mediante un grueso margen blanco. Dean y la Compañía de Threatneedle Street publicaban impresiones en blanco y negro de variedad de temas serios y humorísticos. El formato de sus impresiones era un sencillo y despejado pliego con un panel central y una gran variedad de escenas relacionadas alrededor. Los títulos incluían *The Kind and industrious Daughter*, *The cheerful Companions*, *The Musicians* y *The first Regiment of the guards*.

Durante los 1820 los cromos eran producidos también en Alemania por firmas como Mamelok's (ver cuadro 2). Desde los grabados impresos y repujados a mano, se pasó en 1830 a los pliegos grabados e impresos a máquina.

Cuadro 2:

La historia de Mamelok Press

Los primeros cromos tienen su origen a comienzos del siglo XIX en forma de simples grabados en blanco y negro. Poco después, eran a menudo coloreados a mano. En la década de 1820, fueron más elaborados y se empezó a ahuecar y dar relieve al papel dándole a los cromos un aspecto tridimensional. La más antigua editorial de cromos troquelados de todo el mundo, Mamelok Press Ltd., inició su andadura con el nombre de M&S (Mamelok & Söhne) en aquella misma década de 1820, pero no en Inglaterra donde está ubicada y se la conoce, sino en la bella ciudad alemana de Breslau, que en el arrastre de fronteras en 1945 tras la segunda guerra mundial, quedó en el lado de Polonia y pasó a la actual denominación de Wrocław. Con la llegada de la cromolitografía, inventada el año 1837, se revolucionaron las técnicas de impresión y permitió aumentar considerablemente la producción, la cual era artesanal en aquel momento. Mamelok, se adaptó de inmediato a los nuevos tiempos manufacturando cromos de gran atractivo a todo color: estampados, barnizados, con relieve y troquelados, y emergió como el principal fabricante de estas pequeñas maravillas de papel que

⁵⁹ Fuente: History. (s.f.). Recuperado el 5 de Junio de 2012, de <http://www.scrap-album.com>

los panaderos y reposteros de Alemania empezaron a utilizar en la decoración de sus bizcochos y tartas elaboradas para las ocasiones especiales. Asimismo, los cromos se coleccionaban y pegaban en álbumes de todo tipo, en diarios, en tarjetas de visita, felicitaciones de Navidad, San Valentín, Pascua y de cualquier otra celebración del ciclo anual, así como en tarjetas para anunciar acontecimientos o celebraciones del ámbito familiar tales como nacimientos, bodas, etc. Igualmente, se utilizaban para decorar cajas de madera, muebles, pantallas, mamparas y todo tipo de objetos decorativos mediante la denominada técnica francesa del Decoupage. Mamelok trasladó su sede y maquinarias a Gran Bretaña en el año 1934 donde siguió su actividad comercial y todavía hoy (200 años después de su fundación), continúa desarrollando su amplia gama de bellos cromos troquelados, elogiados y admirados por coleccionistas y elaboradores de manualidades de todo el mundo. Sus talleres, en la ciudad de Bury St. Edmunds, en el condado de Suffolk (donde la Compañía se ubicó definitivamente en 1968), son lugar de culto y peregrinaje para los aficionados que visitan Inglaterra y en su sede se puede admirar la impresionante colección "The Archives Collection"; (sin duda alguna, una de las mayores colecciones existentes de antiguos troquelados victorianos y de anteriores y posteriores épocas. Su más conocida y longeva Serie denominada "Standard", es la mayor colección de cromos troquelados jamás publicada por ninguna otra editorial, abarcando en sus láminas infinidad de temáticas, estilos, motivos y formas. La inserción de la purpurina (pegada en sus inicios de forma manual) en la superficie de algunas escogidas láminas de esta Serie, realzando las siluetas de los motivos o dibujos de sus cromos y produciendo un impactante y deslumbrante efecto de fantasía, fue una auténtica revolución en su momento que marcó un antes y un después en la producción de cromos y cuya técnica fue inmediatamente copiada por otras editoriales. La citada Serie "Standard", se inició tras su inmediata llegada a Inglaterra en la década de 1930 y se alarga hasta nuestros días. Entidades privadas, empresas de alimentación, oficinas estatales de turismo, productoras de cine y animación, dibujantes, así como otras editoriales extranjeras de cromos, han recurrido y solicitado a Mamelok Press Limited sus servicios de diseño e impresión para publicar sus troquelados de encargo. Su bien ganado prestigio, así como su indiscutible experiencia y liderazgo en el sector, era la mejor y más acertada elección profesional para plasmar en un trozo de papel de troqueladas formas, la belleza, fantasía y magia de sus cromos.

Texto elaborado por Ignasi Soriano© para la coleccionista María Villoslada.

Fuente: Private User. (s.f.) Recuperado el 11 de Octubre de 2014, de <http://www.todocoleccion.net>

Algunos de los primeros ejemplos de trabajo de grabado en álbumes británicos eran etiquetas de precio decorativas grabadas, envoltorios y tickets de control de existencias de los sombrereros. Entre 1820 y 1830, Los cromos eran a menudo muy ornamentales y valiosos para su inclusión en los álbumes de cromos.

Durante la década de 1830 y 1840, los grabadores de papel y fabricantes de álbumes llegaron a ser más numerosos. La firma más digna de mención en este campo fue W&H Rock. Constituida en 1829 en Leicester Square, produjeron hermosos álbumes trabajados en piel de calidad que contenían imágenes impresas dedicadas a temas particulares. También tenían páginas magníficamente grabadas con pájaros y flores para ofrecer a la gente ideas cuando eligiesen temas para sus diarios.

Otros álbumes de Rock en su forma original tenían igualmente divertidos chistes y versos impresos entre sus páginas.

Hay muchos ejemplos de este tipo de grabados. Algunos muestran a caballeros llevando álbumes de cromos y otros arrastrando rótulos (“*quiero todos los cromos que pueda coleccionar*”) (Img. 24). Otra posibilidad era un anuncio grabado con vagabundos llevando cartelones sobre los que el anunciante mostraba el nombre y el tipo de mercancía.



Img. 24: *Quiero todos los cromos que pueda coleccionar*. De J. Dickinson

Los álbumes del periodo de 1800 a 1850 son fácilmente identificables. Son de alta calidad, tienen cubiertas laboriosamente trabajadas, lomos grabados y cerraduras de latón. El papel utilizado es de una calidad excepcionalmente alta y hay elaborados añadidos tales como páginas con relieves

especialmente preparadas para la inserción de cromos o litografías, y papeles más gruesos para dibujos y acuarelas. Algunas también tenían decoración grabada sobre algunas de las páginas y textos pre-impresos de poemas o extractos de obras de teatro de autores bien conocidos del momento. En algunos de los álbumes de W&H Rock hay extractos de Voltaire, Coleridge, Swift y Francis Bacon, y poemas de T. Moore, Lovelace, Byron y Burns.

Estos primitivos libros de cromos a menudo parecían una extensión de la tendencia a registrar momentos personales y pensamientos que eran populares en esa época. Una gran cantidad de escritos personales eran incluidos. Por lo general, esto comprendía pequeñas secciones de poesía, composiciones personales o sentimentales palabras de amor.

Dibujos a lápiz y acuarelas son una característica de este particular periodo del álbum, y algunos han sido obviamente ejecutados por personas de talento y sensibilidad. No resulta sorprendente pues, que los álbumes de este período alcancen un elevado precio.

4.2.3 Época Victoriana (1850-1880)

La época de esplendor del *scrap*, se caracteriza por un grandísimo incremento en el uso del papel troquelado y el relieve superpuesto. Recortes de prensa con idílicas y tópicas escenas de naturaleza publicadas en *The Illustrated London News*⁶⁰ y también en *Punch*, se pegaban en los álbumes de cromos junto a los cromos troquelados. Algunos destacados acontecimientos fueron registrados de esa manera: el edificio del *Crystal*

⁶⁰ *The Illustrated London News* es una revista inglesa, fundada por Herbert Ingram y su amigo Mark Lemon. Con Lemon como su jefe consejero, la primera edición del *Illustrated London News* apareció el 14 de mayo de 1842. La revista constaba de dieciséis páginas y, al menos en su primera época, costaba seis peniques. La primera edición incluyó imágenes de la guerra en Afganistán, un choque de trenes en Francia, la explosión de un barco de vapor en Canadá y un lujoso vestido de baile en el Palacio de Buckingham. Fue la primera revista en publicar una imagen copiada manualmente de una fotografía.

Palace y la posterior inauguración del *Victoria and Albert Museum* fueron concienzudamente relatados en algunos álbumes.

La mejora en los métodos de producción posibilitó un gran número de relieves de alta calidad importados del continente europeo. Estos, junto con el rápido crecimiento de la producción en Gran Bretaña, derivó en un gran incremento del comercio de cromos y objetos de moda. Dos hombres figuraban en los directorios de 1852 como importadores de productos franceses: Augustine Thierry y Edward Elliot de Bucklesbury. Thierry introdujo el *christmas*⁶¹ de navidad en Gran Bretaña y las cromolitografías importadas por Elliot produjeron un notable aumento en las ventas y en la calidad de los denominados *Valentines*.

De 1850 en adelante florecieron los distribuidores e impresores de *Fancy Stationery* (papelería de lujo). La litografía de este período alcanzó estándares de superior calidad, lo que quedó patente en el acabado de los cromos. Se pueden encontrar muchos ejemplos que muestran dicha calidad, entre ellos, una serie de restos vendidos por John Jerrard del 172 de la calle Fleet (la del famoso barbero asesino⁶²), comerciante de papelería y cromos desde 1862. Vendía pliegos de escenas y vistas descriptivas impresas en formato rectangular recortados exactamente con el mismo estilo que el primer sello de un penique. En el reverso de algunos de estos pliegos se ve el sello del impresor. En 1867 aparece como distribuidor de fotografías y cromos troquelados de todo tipo para su uso en álbumes, libros de cromos y *screens* (biombos victorianos) con el envío postal de sus

⁶¹ La primera tarjeta de felicitación navideña, al menos comercial, nació en Londres en 1843, fruto de la imaginación de Sir Henry Cole, y de su avisado instinto de comerciante, ya que pretendía con ello potenciar el Correo a Penique que había introducido tres años antes.

La imagen utilizada, la de una familia con niños que bebía vino, creó una cierta polémica en la época, aunque el motivo de los millones de postales o Christmas que se han enviado desde entonces en Navidad –incluso por no cristianos– se hayan atenido normalmente a los cánones que se presuponen en esta época –deseos de paz, felicidad y amor– se hayan mantenido, con las variaciones de los vaivenes históricos.

⁶² Fuente: La verdadera historia de Sweeney Todd. 6 de feb de 2008. Recuperado el 12 de Abril de 2009, de <http://www.hugozapata.com.ar>

catálogos de forma gratuita. Los relieves de este periodo estaban profundamente repujados, con un grosor considerable entre la superficie del relieve y el papel sobre el que se pegaba, revelando el laborioso trabajo ejercido por la máquina.

A finales de los 1860 y en los 1970, muchos hermosos ejemplos de *Valentines* de Meek, Ingram, Mullord, King y muchos otros, sobre los que se pueden encontrar cromos pegados de niños, flores y ángeles. Goodall produjo algunas magníficas variedades que mostraban *Bouquets* de flores con tarjetas sostenidos por una mano en la que se podía ver la firma del impresor.

Existen también ejemplos procedentes de las series de *Juvenile Scraps Sheets* (pliegos de cromos juveniles) vendidas por A.N. Myers and co. Se trataban de exquisitos pliegos coloreados, impresos en Alemania (como casi todo el material de esta época), los cuales eran vendidos en sobres que contenían diversas escenas divertidas. En muchos casos, estos pliegos de algún modo eran tan alemanes en el estilo, como en el sentido del humor reflejado en las escenas. La impresión era de la máxima calidad y la temática de cada pliego muy variada.

Los avances en la industria de la impresión permitieron una sustancial bajada del precio de los relieves. Los tamaños que podían ser producidos eficazmente iban desde los primitivos cromos de esquina que se empleaban en los *Valentines* hasta enormes relieves troquelados (Img. 25).



Img. 25: Editor desconocido

Las *Ladies of Leisure* (damas desocupadas de la alta burguesía) demandaban material interesante para emplear en sus *screens* (biombos), al igual que los fabricantes de *fancy boxes* (cajitas de lujo).

El suministro de pequeños cromos y pliegos de relieves delicadamente repujados se extendió como una industria independiente, y el sector de la papelería de lujo y los fabricantes de *fancy boxes* se apresuraron a emplear estos nuevos materiales.

Anuncios al respecto resultaban frecuentes en los periódicos de negocios⁶³:

“.....*Specialists and own copy-right publications in oleographs, photos, prints, reliefs and chromo-litho sheet scraps for fancy box making, screen and scrap book purposes*” Raphael Tuck 1878.

(“...*Especialistas y propietarios de publicaciones en oleografías, fotos, grabados, relieves y pliegos de cromos cromolitografiados para la fabricación de cajas de lujo, biombos y álbumes de cromos* ...”) Raphael Tuck 1878.

La primitiva litografía de los pliegos de tiras cómicas había progresado, convirtiéndose en un negocio enormemente lucrativo entre 1825 y 1875. Cincuenta años que fueron testigos del nacimiento y desarrollo de la revolución industrial en Inglaterra, con una concomitante revolución en la vida íntima y cotidiana de las personas.

4.2.4 La edad de oro del cromo (1880-1900)

Aunque cronológicamente hablamos de un período *victoriano* en lo que al propio reinado y a la estética se refiere, los últimos veinte años del siglo XIX fueron sin duda los más ricos en la producción de *scraps*. De estos años

⁶³ Fuente: History (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2009, de <http://www.picture-scrap.com>.

proceden álbumes abarrotados de muchísimas categorías de relieves, que iban desde animales y flores, a payasos, políticos, carteros, policías y soldados. El abanico de imágenes, es también el reflejo de los enormemente variados intereses de la época. Los libros de cromos a menudo contenían ejemplos procedentes de muchos países.

Durante este tiempo prevalecían los excepcionales relieves repujados en oro, algunos sorprendentemente grandes, dos por pliego, así como costosos. Eran mucho más lisos que las primitivas figuras repujadas y se producían por millones. Estos relieves más grandes, a menudo se empleaban como paneles centrales de los biombos victorianos. Albrecht and Meister produjeron algunos excelentes cromos de este tipo (Img. 26), y el sello de la marca indica que eran coproducidos con Sigmund Hildesheimer and Company, probablemente de la mano de un diseñador inglés. Sus precios de mercado, además, eran sensiblemente inferiores a los que solían alcanzar en 1850. El más común de estos grandes relieves usados como paneles centrales de *screens* era una cesta de flores. Estos grandes relieves a menudo dominaban una porción central de todo el panel y era rodeado por otros cromos de menor tamaño y con temática relacionada.

Señoras ataviadas a la última moda, con magníficos peinados, lazos en el pelo, sombreros *bonnets*⁶⁴, coquetos velos sobre el rostro, nos miran desde amarillentos paneles, como si se hubiesen conservado en ámbar. Otro de los temas favoritos eran los fruteros y los pájaros (Img. 27). Son muestras fácilmente identificables del trabajo de Raphael Tuck and Sons, tal y como se revela en las trozos de papel que mantenían unidos los troqueles, en los que aparece marca y número de pliego.

⁶⁴ Tradicional sombrero femenino que se anudaba bajo la barbilla.



Img. 26: *Albrecht And Meister*



Img. 27: Impresor indeterminado

Algunos de los relieves más espectaculares de este periodo están dedicados a asuntos de actualidad. Compañías como la del propio Raphael Tuck, publicaron una edición conmemorativa de cromos en 1887 para celebrar el reinado de la Reina Victoria (Img. 28). Se trataba de una espléndida producción que se vendía con sus propios envoltorios; *The Victoria Jubilee* en doce cromos que ilustraban algunos de los principales acontecimientos durante los cincuenta años de reinado de *Su Más Graciosa Majestad Reina*

Victoria. Pintados por Arthur and Harry Payne, Raphael Tuck and Sons, London, Paris, New York Siegmund Hildesheimer and Co., también editó una serie para señalar la ocasión, la cual es interesante de comparar con la de Raphael Tuck.



Img. 28: *Victoria Jubilee*. Raphael Tuck and Sons.

En esta edad de oro había muchas imprentas de primera clase produciendo sofisticados álbumes y cromos. Nister of Germany producía libros para niños muy elaborados con láminas excepcionalmente bien coloreadas y escenas móviles. Bernard Ollendorf producía un atractivo libro de cromos con dibujos y pinturas titulado *Little Pinafore's Scrap Book*. El libro estaba dedicado a la princesa María Adelaida, Duquesa de Tech y estaba ilustrado por Eliza F. Manning⁶⁵.

The Artistic Novelty Series de Raphael Tuck añadió una nueva dimensión al mercado de los cromos al producir formas troqueladas lisas para un sencillo ensamblaje dentro de escenas prediseñadas, cuentos infantiles en grandes

⁶⁵ Fuente: Ollendorf (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2010, de www.scrapalbum.com

letras para decorar salas de juego de niños, animales con patas ranuradas que podían ser ordenados en escenas de granja y hermosos carruajes o vagones que se podían convertir en juguetes (los primeros *recortables*). La firma de Raphael Tuck había encontrado una nueva variante a su ya de por sí enorme salida de productos gráficos. Misch and Stock publicaron también publicaron numerosos pliegos de construcciones recortables.

Otra gran innovación de Raphael Tuck fue el *Tableaux Sheet* (pliego de escena). Eran interesantes pliegos temáticos respecto a asuntos específicos (la historia, la caza, las profesiones...) (Img. 29).

El trabajo de Raphael Tuck contrasta con los cromos más tradicionales de Albrecht and Meister, que eran líderes en su campo. Tal era la calidad de diseño y su impresión que los relieves eran frecuentemente usados en coproducción con otros conocidos fabricantes, como Obpracher, conocidos en el reino unido como *The artistic Litography Company* (La Compañía de la Litografía Artística) o Siegmund Hildesheimer & co.



Img. 29: *Escena de carpintería. Autor indeterminado.*

En 1884, el *Address Book of German Export Firms* (Agenda de Firms Alemanas de Exportación), anunciaba la mercancía de los impresores alemanes. Esta hermosa publicación resultó enormemente popular en todo

el mundo occidental desarrollado, llegando a mercados tan diversos como Escandinavia, Australia y América. Las empresas impresoras de Berlín eran particularmente activas en la promoción de sus productos en ferias comerciales y exposiciones.

En el Reino Unido, el comercio de relieves impresos durante este periodo seguía despuntando. Las empresas extranjeras negociaban con agentes importadores para establecer sus propias oficinas en Londres. Es también durante este periodo cuando el primer fabricante de libros de cromos apareció en los directorios comerciales. Era Rooney and Sons (Bishops Gate, Londres), en 1880. Las principales compañías impresoras, como Birn Brothers, Raphael Tuck, Siegmund Hildesheimer & Co., A. N. Myers y M. L. Jonas, todas ellas distribuidoras de relieves, cromos y oleografías⁶⁶, llevaron la producción de papelería de lujo a ser una de las industrias más prestigiosas por la calidad de sus productos. Se trataba, sin género de duda alguno, de la edad de oro del cromo.

4.2.5 El declive del cromo victoriano (1900-1920).

En el siglo XX la demanda de cromos declinó considerablemente. Mientras algunas nuevas compañías se formaban, muchas estaban cerrando definitivamente. Se fundó Zoecke y Mittmeyer de Berlin (posteriormente P.B. Zoecke), que produjeron relieves de alta calidad en gran cantidad.

En Inglaterra, la Artistic Litographic Company cesó el negocio en 1914, Davidson Brothers en 1912 y W. Hagelberg en 1916. Fue un tiempo de recesión para muchas compañías y proveedores que se habían establecido antes o durante la Edad de Oro del cromo. La fuerza de las circunstancias avocó al cierre a dichas compañías, sólo los más resistentes y de mayor inventiva, como Tuck's, continuaron comerciando con éxito.

La muerte de la Reina Victoria y la coronación de Eduardo VII, dieron a las compañías la oportunidad de lanzar series de muy buena calidad dedicadas a la coronación. Los fabricantes estuvieron produciendo cromos novedosos,

⁶⁶ Cromo que imita la pintura al óleo

diseñados para permanecer de pie, para encajar entre sí formando cuadros escénicos o para vestir *paper dolls* (muñecas de papel). Rafael Tuck introdujo con éxito en el mercado una serie de este tipo de cromos que se sumaría a su ya de por sí prodigioso abanico de productos. Durante la última parte de este período fueron introducidas algunas imágenes novedosas del *Father Christmas* (Papá Noel) llegando en automóvil o en aeroplano, dejando caer los regalos desde el cielo. Estos diseños supusieron un rompedor modo de conservar la tradición.

La calidad de los cromos comenzó a variar mucho de una firma a otra. Algunas compañías permanecieron de modo lógico adheridas a los exitosos y largamente contrastados métodos tradicionales de producción mientras que otras se ocuparon de actualizar sus equipamientos para reducir costes.

La diferencia en los métodos de producción llegó a hacerse evidente entre los años 1880 y 1920. El declive general fue debido a la introducción de varias marcas de inferior calidad, cromos procedentes de láminas fotográficas impresos en masa, junto a las restricciones impuestas por la Primera Guerra Mundial, con sus efectos a largo plazo sobre la industria y también sobre el poder. El papel de baja calidad hacía que la tinta *sangrara* sobre el cromo, especialmente en las zonas de intersección de colores, lo que daba lugar a un cromo sustancialmente inferior al de otras épocas. Los materiales más baratos continuaron usándose tras el fin de la guerra y la recesión económica de los años 20 forzó a más compañías a cerrar o a ser liquidadas.

Otro elemento que hace a los cromos de este periodo fáciles de reconocer es la marea del cambio en las modas y las licencias artísticas que se fueron introduciendo gradualmente en la producción. Las figuras de niños eran a menudo exageradas en sus proporciones, poses y actitudes. Su presentación, y la de las ropas que vestían habían cambiado por completo. Los fabricantes estaban apuntando a un nuevo mercado y los dulces, sentimentales retratos de niños de los cromos victorianos de 1880 no volverían a ser vistos.

La publicidad era un gran negocio, y para este fin el cromo era usado por los fabricantes a modo de tarjeta de presentación. La costumbre de regalar

Valentines cayó en desuso a partir de 1900, aunque Raphael Tuck consiguió volverlo a poner de moda en 1926. En realidad, el *Valentine* continúa siendo un buen negocio hoy día. Los cromos, en cualquier caso, comenzaron a desvanecerse conforme declinaba su demanda. Las *fancy boxes* habían desaparecido y los cromos dejaron de ser usados masivamente por panaderos y reposteros para decorar sus productos.

Muchas firmas cambiaron de manos. Littauer y Boysen en Alemania se cerró y fue vendida en los años 20, el principal de su maquinaria y su stock fueron Mamelok's y P. B. Zoেকে. Estas dos compañías continuaron la tradición del cromo sosteniéndola de generación en generación. En contraste con otras firmas, la producción de Mamelok y Zoেকে siguió apostando por la alta calidad en sus cromos y por la técnica del repujado.

La demanda de cromos cayó del mismo modo en que las personas dejaron de crear sus propios entretenimientos, la radio y el cine alejaron el interés por las manualidades y los pasatiempos domésticos. Cuando los libros de cromos se guardaron, adquirieron un aspecto diferente. Las páginas cortadas podían proceder de revistas, comics, láminas publicitarias en color o diarios femeninos. Los álbumes no se mantuvieron como estos queridos libros de recuerdo, por lo que acabaron siendo desechados con mayor facilidad. Para una sociedad de consumo aún más rápido, en la que los valores y los gustos habían cambiado, el cromo tradicional ya no tenía más relevancia a pesar de que había traído muchas horas de diversión tanto a niños como a adultos durante los últimos 150 años.

En nuestra era de la producción en masa cuando, desgraciadamente, la calidad suele ser sacrificada en aras de la velocidad, es reconfortante encontrar que muchos de los productos del XIX y principios del XX están siendo revalorizados y apreciados artísticamente. Viéndolos hoy día, es inevitable experimentar una cierta sensación de pérdida al darse cuenta del encanto, de la calidad intrínseca del papel, de, pese a lo efímero, la inventiva y la habilidad de los diseñadores y artesanos que estaban dispuestos a dedicar tantas energías a la creación de lo que ante nuestro entendimiento difícilmente se puede revelarse como algo más que una nimiedad, pero no así ante nuestros ojos o nuestro corazón.

4.3. La datación de los cromos.

El discurso narrativo de los cromos abarca un extenso periodo, pues los límites cronológicos de lo decimonónico no se circunscriben sólo a dicho siglo, sino que hunden sus raíces en el XVIII y se prolongan hasta principios del XX.

Existe cierta lógica interna para lo artístico y lo estético, pero también, y de manera más amplia, en el pensamiento, el orden social, económico y geopolítico de un tiempo diferenciado. Lo podemos aplicar a los cromos porque todo está implicado en una superposición ineludible.

Podemos acercarnos a la fecha de producción de un *scrap* de varias maneras:

- En caso de ser localizados formando parte de un álbum, encontramos el lugar de procedencia o venta del papel usado como soporte, o el comercio de venta o la imprenta donde se realizó. Tengamos en cuenta que casi todos los álbumes ofrecen una buena confección con diseños muy originales en sus portadas e incluso el nombre de la depositaria. Recordemos que era muy frecuente como función que el cromo sirviera para entretenimiento femenino para ser pegados en dichos álbumes aunque parte del contenido fuera infantil.
- Los *scraps books* ingleses o los álbumes de cromos españoles suelen iniciarse con algunos datos personales del dueño y la fecha de creación. A veces son utilizados como diarios en los que aparecen fechas importantes para el usuario. En general suele haber cierta correspondencia entre los datos aportados y la datación de los cromos que solían estar pegados a modo de colecciones. Lo más lógico es considerar su anterioridad aunque puede haber alguna diferencia de tiempo no muy amplia.
- Por otra parte, algunos *scraps* forman parte de tarjetas de visita, para anunciar acontecimientos o celebraciones del ámbito familiar tales como nacimientos, bodas, etc., felicitaciones de Navidad, *valentines*, Pascua o cualquier otra festividad del ciclo anual. Es frecuente que aparezca inscrita la fecha recordatoria. En estos casos aplicaríamos el mismo modo de datación de los cromos que en el ejemplo anterior.

- La perspectiva histórica delata a veces el margen de creación-producción de algunos cromos. Existen cromos con imágenes de hechos históricos del siglo XIX. Por ejemplo la guerra de los Boers, la llegada de población judía a Norteamérica, etc. que debieron suceder con anterioridad al cromo. De esta manera podemos saber su existencia a posteriori de los hechos, nunca su anterioridad. Naturalmente, tenemos que desechar la cronología de los que señalan hechos o personajes pasados, como la Revolución Francesa. La litografía aún no estaba en su mejor desarrollo. Sin embargo aparecen algunos representando a personajes de esa misma revolución donde se especifica su dedicación al centenario. Aparecieron, por tanto, en 1889.
- Algunos se pueden datar por lo que representan. Si algunos muestran un tren a vapor o máquinas dedicadas a la agricultura es evidente que tales máquinas ya se habían inventado y producido como para aparecer en algún cromo. Se les puede aplicar todo lo dicho en el punto anterior.
- Otra aproximación cronológica la podemos deducir en los casos de representación de personajes históricos o de relevancia social contemporáneos al cromo mismo: reyes, políticos, músicos, etc. Es interesante acceder a imágenes de toreros famosos de su época en España, incluidos sus nombres en la base del papel. Otros se crearían como homenaje a los reyes Alfonso XIII y Victoria Eugenia. Su datación es fácil de localizar.
- En aquellos donde se une la imagen con algún texto publicitario es relativamente fácil aproximarnos a su datación teniendo en cuenta la creación o vigencia de la fábrica o el producto que se publicita. En otras ocasiones las imágenes aportadas por algunos cromos son exactamente iguales a las que aparecen en los “*labels*” de productos de consumo. Muchos, con formato de tarjetas, eran repartidos entre el público. En su parte posterior se añadían datos del artículo, fábrica productora, lugar de manufactura, etc., y aportan datos de su cronología. Hemos comprobado cómo coinciden las imágenes de estos “*labels*” y su versión como *scraps* troquelados. Por tanto, al menos el año de creación de ambos debe coincidir, aunque esté ausente en el *scrap*. También hemos

detectado la misma imagen en cartas postales siguiendo la técnica litográfica. Si están cursadas podemos conocer cronología e incluso datos personales del remitente o receptor.

- Las modas, el vestuario, femenino sobre todo, nos puede indicar su relación con el contexto temporal de lo representado en el cromo.
- La firma del impresor, cuando se encuentra presente en el pliego o en el fragmento del mismo, también nos puede ser de utilidad para la datación, pues existen datos concretos sobre su origen, desaparición y los años durante los cuales mantuvieron su producción.
- En los casos más difíciles, será el estilo, de acuerdo con los periodos referidos en el presente capítulo, quien marque la cronología del cromo, siempre con márgenes de error más bien amplios.

Consideramos que el fin del cromo (o su evolución) podemos cifrarlo en la Primera Guerra Mundial. Como toda experiencia humana, los cromos que conectan lo artístico al formar parte de la creatividad, sufrirán los avatares de la historia de Inglaterra. Por ejemplo, después de la Segunda Guerra Mundial el Reino Unido pierde su peso geopolítico. Se va acabando el imperio. El país se empobrece. Las nuevas leyes, más igualitarias, terminan con las antiguas formas de vida aristocrática al tiempo que la contracultura hace su presencia. Larkin⁶⁷ afirmaba que Inglaterra murió en el 63. Y el cromo, si aún existe como ejemplo digno de estudio, contribuirá a su propia elegía.

⁶⁷ Philip Arthur Larkin, fue un poeta, bibliotecario, novelista y crítico de jazz británico.

Capítulo 5.

EL CROMO Y LA CULTURA DE SU TIEMPO

5.1 Introducción.

¿Qué papel desempeñan los cromos dentro de la cultura? Dificil cuestión es establecer si forman parte o no de la cultura, si es arte o no e incluso si puede ser un híbrido cultural. Sí es cierto que los tópicos sobre la división en artes mayores o menores pueden favorecer los prejuicios a la hora de estudiar o investigar otras muestras de la creatividad como son los cromos. Podemos decir que la cultura asentada forma parte de la historia. La otra, subcultura para unos, cultura popular para otros, con el tiempo empieza a convertirse en legado de la historia y por tanto en hecho cultural.

Lejos de la singularidad para la delectación de unos pocos a la que el arte respondía en el Antiguo Régimen, ahora, en el siglo XIX serán las masas anónimas las que podrán acceder al arte aunque sea en una escala menor como la de los cromos. Si las masas estuvieron excluidas de la posesión de las obras de arte, con el tiempo accederán a sucedáneos y utilizarán cualquier mecanismo de cohesión con el resto de la sociedad. Si el cromo existe todavía es porque en su origen fue creado para cohesionar.

En 1864 Baudelaire entendía como modernidad lo efímero, lo fugitivo, lo contingente, la mitad del arte cuya otra mitad consideraba eterna o inmutable. Por otra parte establecemos que la cultura no es un producto marcado por las fuerzas del mercado, sino un legado común que debe fomentarse y protegerse, incluidas las formas artísticas populares. No habría por qué dividir entre la *alta cultura* y la otra, aunque sea de consumo rápido y pasajero. Así pasa con el cromo, aunque responda a la estandarización cultural que al final estará sometida al consumismo.

Se deduce que, cuanto subyace en el cromo, sea arte, sea cultura, no tiene nada de espontáneo, como sucede en cualquier manifestación artística. La cultura no es un hecho meramente superestructural⁶⁸. Plenos de una gran imaginación visual, y creados a veces como un discurso icónico textual, los cromos son un producto de Occidente donde se exponen y perpetúan sus valores. Su gran producción corre por toda Europa y Estados Unidos, incluso los encontramos en Australia. En su carácter sincrónico desaparece el valor de lo individual, de autoría o retrato, e incluso lo territorial o geográfico, ya que se fabricaron en varios países europeos. Por otra parte, su diacronía abarca tiempos diferentes, incluso en lo histórico, haciendo protagonista a la memoria de toda nuestra civilización. ¿En qué podemos cifrar que el cromo responde y es una muestra europea más de su tiempo? Para Ruíz-Doménec⁶⁹ siete son los rasgos perdurables que constituyen la esencia de Europa: el Cristianismo, la cultura que unifica, la pertenencia a una misma geografía, el espíritu científico, la separación de lo secular de lo religioso, las formas de gobierno y los mitos. En cualquier cromo que veamos se hace presente alguno o varios de estos elementos que nos remiten a la esencia de lo que es Europa. Visualizamos la poesía épica y la trovadoresca, su concepto del amor, del que aún se siguen surtiendo las novelas y películas, los valores de la caballería medieval y renacentista que arrancan de la cultura clásica y del cristianismo. Al mismo tiempo, encontramos referencias a la religión interpretada según la evolución estética de cada país, a la mitología y sus dioses o personajes, así como iconos o tipos de hechos importantes como la Revolución Francesa, por ejemplo⁷⁰.

Una sociedad plagada de conservadurismo como la victoriana, o insegura como la posterior, hará que las viejas creencias se mantengan o vuelvan, pero

⁶⁸ Adorno señaló que la cultura es en sí una industria fundamental en nuestra economía de consumo y el arte rara vez es un adversario, sino que tiende a ser absorbido como cualquier otro bien de consumo. ADORNO, T., *Teoría estética*. Madrid: Ediciones Akal, 2005.

⁶⁹ RUÍZ-DOMÉNEC, J.L., *Europa, las claves de su historia*. Madrid: RBA, 2010.

⁷⁰ En definitiva si el cromo recurre a símbolos, imágenes o estéticas antiguas, no hace más que conectar con Maquiavelo cuando en sus *Discorsi* manifiesta que no hay más vida futura que la que se forja en el retorno a los más antiguos.

disfrazadas, degradadas⁷¹ o erosionadas, llegándose a la pura presencia artística, a un arte sin compromiso que renuncia a la crítica. Ante la fuerza del pluralismo de tendencias en un mundo que empieza a hacerse añicos, que se ha tornado farragoso y hostil, abrumador e ininteligible, el cromo tendrá mucho cuidado de guarecerse del entorno y abrazará los grandes relatos heredados que aspiran a ofrecer una visión organizada del mundo, de la tradición, aunque sea fragmentada. Vindicará también la cultura popular⁷², que se erige como cálido y a veces complaciente refugio frente a la intemperie que suponía el desencanto hacia las normas artísticas anteriores. Todo esto hace que en el fondo encontremos en el cromo un aire de desasosiego, de ironía juguetona cuando no paródica de la tradición y de su momento, que nos indica inseguridad y orfandad aunque no tenga conciencia de ello, porque resulta difícil explicar su etiología, y el estilo en que se enmarca. Sin embargo, este pluralismo de apoyos en la tradición, la Historia, etc., este reciclaje cultural, sin aferrarse a nada, repercutirá en un *horror vacui*, en una especie de nihilismo que acabará en el pastiche, forma sucedánea de conocimiento. Este arte regresivo obviamente acabará en la indiferencia de unos porque nunca lo consideraron parte de la cultura y de otros por cansancio, porque no les conduce a otra cosa que a la regresión infantil, aunque en su origen abarcara también otras finalidades.

5.2 Relación con otras estéticas

Las razones de por qué una obra se impone en un determinado momento y deja de seguir siendo significativa en otro nunca están demasiado claras, ya que el gusto depende tanto del capricho como del azar. El cromo quedaría enmarcado en lo que decimos, es decir que con el cromo asistimos a un cambio en la sensibilidad y en la percepción.

La estética de los cromos está muy influida por los estilos y diseños de la era victoriana. El periodo victoriano abarcó muchas décadas, dando lugar al

⁷¹ Encontramos similitudes con el conservadurismo general de la cultura actual. De ahí que encontremos similitudes con la situación de la *posmodernidad*.

⁷² Sobre este tema recomendamos la lectura de BURKE, P. *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza Universidad, 1991.

desarrollo de multitud de estilos diferentes. La era victoriana fue, básicamente, una época de imitación, de reciclaje, en la que todo resurgió, desde el estilo gótico hasta el rococó. El resultado acabó siendo una componenda, una estilización más que un estilo como tal. Fue un *revivalismo* que buscaba precedentes culturales que ampliara la autoridad burguesa. De hecho, el estilo victoriano puede dividirse en tres períodos claramente distintos: los primeros años fueron testigos de un resurgimiento del estilo gótico en la arquitectura y el diseño; el estilo victoriano de la época intermedia fue suntuoso y muy adornado, aunque los últimos victorianos reaccionaron en contra de este aparente mal gusto con estilos como el *Art Nouveau*, el resurgimiento celta, el esteticismo y el movimiento denominado *Arts and Crafts* (Artes y Oficios).

5.2.1 Romanticismo y Realismo.

Si el romanticismo fundó la historiografía moderna, el cromo nos ayuda a su acercamiento. Romanticismo y cromo están unidos por una enorme dilación de la imaginación, el nuevo sentido de los matices, las diferencias de tiempo y lugar, el interés por la expresión popular, lo cotidiano incluso, y lo nacional⁷³. Cualquier documento o imagen histórica adquirirá un valor muy distinto al que tenía antes debido al nacionalismo incipiente. La arqueología extenderá la noción del pasado a una profundidad inaudita. Champolion descifra la piedra de Rosetta y se inaugura la egiptología. Gracias al prestigio de la escuela prusiana, la historia política (que se concentra en el estado nacional, el poder, los intereses y la diplomacia, y no en la humanidad, la libertad o la igualdad) se impone por todas partes, y el siglo es capaz de llevar a cabo obras impresionantes

⁷³ *“Cualquiera que hubiese sufrido la transición profundamente desorientadora de la experiencia del fracaso de las grandes esperanzas de la Ilustración, de la experiencia también de la pérdida total de sentido, valor e identidad y luego de llegar a una nueva visión romántica, habría de ver su vida como historia. La psicología se hizo historia, la personalidad se hizo historia, la manifestación del yo se hizo historia”*. Morse Peckham, *V. Triumph of Romanticism*. Columbia S.S., 1970.

Posiblemente por esto más que intuir, vemos, sin gran necesidad de analizar, cómo la imaginería de los cromos no responde a su presente. Un hálito de tiempo antiguo circula entre ellos como si su presente no existiera.

por su escala gigantesca y por la increíble labor que supusieron. Nadie en el siglo XX ha intentado alcanzar-quizás porque ya no es posible-una visión tan panorámica.

La íntima asociación del movimiento romántico con el nacionalismo, la nostalgia por el pasado, no sólo llevó al lamento por la desaparición del feudalismo -la caballería, por ejemplo- sino también a fijar la atención, más que en su época de esplendor, en el periodo germinal de cada nación (y por lo tanto, el más auténtico).

El conflicto señalado en la literatura de Walter Scott, aún a título de sueño o sentimiento, encontró eco inmediato en la sensibilidad y la imaginación literaria de Europa y América. Es decir, a Scott le cabe la distinción de haber descubierto o revivido en el alma del hombre moderno una nostalgia o una necesidad que todavía parece no haber perdido su vigencia.⁷⁴

El romanticismo nos conduce a otra de las finalidades del cromo: el adoctrinamiento unido a una nivelación de valores y gustos que, junto con el liberalismo altruista (1820 a 1830), se opondrá al absolutismo y a la opresión de unos pueblos por otros: africanos o asiáticos aparecerán como buenos salvajes capaces de ser bien considerados en Europa, al igual que sus trajes o su exotismo. Más adelante asistimos al realismo con el que triunfarán las ideas liberales (1848) y la misma prensa. Vamos a encontrar cromos con imágenes de niños vendedores que, edulcorados, estarán alejados de la complejidad de los tiempos.

Consideramos la conexión del mundo de los cromos con el Romanticismo en aquél aspecto de insatisfacción con la realidad que se plasmará en una visión ideal cuando no utópica de la existencia. Estos conceptos entrarán en crisis. El cansancio de los valores románticos acabará con la incorporación de experiencias más directas y objetiva y con la victoria del individuo plasmada en un arte más libre y existencial en la segunda mitad del siglo XIX y a través de sus diferentes tendencias. Por ejemplo,

⁷⁴ “Nada pertenece tanto a su tiempo como la incursión de una época en su futuro”
Danto, A. *El final del arte*. En: *El paseante*, N°s, 23-25, 1995.

como sucede con el Realismo que gradualmente y en continuidad irá sustituyendo al mundo romántico. El desencanto por los fracasos revolucionarios inciden en artistas realistas como Courbet, Millais o Daumier haciendo que estos autores abandonen los temas políticos para concentrarse en los sociales, sobre todo en los referentes a las malas condiciones de vida y economía de las clases más bajas como hará Courbet con crudeza objetiva. Pero coinciden en que la imagen no tiene necesariamente que copiar o imitar la realidad concreta, sino ajustarse a una visión generalizada de la misma.

Claro que tanto unos con su romanticismo como los otros con su realismo se detendrán en una visión de grupos humanos o sociales diferentes y en planteamientos ideológicos y formales bien distintos. En definitiva, y como para cualquier imagen, la realidad siempre será cuestionada por la psicología de quien la establece y de quien la contempla (emisor y receptor del mensaje implícito en el cromo). Dependiendo de ese encuentro, así se percibirá la realidad. Si hacemos conectar el Romanticismo con la burguesía adinerada, al Realismo hay que identificarlo con las ideas socialistas no del todo evidentes y el contexto opuesto del proletariado surgido en la Revolución industrial. Opuesto, aunque no contradictorio del todo porque algunos autores que se adhieren a la estética realista siguen dando una visión agradable a veces dulzona e idealista de su entorno como le ocurre a Millais como si de cromos se tratara.

Será difícil encontrar verismo en nuestros cromos. En estos, el tipo de belleza es preconcebido, no reproduce la realidad, aunque sí coinciden con el Realismo en que no existen temas banales, que cualquier cosa o cuestión puede ser digna de representarse, en que intentan descubrir la belleza peculiar que puede transmitir cualquier objeto, natural o fabricado por el hombre. Es decir que la inspiración y ejecución del tema o imagen arrancarán de la vida cotidiana.

Aunque en la estética realista no caben la idealización del pasado o los temas sobrenaturales o mágicos, sí convenimos en que estos sí se dan en los cromos quizás como conexión con unos conceptos anteriores de la etapa romántica a los que llega a superar.

De cualquier forma, es evidente que en los cromos coincide la misma simplificación gráfica de Daumier, eliminando sombras o volúmenes por ejemplo en un intento de atender más a la captación rápida de la realidad que al argumento, más a la forma, a la imagen, que a su valor narrativo.

En la pintura de naufragios, por ejemplo, tan del gusto romántico, entendemos que el mismo sentido áulico y exaltado tiene tanto la naturaleza como los náufragos. Sin embargo, en las escenas de galernas de los cromos vemos que lo que triunfa no es la naturaleza, el mar, sino el dolor o la preocupación de un ser humano que teme la pérdida de un ser querido. El cromo empieza a alejarse del romanticismo mientras el realismo se va haciendo patente, aunque sea de soslayo.

Lo antes dicho queda subrayado por el texto de Dickens (1812-1870) cuando uno de sus personajes manifiesta: *“lo que yo quiero son hechos...Hechos es lo único que hace falta en la tierra...Es preciso desterrar la palabra imaginación para siempre jamás”*. Pero, he aquí, el sentido reaccionario del cromo: no le interesa los cambios de mentalidad, sociales, etc. que se están viviendo –lo prueba que alcanzan el siglo XX e incluso el XXI, aunque sean reproducciones de los originales- sino su propia existencia. Estimamos que en ningún momento el mundo del cromo se quisiera acercar o quedar impregnado del Realismo en literatura o en pintura. En esta etapa realista, el mundo de los cromos transcribe sin recorte ni censura cualquier hecho real o posible, acercándose incluso a la literatura narrativa. Si el cromo trata un tema histórico, es por desmitificarlo, es decir, por deslindar lo estrictamente histórico de lo legendario o mítico. Esto último también aparece representado en los cromos, igual que la Historia y lo social. Sólo se limita a exponer, bien a la reina Victoria o a un descalzo adolescente repartidor de periódicos. ¿Es esto Realismo? Es más, ¿se puede aplicar a los cromos la frase de Courbet cuando afirma que *“la pintura no puede consistir más que en la representación de las cosas reales y existentes: un objeto abstracto, no visible ni existente, no pertenece al campo de la pintura”*? Obviamente, el cromo no se acercará en absoluto al mundo de lo abstracto pero sí representa objetos dispares que por no estar relacionados en la naturaleza alcanzan la capacidad de irreales. Nos

referimos a infantes galopando sobre palomas, cafeteras parlantes, perros congregados en un parlamento, etc...En este sentido el cromo estaría muy alejado de la estética y los principios realistas.

En resumen, en los cromos atisbamos aspectos del Romanticismo como:

- Con la Ilustración se intentaba encorsetar la concepción y comprensión de la realidad a través de la Razón o la Ciencia. Se busca el orden. Se podían hacer dibujos milimétricos de las plantas en viajes o descubrimientos por los mares o encajonarlas en el laberinto de un jardín. En el Romanticismo posterior esa realidad no satisface del todo. Se acepta el uso científico de la Razón pero también hay que buscar otras líneas de comprensión de esa misma realidad, del paisaje o de la misma conducta humana. Esa línea de conocimiento será la emoción. La emoción como medio y como fin del conocimiento. Del conocimiento de cuanto existe, de ahí el desorden icónico de los cromos en los que cualquier cosa o todo puede ser representado. No les concederemos verismo pero sí la riqueza emocional que conlleva el intimismo de la contemplación de la naturaleza que se plasmará en una visión ideal, cuando no utópica, de cuanto existe.
- Se valorará lo irracional, lo ambiguo y lo ambivalente en algunos cromos. Pero si admiramos cómo frecuentemente la pintura romántica recurre al mundo de lo oscuro, de las sombras, esto no podemos aplicarlo a la ingenuidad del mundo de las cromotipias.⁷⁵ Es sugerente observar cómo esa misma ambivalencia afecta a lo moral. Queremos decir que cuando encontramos personajes históricos, por muy fieles que hayan sido representados en los cromos, se les ha desprovisto de cualquier reflejo moral, como si por esa ambivalencia a la que nos referimos se pudiera ser bueno y malo a la vez.
- Se buscará el exotismo (a veces por desconocimiento) de lugares como España, la India o la misma China que en nada responde al

⁷⁵ Recordemos cómo Berlioz, muerto por una sobredosis de droga, es capaz de crear o recrear el mundo de las sombras con su magnífica *“Noche en el monte pelado”*.

conocimiento racional de esos lugares pero que se les refleja como descubrimientos de lo nuevo y único.

En el Realismo no existe ni la idealización del pasado, ni la magia ni la superstición. En los cromos, quizás sí, como conexión con unos conceptos anteriores al Romanticismo, en los que se concibe la obra de arte como algo orgánico que empieza y muere. Es la fugacidad de náyades, elfos, esplendor de las flores o el juego de unos niños que a pesar de todo quedará plasmado en los cromos.

Igualmente, en los cromos apreciamos cierta conexión con la estética y conceptos del Realismo en:

- Incorporación de experiencias más directas con cierto acercamiento a lo individual.
- La imagen no tiene necesariamente que copiar o imitar la realidad concreta sino ajustarse a una visión generalizada de la misma (Imgs. 30 y 31).



Imgs. 30 y 31.

- La inspiración y ejecución del tema o imagen arrancarán de la vida cotidiana. Es interesante observar como ese gusto por la realidad, llega a personajes operísticos como en el personaje de Violeta de La Traviata. El mundo que describe es real, incluso los atuendos.

No serán dioses, reyes, mitologías en definitiva como en óperas anteriores sino que ese idealismo puede convivir en la escenografía de los cromos con personajes identificables, como una cortesana *extraviada* o un burgués de alta condición como Alfredo. No es más que la confusión social tan propia del Romanticismo o del desarrollo industrial posterior por parte de la burguesía.

Esta última apreciación nos conduce a otro aspecto de los cromos en su evolución iconográfica. El Positivismo de Augusto Comte que arranca de la observación de la realidad y de la experiencia, unido a los descubrimientos científicos que se estaban produciendo al mismo tiempo derivan hacia una postura optimista de la sociedad y su progreso, el mismo que se capta en las imágenes de los primeros barcos a vapor o trenes que encontramos en los cromos o a individuos representados en sus tareas normales sin llegar a la fatiga que aportara el Realismo estético.

5.2.2 Decadentismo

Hemos visto como el cromo se caracteriza por su falta de compromiso con la realidad de su tiempo, sin crítica ni denuncia social, histórica e incluso estética. El final del Ochocientos supondrá grandes cambios en economía, hasta ahora basada en la libre competencia y ahora suplantada por las grandes concentraciones financieras e industriales y los monopolios. Es el imperialismo, fase superior y última del capitalismo en la que hoy vivimos. Se le añade el auge de la revolución industrial, los conflictos de clases y sobre todo la decadencia de los más nobles ideales románticos; a la sociedad le será difícil asimilar los cambios que estaban sucediendo llegándose a una sensación general de pérdida de valores. Sin solución y como defensa no queda más alternativa que la evasión de la realidad cotidiana y sobre todo el triunfo de la individualidad sobre lo social. Esa decadencia se plasmará en el movimiento llamado *decadentismo*.

Originado en Francia, y asociado a la revista "*Le Decadente*" fundada en 1886 se extendería por toda Europa y algunos países de América a finales del siglo XIX siendo su tiempo culmen el primer decenio del siglo XX.

En lo social, el Decadentismo y sus vivencias son manifestaciones de una burguesía europea, capitalista y reaccionaria, en connivencia con el imperialismo. En lo cultural, el decadentismo es una corriente artística, filosófica y literaria vivida por esa misma burguesía. Por todo lo expuesto, vemos la magnífica relación que existe entre el Decadentismo y el mundo de los *scraps*, donde se admira la belleza crepuscular de la decadencia al tiempo que siente horror por el mundo fantasmal de los ancestros que nunca serán representados sino a modo de felices y alegres personajes.

5.3 Los autores y autoras.

Con la connivencia del poder civil, cuando la Iglesia abandonó su mecenazgo fue la burguesía la encargada de ocupar su papel encargando obras a los artistas que mejor supieran encumbrarla o dejar testimonio de su paso. Una vez más el artista fue comprado y su producción fue valorada en tanto servía a los fines requeridos. El artista no sería más que un elemento cuyo prestigio no dependía de él, ni siquiera de su obra, sino de cómo esta pudiera ser aceptada. El artista, por tanto, no va a ser libre cuando la libertad es una de las bases de la creación artística, su libertad no le conduce a nada, está en manos de los demás, los comitentes, que le han de *rescatar*. En el caso de los cromos, no podemos hablar de comitentes, sino de industria, cultural, pero industria en definitiva, de comercio dirigido a un grupo social, la burguesía y a la que representa.

Nos hemos encontrado con diseñadoras norteamericanas o inglesas de *scraps*, cuyas creaciones estaban dirigidas únicamente a editores concretos. Por ejemplo la relación entre Frances Brundage (1854-1937) y Raphael Tuck.

Si hemos de recurrir al concepto de estilo, más que definir a cada dibujante o litógrafo de los *scraps* tendríamos que recurrir a la teoría del profesor de Historia del Arte Ernst Van de Wetering (1938) cuando establece que *el estilo no define al artista*⁷⁶. El siglo XIX se caracterizó por la gran cantidad de inventos y descubrimientos que se produjeron. Sus contemporáneos se vieron inmersos en

⁷⁶ Van de Wetering, E. *Rembrandt: The Painter at Work*. University of Amsterdam, 2000.

un mundo pleno de estímulos y asombros sin saber ubicarse ante ellos. La adecuación a su presente, a sus propios deseos o creatividad, no debió ser del todo suficiente de manera que creadores, y los espíritus más sensibles, tuvieron que recurrir a la memoria colectiva de sus conciudadanos, naciones, etc. o simplemente a lo que su sociedad requería de modo que inconsciente y simultáneamente el ilustrador, creador de *scraps* en nuestro caso, ocupa el papel de historiador social. Queremos decir con esto que, unido muchas veces al anonimato de autores de *scraps*, no es difícil establecer estilos muy definidos que determinen la posibilidad de tal o cual dibujante o técnica. Si hasta casi un siglo los historiadores decían que el estilo define el carácter, hoy se prefiere opinar que los creadores no lo siguen de forma consciente sino que se dejan imbuir por su tiempo. Por tanto, lo que se define no es a un artista, sino al tiempo en que le toca vivir. Así, ningún creador es mejor o peor que otro y en el caso de los *scraps* lo importante es cómo se refleja un tiempo pasado, incluso para ellos mismos. Es cierto que encontramos diferencias en temario, iconografía e incluso mayor o menor perfección técnica a la hora de finalizar el trabajo litográfico, pero nada de esto nos conduce a agrupar por estilos de algún autor. Algunos cromos nos remiten, por ejemplo, a los temas infantiles del pintor escocés George Frederick Harvey (1806 – 1876) o de Arthur John Elsley (1860-1952). También del francés Emile Munier (1840-1895) o al costumbrismo y las escenas galantes de Adrian Moreau (1843-1906), también del norteamericano Daniel Ridgway Knight (1839-1924) o de Julien Dupré (1851-1910). La misma naturalidad que aparece en los cromos al tratar los temas de animales o estudios paisajísticos la vamos a encontrar en los cuadros de Auguste Bonheur (1824-1884). Igualmente los ángeles de William Bouguereau (1825-1905) volarán, pero troquelados. Todo lo expuesto quedará reflejado en obras de estos artistas, pero no podemos afirmar que fueran utilizadas para convertirlas en *scraps*. Aun así, señalamos la pertenencia al espíritu y la estética y al estilo de una misma época.

Lejos de la autoría heroica, los dibujantes o hacedores de los cromos permanecen en el anonimato. Se constata cómo la mayoría de ellos no son conocidos por el público ni suelen aparecer en los grandes tratados de la Historia del Arte. En este sentido, es como volver a la anonimidad de los artistas de la Alta Edad Media fundidos y sintetizando las corrientes existenciales del pueblo al que refleja con sus diseños y al que también intuye. Por esto nos es

fácil considerar este producto artístico como un producto por y para el pueblo, sobre todo para las clases medias. Sería fácil decir que, como en cualquier tiempo, los “*artistas*” creadores de cromos se deben a su tiempo, a sus dudas y preguntas, más que a sí mismos. Podemos considerarlos peones o víctimas que ilustraban estéticas o mensajes tan partidistas de otros más que de ellos mismos. Al igual que en el arte contemporáneo los creadores-artistas de los cromos pueden ser reconocidos como constructores de un lenguaje inmerso en una serie de convenciones. Tienen su pequeña cuota de libertad de expresión para ridiculizar, difamar incluso, o idealizar y serían conscientes de que apenas tendrían reconocimiento social⁷⁷. No obstante, nuestra investigación nos lleva a sostener que están muy condicionados por el hecho de crear obras, los cromos, de muy corta vida y que no están proyectados para las salas de algún museo, aunque hoy formen parte de algunos dedicados a lo victoriano⁷⁸. Sabían que el

⁷⁷ “*Los artistas menores, las artes menores, no reciben demasiada atención porque no son, desde un punto de vista estético, tan atractivos. Aunque ¿no es verdad que, a veces, nos dicen más quizás sobre una época de lo que hacen los maestros y sus obras maestras*”. Quentin Bell (1910-1996). QUENTIN, B. *Bloomsbury*. Futura Publications, 1974.

⁷⁸Como entidades dedicadas al estudio, conservación y divulgación de lo relativo a los *scraps*, debemos señalar:

-University of Florida Digital Collections.

-The Ephemera Society (UK): <http://www.ephemera-society.org.uk/>. Dedicada al coleccionismo, preservación, estudio y usos educativos de efémeras.

- Centre for Ephemera Studies: <http://www.reading.ac.uk/typography/research/typ-researchcentres.asp>. El primer centro de este tipo en el mundo. Pertenece al departamento de Tipografía y Comunicación Gráfica de la Universidad de Reading (UK).

- St Bride Printing Library (UK): <http://www.stbride.org/>

- The John Johnson Collection of Printed Ephemera:

<http://www.bodleian.ox.ac.uk/johnson/>. Ofrece una visión de la historia de Inglaterra a través de documentos de escaso uso que han sido preservados.

-Victorian Ephemera en la Manchester Metropolitan University:

<http://www.specialcollections.mmu.ac.uk/>. Informa sobre sus Colecciones Especiales de ephemeris victorianas y eduardianas, así como de sus estudios, cursos y publicaciones. Presenta alrededor de 350 libros originales de cromos con grabados, acuarelas, dibujos, cromos etc. que eran recogidos por las damas victorianas en su tiempo libre. Incluye la colección de tarjetas y valentines del siglo XIX donadas por

impacto visual para el público receptor, la emoción diríamos casi, estarían condicionados por el poco tiempo que dura el objeto, su fragilidad. Aunque artesanalmente bien elaboradas al principio, el hecho de depender de la tecnología, que los hace repetitivos, y estar destinados a existir por y para la industria y el consumo rápido, todo ello coadyuva a que sus autores no se plantearan su reconocimiento, a pesar de su gran talento. Permaneciendo en el anonimato atenderían más a la calidad de sus ideas, mientras que los impresores se preocuparían de la evolución de la producción.

A finales de la década de 1870-1879 el único medio para reproducir la creación de un artista era la xilografía. Lo normal era que los diseñadores emplearan diversas técnicas como el aguafinta, la acuarela, etc., y que al extrapolarlas a la xilografía se perdiera su frescura y espontaneidad. Era muy difícil que esta técnica recogiera los múltiples matices que el artista expusiera. Se logrará posteriormente con la técnica litográfica.

Una vez más, nos encontramos con la dificultad de saber si algunos dibujantes o acuarelistas conocidos, ilustradores de cuentos, etc. derivaron sus creaciones al campo de los *scraps*. Lo cierto es que muchos coinciden en temática y estilo. Ofrecemos una galería muy diversa de arte gráfico, un amplio espectro de creadores de imágenes entre 1850 y 1900 y que se adecuan a nuestra

Laura Seddon y Sir Harry Page a la Universidad (Special Collections:

<http://www.specialcollections.mmu.ac.uk/>).

- Musée de l'imprimerie de Lyon: <http://www.imprimerie.lyon.fr/>. Dedicado a las artes gráficas, es uno de los más importantes museos de Europa.

- The Valentine & Expressions of Love: <http://www.victoriantreasury.com/>. Junto a las piezas de la coleccionista Nancy Rosin, se nos permite acceder a interesantes artículos sobre la historia, personajes, etc. que rodean el mundo de los *valentines*.

- A Flowering of Affection: <http://www.indiana.edu/~liblilly/valentines/valentine.html>. En la Biblioteca Lilly, Indiana University, U.S.A.

- Heritage *Scrapbooks*: <http://www.crcstudio.arts.ualberta.ca/heritage/index.php>. Es un archivo digital de álbumes de cromos de alrededor de 1700. Pertenecen a la colección privada del Dr. Gary Kelly.

- The Cartophilic Society of Great Britain: <http://www.cs.gb.co.uk/>. Esta Sociedad está dedicada al mundo del coleccionismo.

investigación. Aunque se enmarcan en “lo victoriano” no todos son británicos. Señalamos a norteamericanos, alemanes, suecos, italianos... (reconociendo que el caso español merece un capítulo aparte):

Richard Doyle (1824-1883)⁷⁹, Catherine Greenaway (1846-1901), Esther Howland (1828-1904), Harriet M. Bennett (1870-1921), Marcus Ward (1802-, Hugh Thomson (1860-1920), Walter Crane (1845-1915), John Vinycomb (1833-1928), Harry Payne (1858-1927), posiblemente, el más reconocido de todos los ilustradores de *scraps*⁸⁰; Margaret Tarrant (1888-1959), Molly Brett (1902-1990), Edith Holden (1871-1920)⁸¹, el creador de la primera imagen de Alicia, John Tenniel (1820-1914), Randolph Caldecott (1846-1886) reconocido por sus acuarelas sobre la *Diverting History of John Gilpin* que también aparecerá en los cromos, Warwick Goble (1862-1943), Mabel Lucy Attwell (1879-1964), Arthur John Elsley (1860-1952), Ellen Clapsaddle (1865-1934), Charle Burton Barber (1845-1894), el pintor de gatos Henry Couldery (1832-1893), Ellen Jessie Andrews (1873-1916), Cecil Aldin (1870-1935) y sus maravillosos perros y caballos, el alemán Fritz Baumgarten (1883-1966), el austriaco Karl Feiertag (1874-1944) las suecas Jenny Nystrom (1854-1946) y Helge Artellius (1895-1985), el italiano Angelo Asti (1847-1903) o a la espléndida galería de ilustradores que Estados Unidos proporcionó como Frances Brundage⁸² (Img. 32) , Ellen H. Clapsaddle (1865-1934), Joyce C. Hall(1891-1982), Maud

⁷⁹ Obras de Richard Doyle en Colecciones Digitales de la Universidad de Florida.

Una magnífica colección de ilustraciones de finales de 1800 y comienzos del siglo XX contiene el Winterthur Museum and Library: <http://www.museumblog.winterthur.org>.

⁸⁰ BBC - Your Paintings - Harry Payne. (s.f.). Recuperado el 4 de Mayo de 2010, de www.bbc.co.uk. Muestra las obras de este autor en la National Collection.

⁸¹ En 1984 se rodó una serie de 12 episodios para la televisión británica basada en la obra y vida de la ilustradora, titulada igual que su cuaderno: *The Country Diary of an Edwardian Lady*.

⁸² Frances Brundage (New Jersey 1854-1937). Se especializó en la creación de imágenes de niños, ángeles, tipos étnicos, personajes infantiles, Santa Claus... y que aparecieron en ilustraciones de libros, calendarios, tarjetas de felicitación, *valentines*, cromos troquelados, etc. Editores suyos fueron Raphael tuck, Ernest Nister, Samuel Gabriel and Sons, Saalfield... Fuente: Brundage (28 de Dic. De 2007). Recuperado el 5 de Diciembre de 2010, de <http://ninona.wordpress.com/>

Humphrey (1868-1940)⁸³, Samuel L. Schmucker (1879-1921) y sus ilustraciones de enamoradas damas victorianas...



Img. 32: *Scrap* de Frances Brundage.

Algunos de los fabricantes (editores-impresores) de *scraps*⁸⁴ (ver anexo V) son: Dobbs Kidd & Co, Thomas De La Rue and Company, S. Hildesheimer & Co., Mameloc, Raphael & Sons, Marcus Ward & Co., Charles Goodall & Sons, Wolff Hagelberg, Raphael Tuck & Sons⁸⁵, Samuel Gabriel Company, Stecher litográfica Company, George C. Whitney, Ernest Nister⁸⁶... Obviamente, todos

⁸³ Fuente: Portraits of Little Girls by Maud Humphrey (24 de Marzo de 2013).

Recuperado el 10 de Marzo de 2014, de <http://www.youtube.com>.

⁸⁴ Un buen estudio sobre los logotipos de los editores puede verse en Publishers. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2013, de [http:// www.mishutkadesign.com/victorian-scrap-publishers](http://www.mishutkadesign.com/victorian-scrap-publishers).

⁸⁵ Una base de imágenes y datos sobre este editor en TuckDB Ephemera (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2013, de [http:// www.eph.tuckdb.org](http://www.eph.tuckdb.org).

⁸⁶ Sobre Ernest Nister recomendamos: The Land of Long Ago from Ernest Nister. (9 de Febrero de 2011). Recuperado el 16 de Enero de 2013, de <http://www.youtube.com>.

ellos tenían relación comercial con los creadores de los dibujos previos, pero no existen, en la mayoría de los casos, registros accesibles respecto a su identidad.

Aunque los creadores de los cromos realizan su trabajo en estudios o talleres, sin embargo las ideas que reflejan pueden venir de la contemplación del natural. Hay que tener talento para meter en la creación toda una poética, aunque sea autorreferencial del propio universo personal de cada diseñador o dibujante, sin que suene a falso y sin que el lector (*receptor*) perciba siquiera la singular pedagogía, la ideal intención de producir y crear un mundo mejor, conceptos que se han perdido⁸⁷. Por otra parte nos cuesta trabajo admitir que los autores de cromos estuvieran muy comprometidos intelectualmente con lo social, con lo extra-artístico. Esto no evitaría que produjeran estas obras donde se acoplan perfectamente lenguaje y contenido. Utilizando una comparación con lo que ocurre hoy día, al público receptor le interesaría más lo bonito, la brillantez en la ejecución de la obra –cromo- que la brillantez del discurso referencial, con lo cual ya tenemos al “artista profesional” por la necesidad industrial pero que, en nuestro caso, no ha abandonado la idea del “artista-vocacional” que queda perfectamente reflejada en las imágenes de nuestros cromos. Pero, insistimos, se pierde la libertad de elegir, la posible posición pluralista de los creadores de cromos a favor de la ideología del “mercado libre” al que no le interesa las obras maestras auténticas por lo que se pierde el concepto de “artista original”. Sus creaciones se basarán en una serie de convenciones, aunque esto no exima la riqueza de formas y temas que desarrollan estos creadores.

Si bien abunda la contemplación de la naturaleza, la flora y la fauna, descubriendo en muchos de los ilustradores sus notables conocimientos de botánica y zoología, por otra parte no podemos negar a los creadores de cromos su gran capacidad poética como narradores de ficciones y de inquietantes fantasías a través de las imágenes. Platón estimaba que pocas cosas hay más peligrosas que el artista. Al otorgar visos de veracidad a la imaginación y a la ficción, el artista se revela en esencia como un manipulador capaz de secuestrar la emotividad de los demás y dirigirla a su antojo; desempeña un papel de mediador entre la obra y el espectador que, en definitiva, es quien tiene que

⁸⁷ El artista inglés Eric Gill (1882-1940) opinaba que una ilustración debe “*realmente ilustrar, clarificar e iluminar el texto*” y no usarse para “*el flujo de la sensibilidad*”.

completar la obra de arte. Si esta característica es plenamente convincente, por ejemplo, en el arte contemporáneo, lo es mucho más en el tema que nos ocupa. Aunque nos producen cierta ternura por su ingenuidad será el espectador quien continúe o finalice la acción, por tanto crea. Esta “*creatividad*” puede ser aplicable, en cierto modo, a lo confeccionado en los álbumes de *scraps* donde el género femenino ocupaba parte de su tiempo a veces para impresionar a las visitas o como reducto de sus más íntimos pensamientos y deseos.⁸⁸

Los artistas-autores con sus cromos no intentan transformar su época, aunque consideramos que sí la reflejan. De forma especular, idealiza la sociedad que los materializa.

El diseñador, dibujante o creador de los cromos juega con algo muy importante que posiblemente el público desconociera: conoce muchas imágenes ya codificadas y establecidas en la historia del Arte; no les hará la competencia, solamente las reinterpretará, las recreará. Dirigidos a un público de clase media de cuya cultura y conocimientos dudamos, lo de menos sería que el coleccionista las reconozca porque tampoco se trata de educar al consumidor en este sentido. Si aquellas mujeres o niños compradores de *scraps* podían demostrar su estatus económico, esto no implica necesariamente gozar de un buen nivel cultural, tristemente escaso para el género femenino en aquellos días. Tampoco importa que no reconozcan el rostro de Durero o de Rembrandt⁸⁹ en una imagen de un cromo, ni que *El embarque para Citerea* de Watteau se insinúe; en todo caso, y puesto que nos movemos en el campo de la imagen, sí interesa que los personajes reales o políticos del momento, queden bien definidos. En el análisis denotativo del retrato, veremos como muchos de ellos podrían servir de ejemplo para ser copiados en auténticos cuadros.

Los autores tendrían que tener en cuenta, explorar e incluso decidir el papel soporte sobre el que se va a imprimir la imagen del cromo. Casi siempre usan

⁸⁸ Se podrían aplicar los nuevos conocimientos en Psicología para acercarnos a la personalidad o vida, su existencia en definitiva, de aquellas personas que dedicaron parte de su tiempo a recopilar o confeccionar los álbumes de cromos y que a través de ellos continúan comunicándose con nosotros.

⁸⁹ Un actual comerciante inglés de *scraps* exponía el rostro de Durero bajo el epígrafe textual de “*hombre joven*”.

el mismo tipo de papel, todos han de tener una buena base en anchura y altura como soporte de las transparencias o *encajerías* que han de venir a los lados o en la parte superior sin que el artículo se deteriore sobremanera o para ser revestidos con papel-seda que cubrirían trajes de los personajes. Se puede intuir que para un trabajo tan delicado como es el troquelado y recorte posterior se emplearía mano de obra infantil y femenina no sólo por más adecuada sino también por el bajo salario que percibían.

¿Existirían maestros y aprendices? ¿Habría, como en el Barroco, maestros que hicieran primero un boceto de las figuras y sus alumnos de taller acabarían el resto? ¿Habría especialistas que pintaran flores mientras otros se dedicaban a los rostros infantiles, por ejemplo? Son aspectos sobre los que, por ahora, sólo hemos podido conjeturar.

5.4 Relación con la lingüística y la literatura.

Los románticos ingleses y alemanes, a la vez que dudaban de la simbología y la iconografía de épocas anteriores, más que de la estética dieciochesca, conscientemente se dedicaron a recoger romances. Tradujeron obsesivamente el folclore, los cuentos populares, obras de otras épocas y otras literaturas europeas y orientales. Privilegiaban la Edad Media, como sede de una cultura redimida y todo ello en nombre de un mundo moderno, para los prusianos, y apoyo en sus pretendidas raíces para los ingleses. Su concepto de liberación y libertad iba siempre unido al reconocimiento con y del pasado. En esto radica uno de los valores que hemos reconocido en los cromos: la exposición de todo o parte de ese bagaje literario tan enriquecedor, aunque perdiendo lirismo. Es el mismo proceso que se observa en el paso de la prosa al verso.

Respecto a la literatura, el cromo *tiene la capacidad de crear mundos diferentes y maravillosos*. Pero, además lo interesante es que en el cromo vemos o, cuando menos, intuimos, otros relatos entrelazados.

Al igual que en los cuentos, a menudo el autor se detiene en la anécdota de lo que le ocurre al personaje más que en el personaje mismo; en los cromos también se alude, atendiendo más a la imagen que al detalle, a la acción misma. De esta manera, más que describir al personaje, la imagen de la acción misma,

de la pura narración, acapara el mensaje, los valores que se quieren exponer para que traspasen la conciencia del receptor. En los cromos de carácter narrativo, los personajes serán conocidos por lo que aparecen realizando más que por su fidelidad expresiva o fisonómica. El observador no tendrá que saber o conocer todo lo que le ocurre al personaje, extraído de la narración o del acervo popular o, simplemente, contemplado en el exterior, en la vida diaria; no hay que entenderlo completamente todo pero sí lo fundamental para poder captar la imagen del personaje del cromo en todo su significado y que en muchos casos nos remitirá a lo sabido de cualquier narración literaria. Será una continuidad entre imagen y conocimiento literario, pero con un factor muy importante: el observador del cromo actuará libremente, podrá incluir la poesía que le apetezca y, sobre todo, la imaginación que quiera, el espacio del desarrollo que desee. El cromo, aunque recortado, no se caracteriza, en general, por marcar el espacio, será el observador quien lo determine, siempre en la búsqueda de un sentido único.

Es difícil distanciar la relación entre imagen y su proyección lingüística. Para encontrar imágenes exentas de palabras o con significación narrativa habría que remontarse a sociedades relativamente ágrafas en las que la imagen no exceda de un estado pictográfico. Un avance narrativo ya se puede observar en el *Vaso François* (Img. 33), cerámica griega de figuras negras de alrededor del 570 a.C. donde texto e iconografía se entrelazan apareciendo algunos personajes representados con indicación de sus nombres al pie. El uso frecuente de imágenes, mediante grabados, xilografías o cualquier recurso mecánico, insertas en el texto es muy antiguo.



Img. 33: Vaso *françois*

Otros ejemplos los tenemos en los Libros de Horas, Breviarios, Devocionarios, etc. que encontramos en la cultura occidental de tiempos muy anteriores a la aparición del cromo. En cualquier época que haya tenido pasión por los libros vamos a encontrar el mismo fenómeno. El siglo XVIII es una muestra de ello. Es imposible concebir las *Fábulas* de La Fontaine sin ilustraciones. Antes como ahora la imagen sintetizadora de un texto será propia de cualquier medio de comunicación de masas, como título, como leyenda, etc. ¿Hasta qué punto los títulos de crédito de una película permanecen en su estado lingüístico o como imagen, composición, color, etc. nos van adelantar la narración que le sigue?

Pero el cromo nos presenta, como ya hemos visto, dos posibilidades: sin texto, la gran mayoría o acompañado de algún nombre, publicidad, recomendación moral, descripción costumbrista, uso social...

Cromos sin texto: podemos decir que el cromo pertenece al ámbito de lo individual, familiar o en último caso como manifestación y uso de relaciones muy cercanas. Es así que, al igual que el cuento popular, lo consideramos como un hecho cultural de gestión propia cuya lectura y significado se va haciendo *in fieri*, no formal, en contraposición al producto ya elaborado y listo para el consumo que los actuales *mass media* nos ofrecen permitiendo escasos juegos imaginativos. Sobre el cromo podremos desarrollar el proceso imaginario que nos parezca y en la extensión que queramos, con inicio fortuito y final conveniente siempre abiertos a otras interpretaciones.

Cromos con texto: en algunos cromos, encontramos palabras aludiendo al personaje representado (nombres u ocupaciones normalmente) o recomendaciones emocionales, afectivas o simplemente protocolarias.

En general nos ofrecen una información bastante parca. Al no existir en la imagen el concepto de escena el mensaje lingüístico queda reducido a expresiones de pocas palabras, en general carentes de verbo, o usado en modo imperativo, con lo cual consiguen el carácter de inmediatez y de frescura que subraya a la propia imagen. ¿Para qué aportar un texto largo si con uno corto y connotado se aporta toda su significación? Tengamos en cuenta que este mensaje lingüístico puede separarse del icónico codificado y el no codificado.

Por tanto el cromo sigue formando parte de la civilización de la escritura más que de la imagen.

Si ya la existencia y finalidad del cromo nos parece ambigua en algunos aspectos, sin embargo, no nos lo parece en su perfil aledaño a lo narrativo, a la tradición oral como sistema de comunicación más primitivo que el propio texto histórico, oralidad complementada por la memoria y la imaginación poética. De esta forma, el poseedor u observador del cromo, de su imagen representada, ya no será un simple consumidor sino un productor de texto al mismo tiempo. Una vez más manifestamos su paralelismo con los cuentos populares orales contemplados como *de costumbres, maravillosos, como cuentecillos de relatos breves anecdóticos, humorísticos, sarcásticos, etc.* Pero, ya que toda imagen es polisémica por los variados significados que nos puede aportar, la inclusión de cualquier texto fijará la intencionalidad con la que quiera conducir al espectador o lector haciendo que éste se desprenda de otros significados posibles. Es una interacción alejada de la pasividad que supone la aceptación de formas, tradiciones o lecturas predeterminadas. De todas formas, la imagen no es libre sino que permanecerá condicionada por la misma sociedad. Por eso la inclusión de un pequeño texto acompañando la imagen condiciona, es regresivo en el sentido de que la conduce a unos niveles referentes a la mentalidad, la moral o la ideología de la sociedad que la crea. En efecto, si abundan sutiles manos que ofrecen un billete con el *Acepta esta nota de mi mano como pago y señal, Tu cariño reparará por amor lo que el amor pida*, es porque era frecuente la entrega de estas notas con motivo de celebraciones o no y acompañadas de ramilletes de flores. La contemplación de estos cromos no deja de producir inquietud al tratarse de una mano cortada que presenta una nota de papel sobre un ramillete de flores que flota en el espacio. Para combatir el terror o la incertidumbre que esta imagen pudiera producir, el mensaje lingüístico determina el significado. Su lectura, no será la de una mano que porta un papel, ni el texto mismo implícito, sino el acto social de felicitar, ofrecer amor, ejercer la galantería cuando no el cortejo. El acto social definitivamente. Es decir, la imagen pierde su significado completo.

A la manera de un cuento instantáneo, no hay que contemplarlos como imagen de un suceso sino como un momento, como una forma de escritura dibujada. Supone una vez más un acercamiento entre la literatura y el arte, entre la

caligrafía y el dibujo o pintura, si entendemos el cromo como obra de arte o simplemente como un exponente cultural. Este acercamiento a una de las características del arte contemporáneo que implica la belleza de una forma caligráfica o el significado narrativo de una figura (Imgs. 34, 35, 36 y 37), fue intuido por muchos escritores, artistas e incluso caricaturistas como Honoré Daumier (1808-1879).

Este pulular de personajes y personajillos, con sus actitudes y costumbres, con sus efímeras vidas, anónimas la mayoría de las veces, que aparecen en nuestra materia, sería equiparable a lo reflejado por Balzac en su *Comédie humaine*; igualmente, esta construcción argumental es fácil encontrar en obras posteriores como en *La colmena* de Cela e incluso en el cine de temática coral. Al igual que en lo mencionado, en los cromos se expone, no se juzga, salvo en algunas caricaturas donde prevalece lo lúdico y risible sobre la sátira.

Retomando a Balzac establecemos que, aunque queda enmarcado en el mundo del Antiguo Régimen, sin embargo, con su novela *Pierre Grassou* se adelanta a un cambio total en la existencia del arte, auspiciado por el poder mediático de la prensa y la publicidad para proletarizar a la sociedad y sobre todo por la proliferación de artistas, la desaparición del mecenazgo de la Iglesia (*Dios ha muerto...*) y del Estado y el desarrollo de un mercado de nuevos ricos que no ven la diferencia entre una obra maestra original y la reproducción de imágenes en serie.

Ese mercado de nuevos ricos al que hemos hecho alusión no es más que un trasunto de lo que estaba ocurriendo en la sociedad y que se proyectaría en la centuria siguiente. Así, cuando Evelyn Waugh, en su novela *Retorno a Brideshead*, editada en 1945, rememora los esplendores del pasado reciente utilizando un rico lenguaje retórico y ornamental, no hace más que centralizar y simplificar en su personaje, Charles Ryder, el arribismo de un individuo de clase media, una especie de Barry Lindon, que aspira a la aristocracia. Del mismo modo en la iconografía de los cromos aparecerán continuamente guiños aristocráticos ya en desuso que la burguesía quiere mantener aunque sea en su representación más parcial.



Imgs: 34 y 35



Imgs: 36 y 37

5.5 Importancia y actualidad de la estética del cromo.

Descontextualizados de su época y de su tiempo el cromo se ha convertido en un trasunto de nuestra civilización occidental, aunque solamente nos acogiéramos a sus formas, temas, a su cromatismo o a su composición que en definitiva se alían para proporcionarnos su auténtico mensaje, mensaje que se expande fuera de su cronología histórica. Observados, aprehendidos y entendida su representación de la naturaleza, por ejemplo, están más cercanos a nuestra esencia occidental de lo comprendido en simples trozos de papel. Fin de un tiempo: el cromo sabe a tiempo extinguido, de ambiciones, de terribles guerras, victorias y derrotas. De ese desencanto y descreimiento no se sale a

pesar del lirismo aportado por Chopin con su música o de la épica revolucionaria de Delacroix (Chopin muere en 1849). El cromo no es más que un intento de fuga buscando quizás ese lirismo.

Ya se ha comentado como lo victoriano, enmarcado ya en el denominado *Kitsch*, pervive en cualquier tióvivo de verbena, en la decoración moderna de interiores o en los subproductos de China, repetidos hasta la saciedad, cómo nuevas técnicas como el offset o la reproducción fotográfica mantienen la pervivencia del cromo. ¿Por qué ocurre esto? Tengamos en cuenta que las raíces sociales de un sistema de valores nunca cambian de forma súbita y, por naturaleza propenden al desarrollo arborescente: lo victoriano y los profundos valores ejemplarizados en los cromos pueden aparecer en cualquier objeto, sea un póster, una maceta o un paño de cocina. Pero, en el fondo, o los observamos como inadecuados o, como hemos dicho, pertenecen a lo *Kitsch*, a una infracultura, aunque esta tenga su propia valoración estética e incluso sus coleccionistas y consumidores.

¿Por qué hoy día contemplamos a los cromos como algo del pasado de difícil inserción en nuestro mundo contemporáneo? Es cierto que continúan haciéndose y consumiéndose, pero su valoración, finalidad, etc. han perdido el sentido que tenían en el siglo XIX. No refleja nuestro tiempo. Ningún enamorado adulto recurriría a enviar un trozo de papel donde aparecen flores y con el texto “*no me olvides*”, por ejemplo. Permanece para la infancia –y ésta no era la única receptora cuando se crearon- y para coleccionistas. Algunos existen en museos (Museo Marés en Barcelona o en la Biblioteca Nacional. Ver apartado sobre los autores) pero, queramos o no, y a pesar de su reproductibilidad que los conecta con el mundo contemporáneo, tienen un aura de Antiguo Régimen por su imaginería, simbolismo o sincronía con su tiempo que los aleja de nosotros. Cualquier creación cultural contemporánea, y así las artes plásticas, se generaron y definieron por completo en el Antiguo Régimen. Ni siquiera Walter Benjamin⁹⁰ aclaró la solución de recambio del *ejemplar único* para los tiempos actuales. Aquí no podemos hablar de ejemplares únicos porque el cromo ya pertenece al campo de la reproductibilidad. Entonces ¿Qué los separa de nosotros? Simplemente el mercado y su predominio sobre el público a quien van

⁹⁰ BENJAMIN, W. Traducción de Jesús Aguirre. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936). Madrid: Ed. Taurus. 1973.

dirigidos los cromos: su demanda, frágil y aleatoria. Reproductibilidad y público masificado son conceptos que discurren paralelos pero no siempre son el mismo. El cromo simplemente habría que entenderlo como una herencia cultural del pasado, inserta en su temporalización-secularización sin alcanzar la identidad moderna porque, al igual que nosotros, los valores y productos culturales, no son eternos, ni absolutos, sino temporales, relativos y, por ende, cambiantes.

¿Existe relación entre el mundo de los cromos y el nuestro? ¿Es posible salvar la distancia conceptual, estilística y hasta espiritual que media entre ellos y nuestro tiempo?

El cromo no expresa una propuesta de estilo, porque en ellos se manifiesta gran variedad de los mismos -ver apartado *relación con otras estéticas*-. Al cromo hay que atenderlo en su tiempo, que implica una gramática, unos códigos exclusivamente particulares, aunque formas, colores o espacio sean refrendables con cualquier obra de arte. Porque en la redacción artística es normal que el tiempo, los tiempos, se confundan y a veces los espacios cronológicos se atraviesan como algo permeable⁹¹. Por eso hay que recurrir casi siempre a lo externo al cromo, si queremos interpretarlo, pero sin olvidar su esencia. Es decir, hay que detenerse en el contexto (Ver capítulo 6) en que se produce este tipo de comunicación, aunque esto no es más una característica de la propia naturaleza del arte. Si el cromo es o no arte habría que dilucidarlo, aunque participa de estos principios que estamos comentando. Clement Greenberg⁹² sostenía que cada forma de arte tenía su propia naturaleza -un conjunto de propiedades- cuyo significado es específico, parte de un periodo y no puede trasponerse inocentemente y que el imperativo de cada arte era revelar su esencia, deshaciéndose de lo ajeno. Arte o no, kitsch o no, el cromo no es tan

⁹¹Manifestaba André Bretón que *Existe un lugar en el espíritu donde vida y muerte, lo real y lo imaginario, el pasado y el futuro, lo comunicable y lo incommunicable, lo alto y lo bajo cesan de ser percibidos como contradicciones*. Entendemos la pluralidad en y de los cromos como facciones no contradictorias.

⁹² Clement Greenberg (1909-1994) en su ensayo *Avant-Garde and Kitsch* entendía que había que huir de la propaganda capitalista que intentaba igualar cualquier hecho cultural reduciéndolo al mero consumo con lo que todo arte, como el modernista, derivaría en lo kitsch, así también los cromos nacidos totalmente para el consumo.

inocente, tan inocuo, como aparece a simple vista, participa de una ingenuidad deliberada que se disfraza de *jouissance*, contempla otros períodos como espejos de su tiempo, convirtiendo la historia en narcisismo; esa libertad para identificarse con otras estéticas de otros tiempos, sin embargo, es restringida, no es tan ecléctica como podría suponerse. En general tiende a inspirarse en un solo estilo, tanto, que a veces se confunde con él mismo. Volverá a él una y otra vez en sentido retórico, pero falto de su dialéctica. Estimamos que será el realismo y el romanticismo los estilos que más se vislumbran en los cromos. Esa emigración de las formas -sin esencia- del cromo a otras esferas podemos hacerlo en dos direcciones: relacionándolos con estéticas o mundos anteriores (Barroco, etc.) y utilizando todo ese bagaje para transportarlos a nuestro tiempo (estéticas a lo kitsch o la vuelta de tuerca que suponen el neorromanticismo o lo neovictoriano que siguen teniendo vigencia) En definitiva, el cromo, aunque entendemos que debe rechazarse una definición estricta de las formas artísticas, como cualquier obra de arte de cualquier tiempo, participa de la manipulación simbólica de la realidad, de la realidad de su tiempo; pero a pesar de esa promiscuidad con el arte del pasado que consideramos sus referentes, el cromo no se compromete con las fuentes y tampoco con su presente histórico o estético como ya hemos establecido. Como máximo, vivirá con nostalgia de las formas agotadas, de manera que estas pequeñas obras de arte se convertirán en curiosidades, en *souvenirs*.

Si estudia el pasado como un apoyo formal lo considera más allá de las exigencias de su presente, de su tiempo, con lo cual cae el cromo en ese engaño que nos ha parecido desde el principio de esta investigación; engaño para el público a quien va dirigido, lo confunde porque no es precisamente un público iniciado al que pretende entretener, llegándole a crear y hacer creer una falsa conciencia de su tiempo. Ni es aquel en el que se inspira, ni es el presente. De ahí la tragedia que se arrastra desde el Romanticismo y que continuará siempre que el individuo no viva el tiempo que exactamente le ha tocado vivir. Aun así, y teniendo los cromos un sentido encriptado, estos nos han proporcionado sugerencias muy luminosas.

5.6 Conclusiones.

Después de analizar estas conexiones ¿podemos establecer que el cromo pertenece a un tiempo o estética de transición? Las estéticas de transición suelen caracterizarse por no haber sido entendidas del todo, como ocurrió con el Manierismo. En este sentido, afirmamos que los cromos sí responden a una época de transición. Pero, por otra parte, ¿qué época de la historia o del arte no ha sido de cambio o transición? Ante tal inconsistencia, hemos preferido centrarnos en el cromo en sí mismo, aunque hayamos hecho un desglose de comparaciones con otras estéticas usadas como vehículos aclaratorios en nuestro estudio.

Abiertas quedarían, no obstante, algunas otras cuestiones:

¿Significan una evolución entendida como un progreso? ¿Supuso un cambio en alguna medida? ¿Por qué ha merecido la pena comparar la estética de los cromos con otras anteriores?

Es norma general que el gusto de una época, su estética, su sentido de observar y plasmar las formas y todo lo que implica en su concepción del mundo, suele evolucionar contra los gustos anteriores y precedentes. Sin embargo, en el caso de los cromos, utilizará lo pretérito como reafirmación. El Renacimiento y sobre todo el imaginario Barroco aporta al sur de Europa lo que se llama “*la locura de ver*”, una gran información visual de lo real (*Villa Médicis* de Velázquez) y de lo imaginario (bodas místicas y sagradas conversaciones, elevaciones...). Consideramos que en el cromo se dan ambas posiciones. Unos nos aportarán personajes o situaciones reales, mientras otros nos obnubilarán con ángeles o personajes míticos facilitando la conexión entre la realidad, nosotros, y lo divino.

Pero hay más. Mientras lo anterior ocurría en el sur de Europa en una sociedad totalmente influenciada por la Reforma católica, el norte, en la pintura holandesa, por ejemplo, se inspira más en el racionalismo científico que en lo religioso. Esto quiere decir que esa pintura está impregnada de un cartesianismo que busca lo objetivo en la naturaleza ¿Responde a esta última idea las maravillas descriptivas de formas o colores que vemos en ese estudio casi botánico de algunos cromos, o de personajes exóticos para los colonizadores europeos? Es decir, lo mismo podemos vislumbrar un posible

naturalismo barroco tan reivindicado en el siglo XIX, como el abandono de la temática religiosa, la búsqueda de nuevos géneros y temas, la necesidad de pequeños formatos que una nueva clientela, la burguesía, necesitaba en sus viviendas y que ya no eran los palacios anteriores.

Tampoco estarán los cromos exentos de cierto academicismo del siglo XVIII ; el aire del rococó ni que decir tiene que se hace presente casi continuamente; las galanterías de Watteau de Fragonard o de Guardi se trasmutan en los cromos en pequeños personajes recortados que galantemente ofrecen ramos de flores; tampoco huye del realismo.

Concluimos, por tanto, que una de las bases y características del cromo será la de presentar un gran desarrollo de la exploración visual creando un mundo propio, plural y por su gran sentido de la libertad, lleno de imaginación. Con una gran falta de linealidad, usará múltiples referentes textuales y de imágenes, síntoma de las artes visuales posteriores y, en general de toda la producción cultural contemporánea. Al igual que en ésta, en los cromos se pierden los grandes recitativos, las grandes historias, prefiriendo lo anecdótico, las *petites histories*; lo concreto, tanto visual como textual cuando acompañan a las imágenes, recalarán en la simple alusión temática –no de formas-, encriptada para nosotros y para todo aquel que no pertenezca al momento artístico, social, cultural o histórico en que los cromos se desenvuelven. Entendemos que la rica creatividad que se desarrolla en los cromos no está exenta de belleza, aunque depende de la volubilidad en su percepción por quien los contempla, tan sujeta a los cambios en el tiempo y a los prejuicios.

Capítulo 6.

CONTEXTO SOCIAL E IMAGEN

6.1 Introducción.

Algunos aspectos del contenido del presente capítulo, por su dimensión, y por la repercusión que para el resultado de nuestra investigación alberga, bien hubieran podido formar parte del análisis cualitativo de contenido. No obstante, hemos considerado necesario su planteamiento como parte de la descripción y contextualización de nuestro objeto de estudio por tres razones fundamentales:

- La sociedad en la que se inscribe el cromo y la imagen que estos reflejan de la misma, son aspectos con demasiada entidad como para reducirlos a un mero punto de atención de las características de los que serán detallados en el análisis cualitativo. En cierto modo, su importancia es tal, que traspasa todos y cada uno de los contenidos que centrarán nuestra atención en dicho análisis, por lo que resultaría estéril tratar de separarlo de los mismos como si se tratase, solamente, de un aspecto más del cromo, susceptible de ser evaluado.
- La información relativa a la imagen social transmitida por el cromo, resulta fundamental para entender el significado y el papel desempeñado por nuestro objeto de estudio como medio de comunicación de masas.
- Además de profundizar en la imagen que los cromos proporcionan sobre la sociedad de su tiempo, de manera más o menos desvirtuada, su análisis requiere, así mismo, una descripción precisa sobre las características reales del contexto social e histórico en el que se desarrolla nuestro objeto de estudio, de manera difícilmente separable de la propia imagen que proyecta.

6.2 Economía, imperialismo y sociedad.

El liberalismo llega a ser una sola doctrina donde se incluye lo político, lo económico, lo intelectual e incluso lo religioso. Este concepto unitario ya venía desde el siglo XVIII pero será en el XIX cuando se fragmenta en varias ideologías distintas: el liberalismo económico de corte capitalista se basará en dos principios, la riqueza y la propiedad. El liberalismo político se opone al despotismo, será el fundamento doctrinal del Gobierno representativo y de la democracia parlamentaria. El liberalismo intelectual, aunque algunos intelectuales se manifiesten intolerantes, se caracterizará por el espíritu de tolerancia y conciliación⁹³. Los *scraps* utilizarán todos estos principios para hacerse con su imagen en provecho propio. Vayamos a los *scraps* ingleses: magníficas mansiones o el bienestar del agricultor que trabaja su tierra, escenas de animales parlantes que gritando desde sus escaños imitan o se mofan de la representatividad de los políticos, la tolerancia hacia otras culturas africanas u oceánicas... Son diferentes aspectos del romanticismo que contemplamos en el material usado para nuestra investigación, los cromos.

Inglaterra estará enmarcada dentro del liberalismo, especialmente en la época de Stuart Mill y, más tarde, en los últimos años del siglo XIX. El socialismo de esta etapa estará impregnado en gran medida por ese liberalismo. Capitanado por la burguesía, cuya finalidad y término normal será el imperialismo, tendrá el sello de lo británico. Es decir, liberalismo, socialismo y visión británica quedarán justamente unidos. Ese imperialismo repercutirá no sólo en el país sino en toda Europa expandiendo su cultura y aportando conocimientos de cualquier tipo, de la naturaleza, de lugares lejanos, costumbres, etc. Será frecuente la figura del viajero que relata⁹⁴, trae, dibuja o pinta todo lo que encuentra a su paso ensanchando el mundo conocido. Y esto lo encontramos en el mundo de los cromos. De ahí la fuerte conexión entre Inglaterra y los *scraps*. Recordemos que en el siglo XIX a la cabeza de la expansión colonial

⁹³ Incluso en España el Romanticismo adoptará formas liberales con Larra o Espronceda en literatura.

⁹⁴ Hay que destacar que será en el siglo XIX y en conexión con el darwinismo cuando surge la Etnografía como ciencia y que, a su vez, incidirá en un incipiente turismo que buscará lo extraño o maravilloso de otras gentes y culturas.

marchó Inglaterra seguida por Francia⁹⁵. En cuanto a lo social el liberalismo, como hemos indicado, con su sello burgués establecerá la importancia de la imagen de las clases privilegiadas, aristocráticas o no, burguesas, no dando la misma importancia a las clases más bajas y marginadas, proletarias. Esta será usada, transmutada en lo poético o ingenuo, nunca en su cruda realidad. Si la sociedad inglesa seguía siendo conservadora y puritana, el lirismo que apreciamos en muchos de estos cromos habría que conectarlo con lo fantástico y desbordado de la poesía de Shelley y Keats.

En economía diremos que los burgueses no tienen otro ideal que enriquecerse, producir y vender productos manufacturados – así los *scraps*- mientras que los obreros piensan en romper con su situación material y buscar nuevas oportunidades, aunque sea en tierras lejanas y desconocidas. Tanto unos como otros, por causas distintas, llevan el espíritu, la economía y la técnica de Europa a otras tierras: África, América, Asia, Oceanía. A través de misioneros, negociantes u obreros, Inglaterra y después Francia establecerán una real hegemonía sobre el resto de los continentes. Pero no siempre con la paz como bandera. A veces tienen que utilizar fusiles y cañones. Todo esto también aparecerá en los *scraps* ingleses por la explotación del continente africano. Es un ejemplo más de cómo la imaginaria de los cromos ingleses no sólo recurre a su historia pasada, sino a hechos históricos más recientes. Recordemos que la actividad exploradora de los ingleses en África se desarrolla entre 1830 y 1877.⁹⁶

El socialismo francés del XIX constituye una reacción contra el liberalismo burgués acuñado en Inglaterra. Más que expandir, Francia se preocupará de conservar su economía o la cultura, por lo que el Imperio colonial francés será obra de algunos individuos y no de una gran masa como ocurrió en Inglaterra.

⁹⁵ La política colonial de Francia adquirió un progresivo aumento a través de la Restauración, la “Monarquía de Julio” y el Segundo Imperio. Los viejos países colonizadores como España, Portugal y Holanda aparecen estancados (apenas encontramos cromos de estos países que ejemplaricen su colonialismo). Alemania e Italia, todavía en formación, llegaron tarde al reparto del mundo. Y aunque la técnica de la litografía aparece en Alemania, como en Italia sus cromos tomarán un aspecto más intimista y nacional que la grandilocuencia del cromo inglés o francés.

⁹⁶ En 1880 el mapa de África estaba ya trazado en gran parte abriéndose el camino para su reparto posterior entre las potencias europeas, sobre todo Inglaterra y Francia.

Si en el cromo inglés abundan reyes, reinas, nobles en definitiva, en el francés, aunque al principio adoptan de Inglaterra cierto aspecto monárquico y aristocrático, sin embargo pronto se verán impregnados de una imaginería burguesa y liberal donde apreciamos humor, mascaradas, historia nacional, menos aristócratas, más burgueses quizás menos tradición y más hurgar en la Historia francesa con mayúsculas. Vamos a encontrar *sans culottes* o a Luis XVI, pero de aspecto risible, sin la solemnidad con que aparece la reina Victoria en el cromo inglés.

El clasicismo academicista y racionalista de tanta trayectoria en la cultura francesa, quedará apartado y será el mundo romántico de los cromos ingleses o alemanes el que triunfará en Europa, incluida Francia. Influirá grandemente el mundo medieval más que el Barroco, recreando detalladamente castillos, iglesias en ruinas, parajes inquietantes, leyendas con princesas o príncipes a caballo. Es el Romanticismo inaugurado por los escritores Walter Scott, Goethe, Víctor Hugo o Chateaubriand. Esta tendencia se propagó a los historiadores, a los filólogos, incluso al mundo de los creadores de imágenes. Ahí tenemos el Prerrafaelismo, por ejemplo, o el a veces denostado neogótico en Arquitectura. Todo ello sesgado por una visión popular de la Historia que en el fondo convenía a la existencia y al consumo de los *scraps*⁹⁷. Hasta ahora Europa había conocido la Literatura de los grandes estados. Ahora el Romanticismo prefiere detenerse ante el regionalismo (precursor del nacionalismo poético posterior), rompe el concepto hasta ahora vigente y admite que lo bello se da en cualquier parte. Todo esto influirá en la imaginería de los *scraps* apareciendo individuos de razas diferentes a la europea, flores exóticas de países lejanos, indios montados en elefantes o mujeres chinas que suscriben su belleza bajo espléndidas sombrillas.

En lo que respecta a Europa, el *scrap* hará referencia a los nacionalismos, sobre todo de aquellos países disgregados o sujetos a culturas extranjeras (pensemos en Italia). Se trata de los llamados “*renacimientos*” y que coincidirán con los factores revolucionarios, ya liberales, ya nacionales. Estos cambios inciden también en la imaginería de nuestros cromos redundando en costumbres nacionales (corridas de toros en España, por ejemplo), fiestas,... Otros se

⁹⁷ En Alemania, el romanticismo tiene también agudos exponentes en Novalis, Hoffman, Keats o Enrique Heine.

detienen en los trajes típicos autóctonos como la representación de italianas con sus peculiares tocados acompañados de enamorados que parecen iniciar una tarantela, o en niños – el futuro serán ellos- que portan las banderas nacionales de cada país,...

A finales del siglo XIX el imperialismo de Inglaterra o Francia unido al alejamiento del positivismo facilitará la entrada en una dinámica irracional que desembocará en el estallido de la Primera Guerra Mundial. Algunos autores, como John Bernal, afirman que esta reacción antirracionalista y antipositivista de finales del XIX tendió a limitar el ámbito e importancia de la ciencia y que estuvo dictada por un inconsciente pero efectivo deseo de evitar la revolución social⁹⁸. Las tensiones generadas por el capitalismo industrial no tendían a decrecer sino a aumentar; la fuerza de los sindicatos, de los partidos socialistas y del movimiento obrero en general aumentaban correlativamente y un aldabonazo había sido la Revolución de la Comuna que tanto había sobresaltado a la burguesía. Esta reacción antipositivista sería uno de los factores del freno que la ciencia sufrió en su avance a finales del siglo XIX. El siglo XX se abre con nubarrones de crisis. Aquí situamos el descenso de la creación y consumo de nuestros cromos. Seguirán existiendo pero con una evolución propia, en el tamaño, lo simbólico, lo imaginado, lo figurativo, etc. Pero todo esto merece un capítulo aparte.

6.3 La imagen edulcorada.

¿Qué podemos rastrear del siglo XVIII en el mundo de la cromolitografía? Obviamente, los cromos son representaciones gráficas plenas de sensibilidad, pero *sensibilidad* significaba, a comienzos del siglo XVIII, revolución, promesa de libertad, apuesta por el cambio social, aunque fuera subversivo, y fin de los prejuicios. A partir del momento en que la sensibilidad se consideró un valor, todo el mundo quiso aplicarla a sus actos cotidianos: los aristócratas para mantener sus privilegios, la burguesía para amortiguar las críticas a sus deseos de amasar dinero, el pueblo para ver si con esas nuevas maneras era posible mejorar sus condiciones de vida. Y aquí es donde entramos nosotros: había que

⁹⁸ BERNAL, J.D. *Historia social de la ciencia*. Madrid: Península, 1967.

educar a los niños haciendo que sus costumbres y juegos respondieran también a esa *sensibilidad*. Y no solamente a los niños. También llegará a los adultos con los *valentines* en el siguiente siglo. Y el cromo lo consigue creando una semiótica basada en el sentimentalismo tan afín al Romanticismo más que en la *sensibilidad*.

Pero la paradoja de esta historia es la paradoja central del Siglo de las Luces: el delicado sentimentalismo y la adoración de la naturaleza crearon las condiciones favorables para el desarrollo de la sensibilidad, con su culto a la mujer, al mismo tiempo que los moralistas y juristas proponían un modelo de matrimonio puritano, llenando de sorprendentes tabúes la vida íntima de los esposos. Los mejores momentos son las escenas del té, con sus conversaciones de doble sentido, cargadas de un extraño erotismo, picantes para quienes sepan adivinar el sentido oculto de las palabras.(Ej: el lenguaje de las flores y/o del abanico).

Hay que saber comportarse en la mesa, en la sala de estar, en el dormitorio. Es un mundo hipócrita que habla de la igualdad en la sobremesa, imposible sin embargo ante la pobreza de su entorno.

En esa renovación de la sensibilidad europea debemos situar el voyeurismo sobre la vida privada, que es una de las condiciones previas para el desarrollo de la novela inglesa del siglo XIX.

Una sociedad es aquello que de ella dicen sus imágenes. El cómputo de todas las imágenes que proyecta determina su inserción en el mundo, marcando decididamente lo que esa sociedad nos permite ver y lo que irremediabilmente oculta haciéndolo invisible. Sólo a veces el artista nos deja entrever inconscientemente algunas pistas que el público debe descifrar.

El cromo no representará grandes temas iconográficos, mitológicos, históricos o religiosos (aunque en el caso español y quizás por influencia de los grabados, las cromolitografías de temas religiosos pecan de popularismo y folklore más que de grandes conceptos bíblicos o teológicos). En el cromo, los personajes representados se mueven entre juegos, sus mascotas o sus utensilios más cercanos, dándonos una visión marcadamente etnográfica de la época. Por otra parte de una acusada hipocresía porque, en efecto, presentan un mundo idílico,

ordenado y virtuoso, quizás ascético, que no tiene en cuenta en su iconografía otras realidades más negras, como el mundo de la prostitución, de los trabajadores de la recién creada industria o de la esclavitud de las colonias.

En el caso francés, enmascara verdaderos problemas, sociales, económicos o políticos, latentes o próximos. Si bien el concepto de bienestar o de igualdad social tan próximo a la Ilustración influyeron por ejemplo en el pensamiento de Condorcet o en el Conde de Volney⁹⁹ sin embargo ellos mismos admiten las diferencias sociales según la capacidad económica de cada clase. Es posible que sea este aire diferenciador pero igualitario, aunque enmascarado, el que oscila en la iconografía de los cromos franceses. Es decir, podemos asistir a una representación galante realizada por adultos o niños a la par y en la misma medida que la miseria, la pobreza o el duro trabajo de un marinero o un labrador toman cuerpo en un rostro bobalicón y casi divertido de infantes, mujeres u hombres. Más que sufrir parecen hasta divertidos en su condición y circunstancias. Exaspera no tanto la ingenuidad como la fragilidad de lo representado, como encerrada en sí misma, tan contingente como la misma sociedad que los crea, concedora del breve momento que estaba viviendo ante los cambios ideológicos, económicos, sociales que se estaban fraguando y que se les avecinaban. Lo que es evidente es que no hay ningún signo de lucha o rebeldía a pesar de la conexión que reflejan con la vida cotidiana. Simplemente es la misma burguesía triunfante la que aparece ante el al espectador deseosa del gozo ante la vida aunque evadiéndose de la realidad; la ilusión de progreso no evita que el cromo contribuya a consolidar la imagen de poder a la par que serán testimonio de los cambios. Habrá que esperar a la estética realista que en Francia, tras el desencanto revolucionario a partir de 1848 y en paralelo al mundo de nuestros cromos ausentes de denuncia, tenderá a concienciarnos con los problemas sociales, como el trabajo de niños y mujeres, las viviendas insalubres, la miseria, el hambre o la fatiga por el duro trabajo. Descubrimos esta línea social y veraz también en los cromos ingleses haciendo aparecer tipos profesionales, militares, labradores, granjeros, pastores, zapateros, gañanes o picapedreros etc. pero siempre con el mismo aire ausente, lejos de la desgracia

⁹⁹ Conde de Volney. En *Las ruinas de Palmira* el mismo autor admite su paternalismo hacia los trabajadores pero sin implicarse en su realidad.

ontológica de los personajes realistas de Courbet o Millais o de la marginación de pícaros, ladrones y lumpen en general.

Al mismo tiempo nos presenta una sociedad adornada con virtudes totalmente prefabricadas, no reales, en las que no se tiene en cuenta valores tales como la sinceridad, la justicia social, o temas tales como el adulterio, que existe pero no aparece. El desmedido interés por los más mínimos detalles de la vida cotidiana intenta persuadir al espectador de su capacidad de observación, pero expresa también el sentimiento de la importancia de cada objeto (*chinerías*), gesto o situación a la hora de valorar la sensibilidad de los esposos, de sus hijos y de los amantes de unos y de otros.

Es fácil entender por qué en este campo de la cromolitografía abundan las imágenes de mujer. Simplemente porque ésta fue utilizada como instrumento de comunicación moral a disposición de la burguesía con el cual se intenta higienizar la sociedad. Se puede entender como una forma de organizar las relaciones personales basadas en monogamias estables (casi siempre de tipo matrimonial) que se entienden como paso previo al desarrollo de un núcleo familiar. Siempre utilizando la imagen de la mujer y su papel en la sociedad. En este siglo XIX las mujeres podían utilizar la fecundidad como estrategia de movilidad ascendente pero siempre bajo el ideal romántico del sacrificio por amor a su marido y a su familias, sin otros objetivos o intereses que no fueran una especie de ascetismo identitario de una nueva religión merecedor de reconocimiento por los demás y por el dios del hogar. Cualquier postura que no se amoldara a estos códigos sería censurada por la colectividad y soterrada bajo el silencio, el cual influiría en la iconografía de los cromos, produciendo imágenes muy codificadas de carácter alegórico, tal y como también sucede en la literatura.

Convenía establecer una taxativa separación entre los roles a desarrollar por los dos géneros. Por ende, en los cromos apenas aparecen imágenes de caballeros porque la soltería solamente se les puede aplicar a ellos más que a ellas. Con el imaginario de las cromotipias se intenta rodear a la mujer de una domesticidad basada en el mito romántico donde se asocia matrimonio y amor. No deja de ser una faceta del control social para mantener a la mujer en un estado subalterno en relación a los hombres y que responde a unas estructuras con raíces

bastante profundas nada fáciles de desentrañar. De ahí lo pertinente de este tipo de investigaciones.

La invención del matrimonio por amor sólo existe desde el comienzo de la Revolución Industrial. Era lo más deseado aunque lo más opuesto a lo que la sociedad estaba viviendo. Todo esto daría lugar posteriormente a la pareja malthusiana que se extendería hasta mediados de los años 60 del siglo XX. A partir de entonces entraría en crisis, aunque sería un modelo a perseguir hasta la actualidad, con una diferencia: en el Occidente del capitalismo avanzado los roles de género se han hecho menos rígidos y esto ha repercutido muchísimo en el papel desempeñado por de cada uno de los cónyuges dentro de la pareja.

En relación al control que se ejerce sobre las mujeres y al que hemos hecho alusión con anterioridad, hay que especificar el aspecto casi infantil con que se refleja la imagen femenina en las cromotipias. Y ello simplemente porque en el sistema patriarcal judeocristiano que la moral victoriana aprovecha, a la mujer se la infantiliza porque se la considera como ser subalterno al varón. Y así mujeres e infancia acapararán todo el escenario de estas pequeñas litografías.

Es difícil pensar que todo este reaccionarismo ideológico estuviera condicionado únicamente por el impulso económico de la revolución industrial y su impacto en los cambios sociales inherentes, pero despunta que ambos pasaron de ser circunstancias históricas a convertirse en personales. A los individuos se les otorgarán herramientas para que puedan afrontar estos cambios. Una de las herramientas será la necesidad de identificación con todo lo que subyace en las imágenes que proyectan las cromolitografías.

¿Pero llegaron los individuos realmente identificarse con la imagen que la sociedad les ofrecía? Quienes convivieron desde la infancia con el dulce y complejo mundo de las imágenes de los cromos ¿creerían en ellos?, ¿sabrían identificarlos en su realidad? Tengamos en cuenta que hemos tratado del cromos su valor propagandístico y masivo que intenta nivelar valores y gustos donde el individuo queda diluido para ser considerado parte integrante de las motivaciones del cromos y al mismo tiempo incluso el producto final. Puede que todo quedara simplemente en una cuestión estética (Imgs. 38-42).



Imgs. 38-42: Cromolitografías con escenas sentimentales.

6.4 Un mundo pequeño y cercano.

En el cromo no asistimos a una renovación ideológica, de un nuevo ideal social y humano. Plantea icónicamente una sociedad bien clasista y clasificada propia del Nuevo Régimen, y dado su carácter pluralista y que se dirige a un público bastante extenso, podemos decir que no participa en el intento de la construcción de una sociedad más igualitaria.

Todo lo contrario. Supera lo convencional para llegar a ser reaccionario: la felicidad que denotan sus personajes nos indica su amor por el lugar y país en que se desarrollan sus pequeñas acciones. Es decir, que el mundo mental de las masas populares, tanto en la ciudad como en el campo, estaba reducido

sensiblemente a sus pequeños horizontes y que irán abriéndose poco a poco (asistimos a cromos con referencias a países lejanos, con seres, costumbres y hasta vestuario muy diferentes a lo que estaba acostumbrado el europeo medio); son una prueba de una escala bien aceptada donde una aristocracia, encabezada por reyes -en el caso de Inglaterra- precede a la burguesía. Las clases más bajas sólo ocuparán el lugar de lo anecdótico, no su realidad, y tienen también que ocupar, diríase con *alegre* resignación, su puesto en este escalafón y siempre respetando a sus superiores, los cuales tienen que ser comprensivos con los inferiores; de la misma forma que niños y mujeres han de respetar al padre o al marido, de la misma forma que hay que ser tolerantes más que comprensivos con los nativos de otros lugares y de los que se resalta su exotismo o, en todo caso, alguna batalla contra ellos asociada al colonialismo. Es muy interesante observar cómo en los *scraps* los rostros de los nativos que luchan e incluso mueren, no presentan dolor ni odio. Cada uno ocupa el lugar asignado en la imagen y en la realidad porque también ellos han de ser felices en el lugar que ocupan¹⁰⁰. Se concluye, por todo esto, que lo reaccionario se delata porque en los *scraps* queda descartada la idea de que la igualdad es inasumible y que para que existan *castas* superiores es necesario que existan pobres aunque todos seamos hermanos.

¿Le interesaría a la aristocracia manifestar su posición de poder a través de los *scraps*? Estimamos que no. Sería usando las bellas artes, no estas miniaturas de papel. Es la burguesía la que pretende alcanzar los mismos bienes y derechos y para ello usará cualquier medio propagandístico de sí misma o de su entronque con la aristocracia. Esa burguesía es conocedora de su cuota de poder, de libertad de expresión, de cuál es el territorio donde tiene que desarrollar su trabajo. De esta forma utilizará en los cromos la imagen de la aristocracia y probablemente, ésta claudique en sus pretensiones de figuración

¹⁰⁰ Si atendemos a la gran carga de romanticismo que asiste a los cromos veamos, por el contrario, lo que opinan autores literarios como Emile Zola cuando confiesa: “*aborrezco el romanticismo a causa de la falsa educación que me ha dado*”. Es decir, el realismo posterior, al que pertenece el escritor, anularía el valor pedagógico de los cromos porque no se adecuan a la realidad. Entendemos que estos cambios de postura son lógicos en la evolución de cualquier cultura, así la europea, tan convulsa en el siglo XIX, de todas maneras hoy sí concedemos un valor educativo y moral a los cromos aunque tengamos que detenernos solamente en sus aspectos sincrónicos.

con tal de continuar siendo un referente icónico para el pueblo llano. Pero también sabe la burguesía que desde ese pequeño espacio nunca podrá conquistar la vida social o intelectual, aunque sí la del dinero. En este sentido los *scraps* no son más que un ejemplo y reflejo más de los cambios sociales que se gestan y desarrollan en Europa a lo largo del siglo XIX. El desarrollo burgués supone una suplantación para la aristocracia y el temor para muchos porque ello acrecentaría aún más las diferencias sociales. Hasta las Revoluciones Liberales en Francia sólo podían ejercer el derecho al voto la alta burguesía y los terratenientes. Tras la revolución de 1848 se consiguió el sufragio universal masculino, la reducción de la jornada laboral hasta diez u once horas diarias, el reconocimiento del derecho al trabajo para todos los ciudadanos y la abolición de la esclavitud. Esta exposición queda bien manifiesta en los cromos franceses, por ejemplo, porque en los ingleses se mantendría la imagen de la aristocracia, de la tierra o de la nobleza, como símbolo de poder bastante alejada de la problemática social que hemos expuesto. Concluimos manifestando que en los cromos asistimos a un microcosmos de su época donde se mezclan fenómenos psicológicos, sociales, culturales e incluso geopolíticos, o intereses nacionalistas y reivindicativos en el caso de los cromos ingleses, bien diferentes a los franceses o españoles, por ejemplo.

6.5 El pasado como ideal.

¿Por qué el cromo se reafirmará en gran medida en el pasado icónico mientras también atiende a los avances que se están teniendo lugar en su tiempo? ¿Por qué tanto hurgar en el pasado?

Simplemente porque entienden que la búsqueda de lo inmediato provoca una relajación de la moral y las costumbres, y nada hay más inmediato que su propio tiempo. El cromo tratará de combatir cuanto de pernicioso existe en el presente mediante diferentes mecanismos:

- Con el buen ejemplo.
- Con la imagen repetitiva y continuada.

- Con el uso interesado de unos valores religiosos donde se une lo ético a una teología trasnochada.
- Dotando de valor a los oficios, exaltando la dignidad del trabajo, en sintonía con el calvinismo.
- Con la celebración y exaltación intencionada de algunas fiestas cristianas como la Navidad.
- Con la representación visual de obras teatrales o algunos personajes de ópera.
- Exaltando hechos o costumbres que doten de cohesión e identidad social al grupo de pertenencia, reduciendo la cultura exclusivamente a los términos de lo nacional o regional, en Inglaterra o Alemania, como principales países donde se fragua el fenómeno de los cromos.
- Introduciendo la confusión entre lo ideológico y lo cronológico. Creían en el tiempo lineal como un continuo hacia atrás, como una regresión de la cultura, de forma que aplicaban sus principios morales, éticos, cívicos, estéticos, etc. al pasado sin tener en cuenta que cada época se rige por principios diferentes, con todo lo que conlleva, y con el agravante de considerar superior su momento, sobre todo durante la segunda mitad del siglo XIX. Pero por miedo al futuro, tampoco saben o quieren dar explicaciones respecto a la crisis de la ideología del progreso que se avecina o a reflexionar sobre los problemas inherentes al pluralismo cultural que los nuevos descubrimientos o el imperialismo estaban proporcionando.
- Reestructurando el pasado de manera interesada, repetitiva y con un lenguaje icónico pretencioso, que impregna el presente a su manera, excluyendo o marginando lo que de él no les interesaba; se hacen fuertes en lo anterior o en un presente idealizado, porque en el fondo consideran una amenaza los cambios que se avecinan, en tanto que invasiones peligrosas y erosivas de su identidad. Ante la fatiga de la civilización que

reflejan los cromos, su respuesta apela a la historización, no a la historia, que acaba siendo objeto de manipulación.

- Con la *simulación*¹⁰¹: el cromo y la sociedad en la que se inscribe optan por *simular* todo aquello que no les interesa de la realidad (ver cuadro 3).

Cuadro 3:

El concepto de simulacro de Baudrillard.

En el contexto del pensamiento de Baudrillard el simulacro perdió la aceptación que tradicionalmente lo relacionaba con la teoría de la mimesis, que buscaba en la imitación de la Naturaleza el supuesto sentido de su fundamento: "simulacro es una imagen a semejanza de una cosa".

El simulacro de Baudrillard ya no constituye el resultado de la imitación de la realidad, sino lo contrario: su nueva interpretación manifiesta el fin de la imitación y la aniquilación de cualquier referencia. Tal es el sentido de nuestro concepto que constituye el "tercer orden de simulacro", muy distinto de los modelos anteriores de representación de realidad que utilizaban otras formas de similitud. En El intercambio simbólico y la muerte' el autor habla sobre tres órdenes de simulacros, que se fueron reemplazando uno a otro en la cultura europea desde la época del Renacimiento cuando el orden feudal fue cambiado por el orden burgués:

La falsificación es el esquema dominante de la época "clásica", o sea, desde el Renacimiento hasta la revolución industrial. "Es pues en el Renacimiento cuando lo falso nace con lo natural", con la imitación de la naturaleza. El simulacro de primer orden, de la era de la falsificación, del doble, del espejo, del juego de máscaras y de apariencias, no suprime jamás la diferencia; supone la porta siempre sensible del simulacro y lo real. Ese tipo de simulacro como la "copia" renacentista garantizaba la verdad de original ("verdad sobre verdad").

La producción es el esquema dominante de la era industrial donde el orden de la falsificación ha sido tornado por el de la producción serial, liberado de cualquier analogía con lo real (el simulacro de segundo orden). Se acabó el teatro barroco, comienza la mecánica humana. En la "serie" de la industrialización los objetos producidos en masa no se referían a un original o un referente sino que generaban sentido el uno en relación con el otro, según la referencia a una lógica de mercancía, por eso mismo desafiando el orden natural de la representación y del sentido.

La simulación es el esquema dominante de la fase actual. Aquí estamos en los simulacros de tercer orden, ya no hay falsificación de original como en el primer orden, pero tampoco se encuentra la serie pura como en el segundo: solo la afiliación al modelo da sentido, y nada procede ya según su fin, sino del "significante de referencia" que es la única verosimilitud. En este nivel de la simulación la reproducción indefinida de los modelos pone fin al mito de origen y a todos los

¹⁰¹ Baudrillard. J, *Simulations*. Semiotext, 1983.

valores referenciales, se acaba la representación: no más real ni referencia a que contratarlo; el simulacro "ya no es del orden de lo real, sino de lo hiperreal".

Fuente: Vázquez Sánchez, I. *La transestética de Baudrillard: simulacro y arte en la época de simulación total*. En: *Estud. Filos.* N°38. Universidad de Antioquia, Agosto de 2008

- Dotando de gran importancia a la naturaleza, quizás en la línea de la fisiocracia. Ante la perversión ecológica hacia la que apunta la industrialización, el cromo opone una naturaleza idílica, casi virgen, digna de ser contemplada (flores, frutos,...), vivida (campesinos inmersos en sus tareas como la recolección, etc.) o participada (niños que juegan entre flores...). Con un incipiente sentido del ecologismo, de características muy diferentes al de nuestros días.
- A finales del siglo XIX y comienzos del XX, los cromos asumen la imagen de los nuevos inventos, pero enmascarados entre flores, personajes felices que recogen el grano con nuevas maquinarias o trenes o aviones que vuelan con niños sonrientes. Magnifican así la importancia de la tecnificación (recordemos que el cromo llega a existir por el desarrollo de la tecnología), como si quisieran compensar de los daños de la modernización.
- La realidad de otras culturas, como las orientales o las africanas y su relación con las mismas se aborda de manera superficial. Apelando en su representación, únicamente a rasgos descriptivos o estéticos. Ni siquiera en los cromos de temática militar o patriótico-nacionalista es reflejado de manera verosímil el dramatismo de las guerras coloniales.

Concluimos este apartado exponiendo que cualquier simulación de la realidad, o la falsa ilusión colectiva contribuye a su propia agonía. No puede neutralizar los temores o las angustias que se ciernen sobre esa misma realidad. Conservar lo que interesa, como exposición museística, como teatro de recuerdos; congelar el tiempo, esterilizar otras culturas, pasadas, reprimidas o marginadas;

descontextualizar el pasado; eliminar de la naturaleza, incluido el hombre, lo que contiene de violento¹⁰²... todo ello será susceptible de desaparecer. Así, todo lo que el cromo supone, quizás forme parte de la dialéctica de la Ilustración que oscila entre la autoconservación, la dominación del propio yo (la moral victoriana) y el dominio de los otros (imperialismo e industrialización que anonada al individuo), en un intento de que la memoria colectiva se convierta en algo totalitario que elimine la individualidad de los personajes.

6.6 La religión.

El cristianismo siempre ha sido un elemento de cohesión de los hábitos de vida de los europeos, fueren cuales fueran sus creencias. También se ha señalado cómo el Romanticismo supuso una vuelta a una formalidad religiosa extrema en Europa. Esos aspectos formales no fueron vividos de la misma manera en todos los países de acuerdo con su cercanía al Papado o la propia evolución histórica de cada uno. En nuestros cromos asistimos a una plasmación de hábitos más que de principios y que se reflejan, por ejemplo, en la celebración de la Navidad, la abusiva presencia de campanas, trineos de Papá Noel y sobre todo un *aggiornamento* de paisajes nevados, fuegos encendidos en hogares, siempre burgueses, con gran acompañamiento de niños que nos brindan la inocencia con que eran estimadas estas fiestas donde la religión se convierte en costumbre más que en creencia.

Otra fiesta religiosa muy celebrada era la Pascua. Todas las casas se adornaban con un ramo de lirios blancos y en los servicios religiosos de Semana Santa no faltaban estas flores que embellecían las iglesias y capillas. Por otra parte, el lirio blanco representaba la pureza. No deja de ser muy interesante la línea *cromos-niños-ingenuidad-pureza* a la que asistimos; en el fondo supone una de las bases iconográficas en nuestros cromos.

Se toma de la religión aquellos iconos que participan de esta trayectoria como es el nacimiento del Niño Jesús con o sin sus progenitores. En otras ocasiones la iconografía cristiana desaparece del todo y es suplantada por aquello que

¹⁰² Pierre Jeudy, H. *La culture en trompe-l'oeil*. Exhibitions International, 1986.

refleja una mentalidad más que una creencia, mentalidad que ni siquiera apela a la emoción ni a la conciencia individual. Sin retórica, los símbolos religiosos en los cromos estarán alejados del catolicismo más beligerante. Faltando el contenido del dogma, simplemente se ensalza lo formal dirigido hacia la futilidad, abusando de los efectos para caer en la afectación, dando más importancia a aquellas escenas que sirvan de ejemplo inmediato para la vida corriente o sirvan de ideales medios para la oración más que a la trascendencia del hecho religioso. Los temas se subrayarán con imágenes dulces, sensibles e inocentes cercanas a lo *kitsch* que serán *consumidas* en la intimidad del hogar. Así encontraremos niños en peligro protegidos por un ángel de la guarda o arrodillados con sus palmas juntas en oración mientras dorados querubines los contemplan.

En oposición al concepto comunitario del catolicismo la visión individualista y anónima protestante se reforzó con el intimismo victoriano. Esto incidirá en la ausencia de escenas religiosas comunitarias. En los *scraps*, y con aire romántico, aparecerán pequeñas iglesias enmarcadas dentro de un paisaje nevado, por ejemplo, hacia donde se dirigen padres que conducen algún hijo de la mano. Es, quizás, lo máximo de transmisión religiosa a lo que podemos aspirar. Hay que precisar que por la parquedad de medios que implica el *scrap* una visión de conjunto en un interior es más difícil que el ejemplo antes citado.

En otras ocasiones se fusiona el Cristianismo con tradiciones paganas como ocurre con la celebración de la *Pascua*. Desde la antigüedad, en esta época del año se celebraba la fiesta del renacer y de la fertilidad que implicaba la llegada de la primavera, bendecida por la diosa Oestre.

Al igual que la existencia de los cromos, la conexión con las culturas del norte y centro de Europa es evidente. La Reforma protestante tuvo dos consecuencias importantes para el arte: los países que se amoldaron a la Contrarreforma vivieron la Historia Sagrada de forma más sombría. Prácticamente no vamos a encontrar ninguna iconografía dramática tan abundante en la Historia del Arte como la que usará esta Iglesia Romana triunfante, mientras que en las zonas protestantes del norte de Europa la Iglesia dejó de encargarse de obras religiosas. Los artistas tendrán que dedicarse al paisaje o al retrato redundando en los pequeños formatos, más adecuados a las viviendas de una clase burguesa mercantil y más adinerada que los grandes espacios religiosos, y no a las

escenas bíblicas¹⁰³ de gran tamaño. ¿Quiere decir esto que el origen temático, iconográfico, de los cromos estaría en los países de aceptación protestante? No podemos afirmarlo, pero es sumamente interesante cómo hemos centrado nuestro trabajo fundamentalmente en Alemania e Inglaterra y a estos dos países nos remitimos continuamente sin dejar de mencionar a otros como Francia o España, adscritos posteriormente a todo lo anterior.

Otra iconografía al uso en los cromos es la de la cruz (Img. 43), pero, sin perder de vista lo expuesto anteriormente: no ofrecen una sensación luctuosa sino que su misticismo se *aggiorna* como un canto a la naturaleza o a la vida por la profusión de flores que suelen portar las cruces; la divinidad no tendrá que estar en la cruz sino que late en la naturaleza, en la inocencia de los niños, en el cuerpo y en el contacto humano que, por inocentes y en libertad, no habrán de tener sentimientos de culpa. Los mismos principios aparecen en la obra de Lewis Carroll. En ambos casos, en el plástico o en el literario, esta persecución de la belleza, convertida en una especie de nueva religión, pudo ser una forma de evadir la moral victoriana o los rígidos principios anglicanos¹⁰⁴. En el caso de L. Carroll anota su principal biógrafo, Morton Cohen: «*Rechazó rotundamente el principio calvinista del pecado original y lo substituyó por la noción de divinidad innata*»¹⁰⁵



Img. 43: La cruz *aggiornata*

¹⁰³ Un caso interesante es el de Hans Holbein el joven (1497-1543). Dado lo encorsetado de la situación que impedía su libertad creativa, emigrará a Inglaterra donde sería un gran retratista.

¹⁰⁴ A la sazón, y refiriéndose a la moral victoriana, Virginia Woolf la señalaría como una *herrumbre que penetró más que en los muros, en el alma de toda una época*.

¹⁰⁵ Morton Norton. C, *Lewis Carroll: A biography*. Vintage Books, 1995.

Hay que tener en cuenta que, por ejemplo en el caso de Francia, el racionalismo filosófico anterior unido a las teorías sociales, produjeron un anticlericalismo que percibimos en la producción de cromos franceses, más dados a cualquier tema que a los religiosos. Bien diferente es la producción en el cromo español, pero encontramos muy interesante que el socialismo más que partir de la realidad social esbozó sistemas ideales (Saint Simon, Fourier) para llegar a una sociedad futura, libre de cualquier conflicto social o económico. Bien, ¿y no es esto lo que se plasma en nuestros cromos? En sus personajes no hay luchas sociales, la sociedad aparece estática, sin dinamismo. Si el *scrap* inglés manifiesta un risueño clasismo, el francés, fruto de y para una burguesía que antes elogiaba a la clase obrera, después consideró que cada clase tenía que ocupar su lugar exacto y los más desfavorecidos simplemente tenían que volver al trabajo, contenta y pagada con poder ver ondear de nuevo la bandera tricolor.

De todas formas, y extrayendo algunas conclusiones, lo interesante es que la burguesía acabará entendiendo que para una buena organización industrial y productiva los hijos de los obreros deberán estar preparados para nuevos tiempos, aprendiendo a leer y escribir porque ya no sería la Iglesia o la religión los transmisores de las ideas y valores de la nueva sociedad sino los periódicos, los folletos, libros, incluso los cromos, más baratos y asequibles los medios básicos de transmisión.

6.7 Función social del cromo.

Como para el arte en general, es un poco complicado referirnos a la *función* del cromo. Interpretar la función del cromo es una cuestión compleja y profunda, difícil de responder aunque apliquemos teorías críticas. Lo importante es contemplarlos como una estrategia cultural y social de su tiempo, como una resistencia ética incluso ante la realidad que no era precisamente un paraíso soñado y entendida como salvaguarda de su memoria histórica, articulando sus contenidos, creando otro mundo aunque sea imposible. No significa un abandono de los presupuestos ideológicos de esa misma sociedad, sino que reconfigura el vínculo entre arte y público como algo funcional, aunque recurra al pasado, a las referencias históricas que le servirán para no renunciar al convencionalismo de esa misma sociedad. Esto se comprueba al observar cómo

el creador de los cromos acepta y adopta las ideas que le sirven para su cometido lo cual requiere inteligencia y sensibilidad para no enfrentarse precisamente a su entorno. De no hacerlo así, no tendría éxito.

Quizás, habría que buscar su función en los resultados prácticos del mismo objeto -difusión, venta, juego, entretenimiento instantáneo, coleccionismo- en las respuestas intuitivas de los artistas a su momento cultural. Será la simple visualización, la mirada, la que concede a los cromos esa unidad y coherencia, el sentido de pertenecer todos al mismo hecho creativo, cultural e histórico, a la misma representación sensible y al arte pero siempre con el tono didáctico y moralizante que los caracteriza.

Creados, diseñados y producidos para un público consumidor, el cromo, al igual que la pintura o la escultura de su época, participa de la misma sensibilización sin crítica; si la pintura decimonónica no tiene por qué reflejar la belleza ideal, si esa pintura está llamada a decorar salones de esplendores fingidos, de estilos mal copiados, antigüedades de imitación en comedores o dormitorios, una de las funciones del cromo será ocupar un papel similar en espacios domésticos y para un uso completamente privado de una burguesía que, al igual que sus caserones de imitación, sus anacrónicos ropajes, sus arcaicas maneras y victorianas etiquetas, tienen una función principal: dar culto a la melancolía que, como trágico romanticismo encontramos en los cromos.

Hay que tener en cuenta que la actividad cultural – en la que incluimos los cromos- funciona como hecho de crear o potenciar la identidad y socialización de cualquier grupo humano, estamento o clase¹⁰⁶, como puede ser la religión, el estado, la profesión o la familia de tanta relevancia en la época victoriana y de gran necesidad para una clase emergente como la burguesía del siglo XIX. Por otra parte la lucha por los imperialismos ascendentes de países como Inglaterra o Francia, países pioneros, creadores y productores de cromos, necesitaba el apoyo de esa identidad nacional a la cual contribuyen los cromos aunque les concedamos aspectos frívolos y superficiales. Esa identidad por tanto estará condicionada por los vaivenes históricos, económicos o ideológicos

¹⁰⁶ Algunos *scraps* matizarán la diferencia social exponiendo las diferentes conductas o labores de un niño pobre en contraposición a las de un niño burgués, sus atuendos, etc.

y quedará reflejada en los cromos. Aunque todos tengan visos de cosmopolitismo, por ejemplo, la iconografía del cromo español no será extrapolable al francés. Además, por esos cambios históricos a los que aludimos, el siglo XX supuso un cambio bastante radical si lo comparamos con el XIX. Por tanto, es lógico que la existencia de los cromos se diluya y aleje de sus orígenes.

En las culturas o subculturas juveniles las identidades se adoptan provisionalmente, se articulan mediante pautas de vida y complicados códigos subculturales, y una de las funciones del cromo es precisamente esto: establecer códigos que unifiquen las conductas de los jóvenes a los que iban dirigidos. La misma provisionalidad tiene esa etapa de la vida, como la de los cromos. Lo mismo podemos constatar para el campo femenino. Si los cromos, simples o compuestos en los *valentines* eran dirigidos a doncellas posiblemente casaderas, hay que afirmar que esa etapa en la vida de la mujer era también provisional. Después, posiblemente todo cambiaría y la dura realidad de sus nuevos estados se haría presente. Es decir, aparte de la función de crear códigos de identidad, el problema de la industria del cromo, como cualquier otro medio de comunicación de masas, es el de crear un deseo de autenticidad que la propia realidad no podía satisfacer.

En un gesto reduccionista al considerar la simple imagen del cromo por sí misma, deberíamos detenernos en su función de transmisión etnográfica de un tiempo y una sociedad pretéritos: nos vamos a encontrar con útiles para la agricultura, aperos y aparejos de las bestias para la labranza, utensilios de cocina, porcelanas decorativas de interiores burgueses, sombreros, zapatos... y un sin fin de objetos que formarían parte de la intrahistoria de aquel tiempo. La misma función como documento etnográfico le concedemos al *scrap* cuando forma parte de la decoración del árbol de Navidad; es frecuente verlos mezclados con juguetes entre las ramas de los abetos mientras los niños se afanan inconscientemente en dar culto al árbol, que no es más que un símbolo de la vida que permanece a pesar del frío invierno.

Las etiquetas publicitarias ("*labels*") de productos de consumo como jabones, sopas, etc., se hacían con la técnica de la litografía, bien para su distribución manual o para ser insertas en las cajas contenedoras del mismo producto. Hemos descubierto cómo muchas imágenes se repiten tanto en ellas como en

scraps troquelados, con finalidades bien distintas. Es harto difícil saber cuál fue la intención original e incluso los autores, pero queda patente una inteligente optimización de recursos.

6.8 Conclusión

Nietzsche (1844-1900) dijo “*Dios ha muerto*”. Quizás por eso, en la imaginería de estos cromos no aparece el sentido religioso, y además nos encontramos con su contrapartida: la de Kant (1724-1804) con su moral laica que viene ad hoc a la sociedad del XIX. Al desarrollo tecnológico que supuso la industrialización y el consumo masivo de productos –aunque sólo los percibieran las clases más adineradas- se unen la solidaridad ideológica entre el poder y la economía, la moral y la industria, la penuria ética que adoba a las clases populares con la simbología, iconografía, etc. de estos cromos tan alejados de la realidad o con un realismo contenido, de ahí su carácter retórico, signo crepuscular de cualquier sociedad. Podríamos hacer notar que ética y consumo de masas andan por caminos separados – lo que, por otra parte, es de una rabiosa actualidad-. ¿Por qué alejados de la realidad? Posiblemente porque lo reflejado en los cromos es indiferente a las dos leyes de la Historia, es decir, a qué ocurrió, y en qué orden y, por otra parte, porque participan del *presentismo*¹⁰⁷ entendiendo que el pasado es igual al presente, haciéndolo actual incluso. Todo se confundirá, el pasado con el presente, lo cual no deja de ser una impostura incluso para gobernantes que se acercaron al pasado para legitimar sus políticas o crear un ambiente nacional – esta técnica sería usada incluso por líderes fascistas en el siglo XX-. Recordemos cómo creadores, arquitectos, pintores, etc. removieron el pasado inglés buscando su época de glorificación en el medievo por lo cual vamos a asistir a multitud de cromos con una visión de castillos, caballeros, príncipes o reyes totalmente alejados de la realidad y de la historia de la misma manera que el arte neogótico recalca en Inglaterra, Francia

¹⁰⁷Dentro de la filosofía del tiempo, el llamado presentismo es la creencia de que únicamente existe el presente, mientras que futuro y pasado son irreales. Las entidades “pasado” y “futuro” deben, por tanto, ser consideradas como constructos lógicos o ficciones.

y en otros países usando una estética rebuscada, aunque utilizando materiales novedosos como el hierro, alejados del auténtico gótico.

Vemos cómo en el cromo ni se narra con rigor el pasado ni se supera la tentación del anacronismo, ni se contempla el presente en su justo valor y realidad¹⁰⁸. Es cierto que en el tiempo que nos afecta de los cromos, el Reino Unido, por ejemplo, se caracterizó por exportar su imagen, sus valores, su sentido de la vida en definitiva, no solamente a través del colonialismo, sino sobre todo difundiendo las formas de vida de las clases más altas y de su elitista y alta cultura aplicándose como máximo a la clase media. Es cierto que nuestros cromos rezuman cultura según se desprende de nuestro estudio pero ¿dónde se reflejan los otros grupos sociales contemporáneos, la gran clase baja, las lacras sociales o las necesidades del pueblo? Una vez más no hay rigor histórico. Para colmo, en ese tiempo, el exacerbado puritanismo victoriano llega a tener categoría moral en el país y esto queda también reflejado en los cromos. Todo será válido para fomentar una moral ciudadana recogiendo lo más amable de cualquier época, no sólo del gótico, haciéndolo conectar con lo más amable también de su tiempo de la segunda mitad del siglo XIX y comienzos del XX. Consideramos en esta línea que el cromo, por esto se acerca al concepto de lo kitsch que hemos mencionado anteriormente. Expuestas estas consideraciones, ¿podemos deducir la mediocridad del cromo por su búsqueda nostálgica de un pasado irrelevante y una conexión con un presente ausente?

Este trabajo no pretende hacer concesiones éticas o valorativas. Un tiempo se mide, vive, según sus propios presupuestos; precisamente porque la antropología cultural se originó en el siglo XIX, podemos analizar el mundo de los cromos desde una perspectiva diferente a la del tiempo actual.

¹⁰⁸ En el cromo no se hace el recorrido de las clases trabajadoras que malvivieron con el auge del maquinismo inmoderado y la primera industrialización pesada. Grandes contingentes de trabajadores al límite de la pobreza emigraban de Europa a América llevando como equipaje la certeza del sacrificio al que estaban condenados para salir adelante y malvivir. Procedentes de Inglaterra y de Estados Unidos hemos encontrado cromos con la imagen de personajes judíos recibidos con alegría por la Estatua de la Libertad. No nos consta la misma idea con los trabajadores.

Capítulo 7.

PROYECCIÓN DEL CROMO EN LA SOCIEDAD DEL SIGLO XX

7.1 El coleccionismo

¿Qué papel desempeña el coleccionismo en el impulso de la actividad artística y en la preservación del patrimonio cultural? Es obvio que hay muchos tipos de coleccionismo pero el que tiene que ver con las distintas artes y manifestaciones culturales tiene en su raíz ese impulso por establecer un puente entre el yo y el nosotros que Hegel situaba como un paso decisivo en su filosofía del espíritu....lo que un individuo guarda, lo que conserva, acaba siendo, en la mayor parte de los casos, patrimonio de todos, reserva del fondo cultural de la humanidad. Walter Benjamin enumeraba como figuras románticas la del viajante, el paseante o *flâneur*, el jugador y el virtuoso. Pero, entre ellas, echaba en falta precisamente la del coleccionista al que caracterizaba como “*este tipo al que mueven pasiones peligrosas, si bien domesticadas*”¹⁰⁹. El yo coleccionista rompe la soledad de todo individuo proyectándose en objetos en los que se comunica con otros, aunque habitualmente sin hablar. En último término, el coleccionismo es una pasión secreta que en su fondo más íntimo encubre una voluntad de omnipotencia, un deseo de permanecer, de vencer el paso del tiempo.

El coleccionismo no aparece como tal hasta el siglo XVI y XVII, primeramente en Inglaterra y después en países con tradición imperial como España (que después tendrá un protagonismo internacional). A mediados del XIX aparece el cromo como medio divulgativo o de promoción de un artículo. Comenzaron a surgir como un medio de publicidad por tanto. Los envoltorios de alimentos como el café, dátiles, vainilla, cacao, llevaban estampillas multicolores en los que se destacaban las virtudes del producto.

¹⁰⁹ BENJAMIN, W. *Imaginación y sociedad (Iluminaciones I)*. Madrid: Taurus, 1998.

Los niños comenzaron a hacer de estas *estampas* un objeto de colección, un nuevo juego. Estaban impresas en blanco y negro, sepia o color. Los motivos eran aves exóticas, razas humanas, barcos, animales o árboles y flores de los países de donde procedían estos productos de ultramar y que los niños intercambiaban.

A lo largo de la historia las élites sociales y culturales coleccionaban grabados de todo tipo. Siendo un arte efímero comparado con las Artes Mayores, sin generar competencia con las artes plásticas, la jerarquía religiosa o política controlaba cualquier tipo de imágenes que no ensalzaran su autoridad desde estampas religiosas a escenas costumbristas, vistas de ciudades, retratos de celebridades, reproducciones de antigüedades o noticias de prodigios. Incluso cuidaba férreamente de la moral de los demás censurando la impresión, comercio, tenencia y lectura de estampas *libertinas*.

Las Motivaciones para el control de este tipo de representaciones visuales varían desde el interés por vender productos a un simple deseo de mantener el statu quo.

Sin embargo en el siglo XIX asciende la burguesía que, aunque deseosa de nuevas costumbres, establecerá cuáles son sus prioridades y ocupará el papel controlador de la moral o de su propia mitología en las imágenes que proyecta. Unida a los avances de reproducción mecánica y a las grandes posibilidades creativas añadidas, en el campo de la litografía y la cromolitografía aparecen nuevos géneros tangentes al arte que potenciarán el ecosistema de la cultura de masas bien en el campo de la publicidad con la complicitad hipnótica de la propaganda de productos comerciales o bien como entretenimiento, así las revistas ilustradas. En ellas, tan importante era la imagen como el texto. Entendemos que el cromo vino a cumplir también esa necesidad hedonista, con una iconografía que exaltaba los valores que interesaba a esa burguesía, su propio statu quo, donde se puede mezclar la necesidad de vender un producto o la utilización de su propia imagen servida por nuevas herramientas ideológicas. Y siempre amparados esos valores bajo una auténtica enciclopedia visual, de pequeñas imágenes pero completas, al alcance de cualquiera y con posibilidades diversas. Se alternarán imágenes de arquitectura, pintura, ciencias naturales, folclore, literatura, historia, geografía, aniversarios,

solemnidades o conquistas técnicas como el coche, nuevos tipos de barcos o el avión.

Posiblemente y en consonancia con lo anterior, la sociedad burguesa estaba siendo consciente de que los avances tecnológicos y culturales, la industrialización y amplitud comercial o el consumo masivo, y la consecuente desaparición del artesanado la estaban alejando de unos orígenes más sencillos y asequibles, de un *Paraíso perdido* más en contacto con la naturaleza y con lo ingenuo, lo noble y lo fácilmente entendible. Ahora asistimos a un rápido proceso de urbanización que implica a una nueva burguesía *urbanita* que configura una nueva estética exhibicionista de ella misma. Tiempos de esnobismo (*sine nobilitate*, nunca mejor dicho) y sofisticación en los que se estaba perdiendo el contacto directo con la obra de arte *única* al tiempo que el individuo se rodearía, hasta hoy, de imágenes, de montones de ellas (densificación icónica). Quizás en los *cromos* encontremos una proyección de todo esto. Mezcla de negocio y arte y por tanto contradictorio, carente de intelectualidad, el cromo, sin ser vano, sería una representación accesible al espectador común, al que ya no mira desde arriba.

Con el tiempo, desde mediados del siglo XX, las imprentas comenzarán a ofrecer el cromo como producto independiente de la publicidad, la decoración y otros usos antes descritos. La colección se va adquiriendo en sobres que contienen cinco o más cromos y los álbumes se componían de un número variable de cromos normalmente entre cien y trescientos cromos.

Sin embargo, el coleccionismo de cromos (como el de tantas cosas) no es sólo un juego de niños. Hay colecciones que llegan a cotizarse en decenas de miles de euros.

Esa búsqueda de la ingenuidad ancestral y atemporal que parecen desprender los cromos volverá a darse con la misma luminosidad y color en el arte naif, en el movimiento hippie o en todo aquel tiempo que no esté de acuerdo con su presente y ahora.

Ignorada su existencia en pro de otras muestras visuales más intelectualizadas o desarrolladas resultaría pretencioso hacer una historia del cromo con todas sus dependencias y casuísticas. De todas formas, y dado el mayor anonimato

de creadores de estas piezas, su falta de autoría generalizada, resulta muy interesante el estudio de cómo surgen y evolucionan, su analogía con otras formas casi artesanales de reproducir imágenes e incluso usar imágenes con una finalidad concreta. Sus creadores detectan un gran dominio técnico, gran sentido estético y comercial.

Dada la rapidez actual con que se crean, digitalizan y se consumen imágenes masivamente nuestro interés se centra por un lado en el rescate de este rico patrimonio visual considerado por nosotros como intermedio entre la creación y fabricación manual unido al desarrollo de la tecnología. Y por otra parte, dada la hibridez cultural a la que estamos asistiendo y al rápido proceso de globalización del siglo XXI, nuestra aportación podrá reforzar nuestra identidad occidental, al menos cultural, con testimonios visuales.

7.2 La publicidad

El cromo es, en su nacimiento, un cartel publicitario en miniatura. Desde que en 1796, Aloys Senefelder inventa la litografía (ver apartado *La pequeña historia del cromo*), como hemos visto, posteriores aportaciones al sistema lo perfeccionarían para facilitar el nacimiento del cartel artístico. Así, ya en la mitad del siglo XIX, este nuevo avance permite interesantes novedades.

En Francia, por ejemplo, esto supuso el florecimiento también de grandes imprentas litográficas, como Camis, Chaix o Pichot, donde los maestros litógrafos trabajaban en plantilla. A partir de 1900, en pleno auge del cartel artístico, el impresor se convirtió en *agente* que tenía bajo contrato en exclusiva a los artistas, como los casos de Mucha con Lemercier o Cappiello con Vercassay, entre otros muchos. Esto supuso un salto cualitativo en la labor creativa del artista, que pasó a realizar, además, todo el diseño publicitario: proyectos y maquetas para carteles, calendarios y folletos y tarjetas y embalajes (*packaging*).

Con ello, y si se tiene en cuenta que el cartel era prácticamente el único medio publicitario de difusión masiva, se estaba prefigurando la estructura de lo que después fueron las agencias de publicidad.

Nos encontramos pues ante una sociedad con una burguesía industrial, cada vez más potente, que tiene necesidad de anuncios publicitarios para ganarse la voluntad de las masas como consumidores de productos. En ese contexto, Abraham Moles¹¹⁰ resume así el papel de nuestro objeto de estudio:

“Los carteles son un subproducto de una sociedad de abundancia donde el fabricante del bien de consumo puede dedicar una pequeña parte de su presupuesto para despertar y alimentar el deseo marginal y, por ahí, ampliar las necesidades de mercado”.

Por lo tanto, si el cartel quería ser creativamente eficaz no sólo debería tener en cuenta los factores tecnológicos más arriba descritos, sino también otros factores sociológicos e incluso psicológicos, de acuerdo con el público al que iba destinado.

Ya en 1900 se establecían las *normas* externas que daban al cartel artístico la función social de persuadir, provocando el deseo de poseer aquello que anunciaba. De manera muy simplificada:

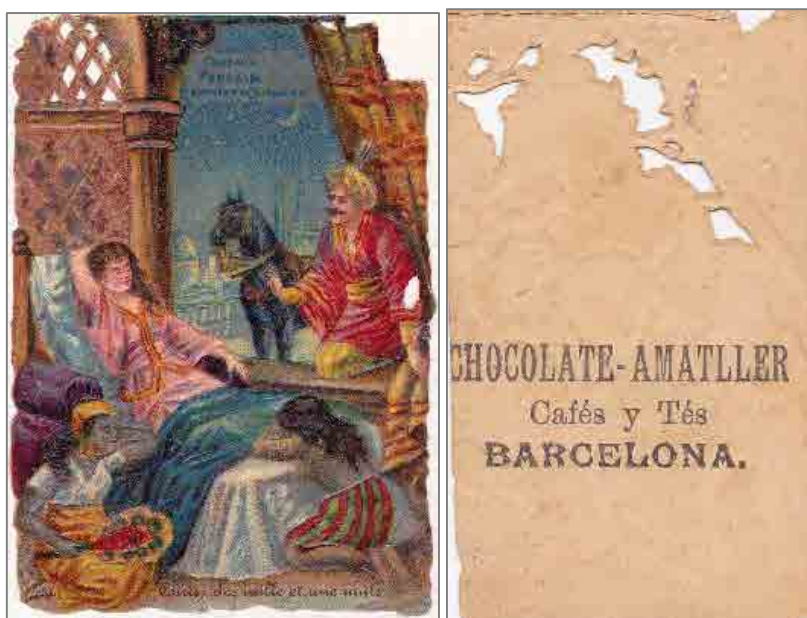
1. Se atraía la atención del individuo en medio de la agitada vida urbana mediante la provocación de la sorpresa por algún detalle interesante o inédito.
2. El mensaje debería ser rápido y directo, exponiendo lo esencial sin rodeos.

Pero ahí estaba la creatividad del artista para presentarlo bajo formas innovadoras, aunque siempre teniendo en cuenta factores sociales del entorno a través de los temas de actualidad. Con el tiempo, el cartel se convertiría en un excelente documento histórico descriptivo del contexto socioeconómico de la época, como lo demuestra su cada vez mayor presencia en todas las exposiciones retrospectivas.

¹¹⁰ (París, 1920) Sociólogo francés. Destacan sus aportaciones al estudio de la cultura de masas, especialmente en relación a la estética. Ha publicado, entre otras obras, *Comunicación y lenguajes* (1962), *Sociodinámica de la cultura* (1967), *Arte y ordenador* (1971), *La imagen, comunicación funcional* (1981).

Las mismas técnicas psicológicas empleadas en el cartel serían utilizadas en la estampación de los cromos que iban dirigidos a una burguesía acomodada a la que se quería enviar mensajes acerca de valores, costumbres, virtudes, etc. hasta convertirlos y legitimarlos como *souvenirs* o fetiches sociales de su tiempo a través del coleccionismo, o de su presencia en las manualidades domésticas (*decoupage*, *valentines*, álbumes, *scrap books*, etc), como ya hemos visto.

Los cromos publicitarios infantiles (img. 44) son buen ejemplo de estas técnicas: el niño demanda (provoca la demanda) de aquellos alimentos que contengan el *regalo* que, además, posteriormente sería objeto de colección (exactamente igual que en nuestros días). Esta técnica de marketing es muy efectiva sobre todo con los niños. El siguiente paso es crear cromos cada vez más atractivos.



Img. 44: Publicidad de chocolate Amatler. Anónimo.

En Francia, Aristide Bocicaut, un emprendedor hombre de negocios fundador de las por entonces famosas tiendas alimentarias *Au Bon Marche*, lanza al mercado unas pequeñas cartulinas endurecidas impresas por el sistema de cromolitografía, en las que aparecen conocidos personajes de la época que van desde el presidente de la III República a cantantes de music-hall, actores de teatro, escritores, deportistas, e incluso versos. Por cada compra en uno de sus establecimientos el niño recibía uno o varios cromos de estos según el importe

de aquella. Los álbumes también se adquirirían en sus establecimientos mediante bonos-compra. Era un bloc cuadrulado de forma apaisada con los espacios destinados a cada cromo impresos. Fue también Bocicaut quien comercializó la goma arábica (pegamento) para adherir las estampas al álbum.

Una de las grandes empresas industriales que recurrió a la cromofotografía fue la sociedad ganadera Liebig, que explotaba en la Patagonia argentina inmensas haciendas para fabricar productos lácteos y jugos de carne. A partir de 1872 esta sociedad diseña en varios idiomas cromos, postales y folletos que distribuye por todo el mundo a través de sus agentes de venta. Se calcula que se diseñaron más de un millón de imágenes diferentes presentes en el mercado promocionando el *extracto de carne Liebig* y circulando entre los niños coleccionistas de cromos.

En cualquier caso el cromo ha estado y sigue estando presente en todas las manifestaciones de la industria, la cultura y el comercio por lo que constituye un documento de primer orden para el estudio de cualquier parcela de la historia moderna.

7.3 La venta de cromos en sobres

La idea de la venta de cromos en sobres, independientemente de cualquier producto la tuvo Giuseppe Panini (cuya empresa, creada en 1969, edita en la actualidad la mayoría de las colecciones de cromos infantiles). Gran aficionado al fútbol, compró una edición completa de jugadores de fútbol y las puso a la venta en unos sobres en los que se especificaba el contenido.

7.4 Otro tipo de cromos

Hay, sin embargo otro tipo de cromos que no están destinados a ser incluidos en ningún álbum y que los niños (sobre todo las niñas) utilizaban hasta finales del siglo XX para un juego muy peculiar: se trataba de *ganarse* al lograr dando un golpe seco dado con la mano (que formaba una concavidad) sobre una montaña de cromos colocados boca abajo por las distintas *jugadoras*. Este golpe

conseguía elevarlos y voltearlos. De esta manera los cromos volteados pasaban a ser propiedad de esta jugadora.

Había (y sigue habiendo) cromos simples, con dibujos sencillos, y cromos con un diseño más elaborado (incluso con *brillantina*, que eran los más *cotizados*). Aparte estaban los cromos victorianos, que por su exquisito diseño no llegaban a utilizarse en este juego sino que se coleccionaban sin más a través de la compra directa. Hoy día estos cromos se siguen imprimiendo con el mismo diseño que en sus orígenes. Muy pocos diseños se han incorporado, limitándose a reproducir los modelos originales.

7.5 El cromó digital¹¹¹.

Aquí, el álbum es virtual (Img. 44). Tras registrarse en Facebook o Twitter el coleccionista en potencia obtendrá los diez primeros cromos digitales de forma gratuita. Si uno se aficiona, cada vez que entre en el sitio de la colección obtendrá gratis otro más, pero para hacerse con la totalidad (habrá un porcentaje exclusivo) deberá hacer micropagos a través de sms (que rondarán los 1,40 euros) para comprar packs de diez cromos de forma aleatoria, como los tradicionales sobres que había que rasgar para ver su contenido.

Por lo demás, todo es igual, los cromos repetidos se pueden cambiar (o regalar según se tercie) con otros coleccionistas a los que se les enviará una oferta "on line" con los números que se demanda y cuáles se les ofrece a cambio, que podrá ser rechazada o contraofertada.

Esta relación convierten al álbum virtual en un juego social, una comunidad que posibilitará poner en contacto a personas con los mismos intereses: fútbol, música, series de televisión, celebridades animación...



Img. 44: Cromo digital

¹¹¹ Fuente: Llega el cromó digital. 19 de agosto de 2011. Recuperado el 14 de Septiembre de 2011, de <http://www.larazon.es>

PARTE II. INVESTIGACIÓN

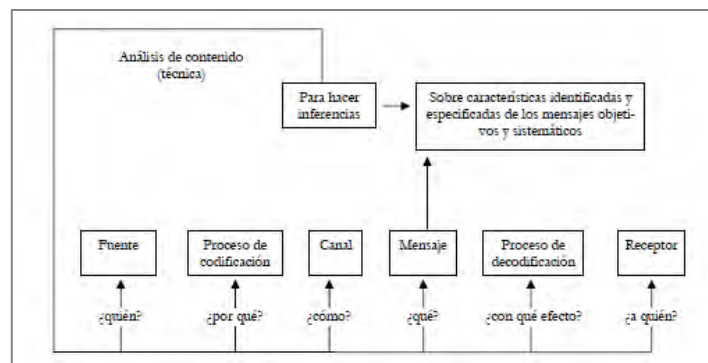
Capítulo 8.

MODELO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

8.1. Planteamiento general

Atendiendo al modelo básico del proceso de comunicación, las posibilidades de análisis se abren en función del elemento en el que concentremos nuestro interés (el *emisor* o *fuentes*, la *intención*, el *mensaje*, el *canal*, el *receptor* o sus *efectos*). El análisis de contenido, tal y como anticipábamos en el apartado dedicado a la metodología de nuestro estudio, se ha revelado particularmente eficaz en las investigaciones dedicadas al *mensaje*, el denominado *what*, lasswelliano.

En el caso que nos ocupa, dicha premisa se traduciría en un enfoque centrado fundamentalmente en los atributos del mensaje (el lenguaje visual y su contenido), y no tanto en los rasgos o intención del emisor (la burguesía y la industria), el *canal* empleado (el propio soporte del cromó), el receptor (el consumidor-coleccionista) o sus efectos (volumen de ventas e implantación social).



Cuadro 3: Análisis de contenido y fases de la comunicación¹¹²

¹¹² CLEMENTE, Miguel; SANTALLA, Zuleyma. *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao: Deusto, 1991.

Resulta obvia la disponibilidad de perspectivas a la hora de abordar cualquier investigación en el ámbito de la comunicación, pero, tal y como describimos en la metodología y por las características del proyecto, será la codificación visual de elementos comunicativos presentes en el cromo, así como su propio significado, aquello a lo que atendamos desde el punto de vista científico y cuyo método procederemos a sistematizar en el presente capítulo.

La orientación al mensaje, requerirá de una clasificación pertinente de elementos de carácter denotativo (lo patente) y otros connotativos (lo latente), cuya interpretación conjunta condicionará la interpretación del mismo por parte del investigador.

Ante las limitaciones que presenta el análisis estadístico, meramente cuantitativo, a la hora de desentrañar los aspectos más connotativos y menos evidentes del mensaje contenido en los cromos, necesitamos de un estudio cualitativo de los mismos, basado en nuestros conocimientos y capacidad como investigadores de la comunicación. Es decir, el recuento que podamos efectuar de los hechos requiere también de una adecuada interpretación de los mismos, obligándonos a realizar inferencias (ver metodología) de carácter simbólico, deducciones lógicas justificadas a partir de los contenidos patentes o latentes en el mensaje.

Por otra parte, la incuestionable objetividad del análisis cuantitativo, sus posibilidades en el tratamiento de grandes cantidades de documentos y el uso de la estadística, resultan fundamentales para poder completar con rigor un estudio de las características del que nos ocupa.

Es por ello, que pretendemos aprovechar de manera combinada el potencial de ambos modelos de análisis en aras de concluir con resultados ampliamente contrastados y que ofrezcan información reveladora sobre el mayor número posible de aspectos.

Mediante una primera fase cuantitativa, abordaremos el estudio de un número de ítems lo suficientemente representativo como para que su resultado pueda ser extrapolado de manera coherente al conjunto de la colección sobre la que hemos centrado nuestra atención y que incluye ejemplares de diferentes épocas

y estilos que, además, nos permite inferir información significativa sobre *cuánta* y *qué* disponibilidad existe hoy día respecto a estos ejemplares.

En la segunda fase, atenderemos al contexto social en el que se produce el mensaje y a los aspectos denotativos y connotativos del contenido para analizar cualitativamente a los cromos. El procedimiento nos permitirá establecer una serie de rasgos característicos y de presencia más o menos recurrente en nuestro objeto de estudio sobre los que aplicaremos un enfoque analítico-descriptivo que ponga de manifiesto, por un lado, lo que se muestra en las imágenes y, por otro, lo que se expresa con ellas. Aspiramos a una notable ampliación del significado del cromo basada en la puesta en relación del contexto en el que se inscriben (social, histórico, estético...) con el contenido de los mensajes.

La objetividad y sistematicidad con las que abordamos el estudio nos permiten asegurar la reproductividad de nuestra propuesta de modelo de contenido. Describiremos a continuación el conjunto de variables y reglas que aplicaremos a la muestra seleccionada y de las que obtendremos la información concluyente para nuestros objetivos.

8.2. Estudio Cuantitativo.

8.2.1. Características de la muestra.

La muestra representativa que hemos seleccionado para efectuar el análisis de contenido aplicado a los cromos responde a los siguientes criterios¹¹³, ya referidos en el capítulo relativo a la metodología:

- *Exhaustividad*: establecido el criterio de selección, debe recogerse todo el material ubicado dentro del criterio.
- *Representatividad*: para que la interpretación de los resultados pueda extrapolarse al conjunto del universo.

¹¹³ BARDIN, L. *Análisis de contenido*. Madrid: Akal, 1986.

- *Homogeneidad*: los cromos escogidos no han de ser demasiado singulares respecto a la población de la cual han sido extraídos.
- *Pertinencia*: deben tener sentido respecto a los objetivos que se persiguen con el análisis

El conjunto de ítems escogidos para nuestra investigación respeta el criterio de *exhaustividad* dado que todos ellos son muestras originales. Es decir: Cromos impresos y distribuidos entre 1800 y 1920, digitalizados expresamente para la investigación (hemos prescindido de imágenes procedentes de la red u otros catálogos) y que por su contexto histórico y social responden a lo que se denomina como *cromo victoriano*, un concepto que, como ya hemos puesto de manifiesto a lo largo del presente estudio, no se circunscribe únicamente al ámbito geográfico del Reino Unido y al cronológico de la Reina Victoria. Además, para evitar injerencias procedentes de otras representaciones gráficas similares y propias del mismo contexto (postales, anuncios, tarjetas de felicitación, *valentines*...), todos los ejemplares seleccionados responden al concepto de *scrap*, con su característica forma troquelada, que ya hemos definido en capítulos anteriores.

Nuestro objeto de estudio procede de un universo constituido por los, aproximadamente, 2.500 ejemplares de cromos que forman la colección de D. Luis García Serrano, una de las mayores de España. Para el análisis cuantitativo hemos realizado una selección de 250 ítems, y que consideramos *representativa*, tanto respecto al total de la colección, de la que supone un 10%, como respecto al conjunto de cromos disponibles hoy día de cuantos se emitieron en aquella época (copias, imitaciones y reproducciones posteriores aparte).

La *homogeneidad* de la muestra, podemos encontrarla en el hecho de que el conjunto de los ejemplares seleccionados es lo suficientemente diverso y de temáticas y estilos lo suficientemente amplios como para representar de manera fidedigna al conjunto de ejemplares sin que se observen en la misma singularidades o elementos que, por sus características o su exclusividad, puedan desvirtuar el resultado de nuestro análisis.

Los cromos sometidos a estudio resultan *pertinentes* dado que en todos ellos podemos encontrar referencias a las variables diseñadas para demostrar su funcionalidad como medio de comunicación de masas.

8.2.2. Sistema de categorías.

Ante la ausencia de estudios precedentes aplicados a nuestro objeto de investigación y dado que no existe un sistema de categorías homogéneo y aplicable al estudio de las representaciones visuales en general, hemos elaborado ex profeso un sistema de categorías inspirado en propuestas que se han demostrado útiles en otros órdenes de investigación sobre comunicación visual¹¹⁴ y que incorpora aportaciones específicas que, aún basadas en el modelo metodológico descrito, orientarán nuestros resultados hacia la demostración requerida por nuestra hipótesis de investigación.

Así, nuestra propuesta reúne variables propias que van desde la independencia de factores tales como el período histórico en el que se imprimió el cromo, o su nacionalidad; a elementos propios del análisis semiótico de los medios de comunicación de masas, como la intencionalidad del mensaje; pasando por las habituales en el análisis de la imagen artística y de naturaleza marcadamente denotativa (ver anexo I).

8.2.2.1 Variables independientes: parámetros contextuales y morfológicos.

Este conjunto de variables se caracteriza por reunir aspectos de carácter objetivo e independiente, que operan en el análisis cuantitativo como referentes contextuales relativos a la época, la nacionalidad, el aspecto del cromo o la materialidad del mismo.

¹¹⁴ RUIZ SANMIGUEL, Javier. *Imagen fija. Fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco (1978-1992)*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001.

A. PERÍODO.

Ante la necesidad de establecer para nuestro estudio un sesgo clasificatorio de carácter cronológico y apelando a nuestro conocimiento respecto a las características propias de cada uno de los periodos descritos en el capítulo dedicado a la historia del cromo, se establecen cuatro grupos de pertenencia¹¹⁵:

A.1. EDUARDIANO (1800-1850).

A.2. VICTORIANO (1850-1880).

A.3. EDAD DE ORO (1880-1900).

A.4. DECLIVE (1900-1920).

B. IMPRESOR.

La identificación del impresor de los cromos, en ausencia de la característica marca o iniciales que solía figurar en los pliegos (ver anexo V y que no todos los impresores incluían, sólo puede inferirse a partir de un conocimiento previo de la misma serie. Esta dificultad, en multitud de casos, así como el amplísimo abanico de impresores que conformaron la industria del cromo victoriano durante 120 años, hace necesario que para que la variable sea operativa y arroje datos significativos, reduzcamos los operadores a dos:

B.1. DETERMINADO.

B.2. INDETERMINADO.

C. NACIONALIDAD.

Como ya determinamos en los capítulos iniciales de la investigación, el origen social del cromo y su incipiente industria, tiene lugar en Alemania; si bien es Gran Bretaña quien lo adopta como objeto de consumo y le proporciona la difusión necesaria para elevarlo a medio de comunicación de masas. Es allí donde el *scrap* florece y se perpetúa como

¹¹⁵ Ver apartado 4.3. *La datación de los cromos.*

industria y como bien cultural, para después difundirse por otras geografías, aunque con una presencia significativamente menor. A la hora de determinar las variables para esta categoría, hemos optado por aquellas nacionalidades predominantes en el conjunto de cromos que se pueden adquirir hoy día:

C.1. REINO UNIDO.

C.2. ALEMANIA.

C.3. FRANCIA.

C.4. ESPAÑA.

C.5. EEUU.

C.6. OTRO.

D. DIMENSIONES.

Por razones de operatividad equivalentes a las descritas en la categoría de *impresor* (B), hemos agrupado las dimensiones del cromo en tres rangos significativos, y que abarcan la totalidad de la muestra seleccionada:

D.1. PEQUEÑO (MENOS DE 4 CMS).

D.2. MEDIANO (ENTRE 4 Y 15 CMS).

D.3. GRANDE (MÁS DE 15 CMS).

E. PROPORCIÓN.

Aunque la muestra de ejemplares está compuesta exclusivamente por los característicos cromos troquelados, lo que hace prácticamente imposible hablar de un soporte con formas puras y angulaciones exactas, en términos compositivos, la disposición de las formas y figuras en la imagen suelen responder a patrones clásicos del arte pictórico y de la imagen gráfica, lo que nos lleva a establecer las siguientes categorías:

E.1. RECTANGULAR.

E.2. CIRCULAR.

E.3. CUADRADO.

E.4. OVALADO.

E.5. IRREGULAR.

F. ORIENTACIÓN.

Las imágenes cuya disposición de elementos se corresponden con una proporción rectangular u ovalada (asimétrica), se orientan en torno a los dos ejes básicos:

F.1. HORIZONTAL.

F.2. VERTICAL.

G. DIMENSIONALIDAD.

Aunque la inmensa mayoría de los *scraps* son representaciones gráficas bidimensionales (naturalmente, obviamos la profundidad que caracteriza el repujado con el que son impresos, en algunos casos, realmente notable), se producían (algunos) y se conservan (menos) ejemplares de cromos diseñados con ingeniosos procedimientos de pliego y montado que los dotaban de un aspecto tridimensional, e incluso de movilidad interna, o que estaban constituidos por diferentes capas físicas. En la mayor parte de los casos, más que para su incorporación a álbumes o su uso en el *decoupage*, tenían un uso protocolario o lúdico, pues se trataban de soportes destinados a la felicitación navideña, o a la manifestación formal de convencionalismos sociales, como el deseo de una pronta recuperación (para una amigo o familiar enfermo), o la expresión de mensajes de contenido sentimental (*valentines*, carnets de baile, etc...). Dos son, pues, las posibilidades de esta variable:

G.1. BIDIMENSIONAL.

G.2. TRIDIMENSIONAL.

H. SOPORTE.

El grueso papel en el que se imprimían los cromos y que por sus características de rigidez y resistencia ha permitido que se mantengan en un aceptable estado de conservación hasta nuestros días, era complementado, en ocasiones específicas equivalentes a las descritas en la variable de *dimensionalidad* (felicitaciones, usos sociales...), con añadidos de papel de seda, mica esparcida, pigmentos dorados o plateados, incluso tela de encaje o tul. Obtenemos de este modo dos posibles categorías para esta variable:

H.1. PAPEL.

H.2. MIXTO.

I. SERIALIDAD.

Como ya hemos comentado al hablar de los sistemas de producción de nuestro objeto de estudio, la presentación habitual de los *scraps* eran pliegos (*sheets*) cuadrangulares, conformados por un número de cromos variable. No obstante, existen ejemplares que, bien por su tamaño y sistema de reproducción original, bien por la imposibilidad del investigador de integrarlo en un conjunto o pliego reconocido o reconocible, hemos dado en asignarlos a la categoría de *único*.

A fin de no degradar el estado de conservación de los ejemplares digitalizados para la muestra, y para presentar el cromo, cuando la ocasión lo exige, dentro del contexto en el que este es producido y mostrado al consumidor; algunas de las imágenes de la muestra (ver anexo IV) reflejan pliegos completos (lo que, por otra parte, también nos facilita como investigadores la tarea de contextualización o identificación de determinados aspectos significativos; entre ellos, la propia

serialidad que nos ocupa). Es por esto que, a efectos de tratamiento cuantitativo en el conjunto de la rejilla de vaciado que hemos diseñado, siempre tomaremos como objeto de análisis, bien el primer ejemplar del pliego en el sentido de lectura occidental (arriba-abajo, izquierda-derecha), bien aquel que refleja algún tipo de actividad humana protagonista, en ausencia de una figura principal significativa entre los demás integrantes del pliego.

I.1. PLIEGOS.

I.2. ÚNICO.

8.2.2.2. Variables de carácter denotativo: composición, espacio y tiempo de la representación.

En este segundo bloque hemos optado por incluir aquellos aspectos de naturaleza estética y compositiva, así como otras variables manifiesta y universalmente reconocibles respecto al contexto espacial y temporal de lo representado. Hablamos de lo *patente*, lo denotativo.

J. FIGURA PRINCIPAL.

J.1. PRESENCIA: Identificación evidente de una figura principal alrededor de la cual, se componen el resto de elementos que conforman la imagen.

J.1.1. HUMANA.

J.1.1.1. MUJER.

J.1.1.2. NIÑO/A.

J.1.1.3. HOMBRE.

J.1.1.4. ANCIANO/A.

J.1.2. NATURALEZA.

J.1.2.1. ANIMAL.

J.1.2.2. VEGETAL.

J.1.3. OBJETO.

J.2. AUSENCIA: No se aprecia una figura principal reconocible.

J.2.1. PAISAJE.

J.2.1.1. NATURAL.

J.2.1.2. RURAL.

J.2.1.3. URBANO.

J.2.1.4. EXÓTICO.

J.2.2. BODEGÓN.

J.2.2.1. NATURAL.

J.2.2.2. ARTIFICIAL.

J.2.3. CONJUNTO HUMANO.

K. ENCUADRE.

Hace referencia al punto de vista y a la acotación-selección de la realidad representada en la imagen y que, a la postre, determinará también buena parte de la intencionalidad y los rasgos connotativos de la misma. Se encuentra dividida en los planos característicos y universales del lenguaje gráfico, fotográfico y audiovisual:

K.1. PLANO DETALLE: Objeto o parte del cuerpo humano diferente al rostro (bocas, ojos, manos, pies...) y que abarca la totalidad de la imagen representada.

K.2. PRIMER PLANO: La figura humana (o animal) se revela a partir de la imagen de su rostro o del extremo superior del cuerpo desde los hombros.

K.3. PLANO MEDIO: Figura humana representada desde la cintura o el pecho hacia arriba.

K.4. PLANO TRES CUARTOS: Figura humana representada desde las rodillas hacia arriba.

K.5. PLANO GENERAL: La figura humana se representa en su totalidad en presencia o en ausencia de un contexto reconocible. O, de no existir, el objeto, elemento natural, paisaje o bodegón, se aprecia en su totalidad.

K.6. PLANO DE CONJUNTO: La figura humana se representa en su totalidad y acompañada de otros en presencia o en ausencia de un contexto reconocible.

K.7. GRAN PLANO GENERAL: La/s figura/s humanas se representa/n en su totalidad e inscritas en un contexto reconocible y de dimensiones significativamente más amplias (paisaje).

L. POSICIÓN DE LA FIGURA PRINCIPAL.

Alude a la posición de la figura humana (o animal) respecto al punto de vista del espectador. Así:

L.1. FRONTAL.

L.2. ESPALDAS.

L.3. PERFIL.

L.4. TRES CUARTOS (en lenguaje fotográfico, ocasionalmente denominada como *escorzo*).

M. GRADO FIGURATIVO.

Desde un punto de vista estrictamente formal, hace referencia a la precisión o verosimilitud en la representación humana (o animal) frente a los rasgos exagerados o intencionadamente manipulados en aras de una determinada connotación que también será objeto de nuestro interés en el estudio. De este modo, consideraremos las siguientes categorías:

M.1. REALISTA.

M.2. CARICATURA.

N. ESPACIO CONTEXTUAL.

Es el ámbito en el que se desarrolla la acción representada o en el que se encuentra inscrito la/s figura/s principal/es:

N.1. DOMÉSTICO.

N.1.1. INTERIOR.

N.1.2. EXTERIOR.

N.2. LABORAL.

N.2.1. INTERIOR.

N.2.2. EXTERIOR.N.3.

N.3. URBANO.

N.4. RURAL.

N.5. NATURAL.

N.6. INDETERMINADO.

Ñ. TIEMPO CONTEXTUAL.

Cuando los elementos presentes en la representación lo identifican de manera evidente (vestuario, paisaje...), esta categoría apela al contexto temporal en el que se inscribe la imagen, respecto al del propio espectador.

Ñ.1. DETERMINADO.

Ñ.1.1. PASADO.

Ñ.1.2. PRESENTE.

Ñ.2. ATEMPORAL.

O. NARRATIVIDAD.

Aunque lo habitual en el cromo es el reflejo más o menos representativo de un instante detenido en el tiempo y en un contexto predominantemente cotidiano (sentido *ilustrativo*), en ocasiones, la acción representada se encuentra inscrita en un relato de acontecimientos más amplio (sentido *narrativo*), cuyos episodios se reflejan en otros cromos del mismo pliego. Es el caso de los cuentos infantiles, tradiciones ilustradas o poemas populares. Además, cuando el instante representado apela a un hecho histórico, épico o legendario que forma parte del imaginario colectivo de la sociedad del momento, se puede hablar de un sentido *testimonial* de la realidad. Así:

O.1. SENTIDO NARRATIVO.

O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO.

O.3. SENTIDO TESTIMONIAL.

P. REFUERZO TEXTUAL.

Aunque no predominan, son habituales los *scrap*s que enriquecen semióticamente el contenido de la imagen al incorporar información en forma de texto, ya sea homodiegéticamente (el texto forma parte de la realidad representada, como el título de un periódico o la etiqueta de un producto, por ejemplo); ya heterodiegéticamente (el texto alude al acontecimiento o la realidad representada, reforzando el significado del mensaje (hechos históricos, cuentos populares, poemas amorosos). En este último caso, el texto puede encontrarse dentro de la propia imagen o en el reverso del *scrap*:

P.1. SI.

P.2. NO.

8.2.2.3. Variables de carácter connotativo-interpretativo.

El tercer y último conjunto de categorías agrupa a todas las variables presentes en las imágenes de los cromos para cuya interpretación se hace necesaria la acción intencionada del observador-investigador, en el contexto de su propia experiencia y conocimientos adquiridos. Pretenden representar de manera cuantificable los aspectos relativos al significado último del mensaje del cromo, a todo aquello de carácter *latente* o connotativo y a lo que sólo se puede acceder tras haber descodificado adecuadamente las categorías que forman parte de los conjuntos anteriores, y haberlas puesto en relación con el contexto en el que se producen, y con el proceso de interpretación del investigador.

Es esta selección-creación, tanto de las categorías, como de las variables, la que más alejada se encuentra de los habituales análisis de contenido de las ciencias de la comunicación, pues están específicamente orientadas al cromo, como objeto de investigación, y responden a una intencionalidad manifiesta que nos permita una interpretación de su significado como medio de comunicación de masas.

Q. REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD.

Hace alusión al nivel de fidelidad en la conexión entre el significante y su significado y, por ende, a la dimensión connotativa del mensaje. Lo observado en el caso de los cromos nos permite establecer tres niveles de representación diferentes:

Q.1. REALISTA: Lo representado calca, o se asemeja en gran medida, a lo que como espectadores podemos observar en la realidad, sin que se aprecien rasgos de significado artificiosos.

Q.2. ALEGÓRICA: La realidad representada alude de modo connotativo a alguna idea superior de naturaleza abstracta como la religión, la mitología, la navidad, el amor...

Q.3. SIMBÓLICA: En la representación aparecen determinados elementos que, independientemente de su pertinencia dentro de la escena, apelan a conceptos no necesariamente reflejados de manera explícita, como el patriotismo, el progreso, el estatus social...

Además, esos elementos de carácter simbólico no tienen por qué formar parte del mundo de lo real, siendo en cambio representaciones visuales de personajes de ficción, sagrados o representativos (Papa Noël, Eros, musas...).

R. REPRESENTACIÓN DE LA ACCIÓN.

Se refiere al grado de dinamismo de cuanto *sucede* en la imagen representada en el cromo. El estatismo del niño que mira melancólicamente al espectador en ausencia de un contexto reconocible, frente al dramatismo de la acción en el campo de batalla durante la guerra de los Boers, por citar dos extremos representativos de esta categoría. Así:

R.1. ESTÁTICA: Ausencia de acción significativa.

R.2. DINÁMICA: Presencia de acción significativa.

S. TEMÁTICA.

Pese a la aparente vaguedad o falta de precisión del concepto, lo cierto es que resulta relativamente sencillo establecer, más allá de su significado último, una serie de categorías extraídas a partir de elementos más o menos patentes en las imágenes de los cromos. Categorías que, además, por su carácter recurrente, no ascienden a un número tan elevado como para disuadirnos de su análisis desde el punto de vista cuantitativo y de su repercusión, connotativamente hablando, en el significado del mensaje. De este modo, la temática podríamos

considerarla como una suerte de *etiqueta generalista* que identifica al cromó y al contexto de la representación de un modo más o menos inmediato a partir de los elementos predominantes en el mismo. Serían:

- S.1. NATURALEZA.
- S.2. INFANCIA Y JUVENTUD.
- S.3. VIDA DOMÉSTICA.
- S.4. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA.
- S.5. SOCIEDAD-USOS SOCIALES.
- S.6. RELIGIÓN.
- S.7. POLÍTICA.
- S.8. PROFESIONES-OFICIOS.
- S.9. VALORES MORALES.
- S.10. MILITAR.
- S.11. EDUCATIVA.
- S.12. LÚDICA-FESTIVA.
- S.13. RURAL.
- S.14. MITOLÓGICA.
- S.15. NARRATIVO-LITERARIA.
- S.16. CIENCIA-TECNOLOGÍA.
- S.17. ARTES.
- S.18. FANTASÍA.
- S.19. CÓMICO-SATÍRICA.
- S.20. SENTIMENTAL.
- S.21. ORNAMENTAL.
- S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES.
- S.23. COMERCIAL.
- S.24. MODA-BELLEZA.
- S.25. ETNOGRÁFICA.
 - S.25.1. ORIENTALES.
 - S.25.2. NEGROS.
 - S.25.3. INDIOS AMERICANOS.
 - S.25.4. HINDÚES.
 - S.25.5. ANDALUCES-HISPANOS.
 - S.35.6. OTROS.

T. ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL.

La consideración del cromo victoriano como medio de comunicación de masas nos lleva a incorporar esta categoría, tan características de los estudios de comunicación orientados a la publicidad o a la propaganda. En efecto, y por encima de otros elementos visuales cuyas características tienen una repercusión más o menos subliminal sobre la percepción del espectador (encuadre, colores, formas, perspectiva...), pocos aspectos tienen una influencia tan determinante sobre el significado de la imagen como la actitud o el papel desempeñado por la figura principal en el contexto de la realidad que representa.

Si hemos optado por hablar de figura *animada* principal en lugar de figura *humana*, es debido al hecho de que son habituales los cromos en los que un animal, bien actuando como tal (rol *propio*), bien asimilando actitudes y desempeñando papeles propios de las personas (rol *humanizado*), actúan como figura protagonista en el cromo.

Es necesario destacar que, a diferencia de la categoría relativa a la figura principal que describíamos en el conjunto de variables anterior (J), en esta ocasión, su protagonismo no reside en la posición que ocupa respecto al resto de la imagen desde el punto de vista de la composición visual, sino en la importancia del papel desempeñado dentro de la acción que la imagen representa. Es decir, su representatividad en el significado latente del mensaje del cromo, de tal modo que, aún en ausencia de figura principal, compositivamente hablando, como es el caso de algunos paisajes o de planos de conjunto con diferentes personas, esta categoría hace referencia a la figura que desempeña un rol protagonista dentro de la acción y sobre la que descansa la mayor parte del significado connotativo del mensaje.

T.1. MUJER.

T.1.1. AMA DE CASA.

- T.1.1. OBJETO DE DESEO.
- T.1.2. TRABAJADORA-PROFESIONAL.
- T.1.3. AMANTE-SEDUCTORA.
- T.1.4. AMANTE-SUMISA.
- T.1.5. HEROISMO-LIDERAZGO.
- T.1.6. DOMINANTE.
- T.1.7. MADRE.
- T.1.8. ARTISTA.
- T.1.9. PIADOSA-RELIGIOSA.
- T.1.10. VIRTUOSA-EDUCADA.
- T.1.11. AFABLE-JOVIAL.
- T.1.12. MELANCÓLICO-TRISTE.
- T.1.13. SATÍRICO-CÓMICO.
- T.1.14. CAMPESINA.
- T.1.15. DEPORTISTA.
- T.1.16. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO.
- T.1.17. REPRESENTATIVO.
- T.1.18. ILUSTRE.
- T.1.19. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO.
- T.1.20. FESTIVO-LÚDICO.
- T.1.21. OCIOSO.
- T.1.22. DIVINO-SAGRADO.
- T.1.23. FANTÁSTICO.
- T.1.24. OTRO.

T.2. NIÑO/A.

- T.2.1. HIJO-BEBÉ.
- T.2.1. JUEGO-DEPORTE.
- T.2.2. TRAVIESO.
- T.2.3. VIRTUOSO-EDUCADO.
- T.2.4. AFABLE-JOVIAL.
- T.2.5. VICIOSO-MALEDUCADO.
- T.2.6. HACENDOSO-TRABAJADOR.
- T.2.7. PIADOSO-RELIGIOSO.
- T.2.8. MELANCÓLICO-TRISTE.
- T.2.9. ADULTIZADO.

- T.2.10. FESTIVO-LÚDICO.
- T.2.11. REPRESENTATIVO.
- T.2.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO.
- T.2.13. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO.
- T.2.14. CAMPESINO.
- T.2.15. SATÍRICO-CÓMICO.
- T.2.16. OCIOSO.
- T.2.17. ARTISTA.
- T.2.18. DIVINO-SAGRADO.
- T.2.19. FANTÁSTICO.
- T.2.20. OTRO.

T.3. HOMBRE.

- T.2.1. PADRE.
- T.3.1. PROTECTOR.
- T.3.2. AMANTE-SEDUCTOR.
- T.3.3. AMANTE-SUMISO.
- T.3.4. TRABAJADOR-PROFESIONAL.
- T.3.5. TONTO-IGNORANTE.
- T.3.6. CÓMICO-SATÍRICO.
- T.3.7. HEROISMO-LIDERAZGO.
- T.3.8. CORTÉS.
- T.3.9. DOMINANTE.
- T.3.10. MILITAR-BÉLICO.
- T.3.11. GRUÑÓN-HOSTIL.
- T.3.12. AFABLE-JOVIAL.
- T.3.13. MELANCÓLICO-TRISTE.
- T.3.14. ARTISTA.
- T.3.15. PIADOSO-RELIGIOSO.
- T.3.16. VICIOSO-MALEDUCADO.
- T.3.17. VIRTUOSO-EDUCADO.
- T.3.18. CORNUDO.
- T.3.19. CAMPESINO.
- T.3.20. DEPORTISTA.
- T.3.21. AVENTURERO.
- T.3.22. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO.

- T.3.23. REPRESENTATIVO.
- T.3.24. ILUSTRE.
- T.3.25. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO.
- T.3.26. FANTÁSTICO.
- T.3.27. DIVINO-SAGRADO.
- T.3.28. FESTIVO-LÚDICO.
- T.3.29. OCIOSO.
- T.3.30. MELANCÓLICO-TRISTE.
- T.3.31. OTRO.

T.4. ANCIANO/A.

- T.4.1. ABUELO/A.
- T.4.1. AFABLE-JOVIAl.
- T.4.2. VICIOSO-MALEDUCADO.
- T.4.3. GRUÑÓN-HOSTIL.
- T.4.4. FESTIVO-LÚDICO.
- T.4.5. CÓMICO-SATÍRICO.
- T.4.6. REPRESENTATIVO.
- T.4.7. ILUSTRE.
- T.4.8. ARTISTA.
- T.4.9. TRABAJADOR-PROFESIONAL.
- T.4.10. TONTO-IGNORANTE.
- T.4.11. AFABLE-JOVIAl.
- T.4.12. MELANCÓLICO-TRISTE.
- T.4.13. PIADOSO-RELIGIOSO.
- T.4.14. VIRTUOSO-EDUCADO.
- T.4.15. CAMPESINO.
- T.4.16. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO.
- T.4.17. FANTÁSTICO.
- T.4.18. DIVINO-SAGRADO.
- T.4.19. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO.
- T.4.20. OCIOSO.
- T.4.21. OTRO.

T.5. ANIMAL

- T.5.1. PROPIO.

T.5.2. HUMANIZADO.

T.5.3. FANTÁSTICO.

U. NATURALEZA DEL MENSAJE.

Nuestra última categoría, por su peso determinante sobre la verificación de nuestra hipótesis de investigación y por cuanto de subjetivo puede albergar si sus variables son establecidas tras una lectura superficial de la imagen, requiere de un gran rigor analítico, sólo accesible tras haber sometido al conjunto de la muestra a todas y cada una de las categorías descritas anteriormente. Se trata, pues, de un aspecto del estudio tan delicado como decisivo y del que extraeremos las conclusiones de mayor utilidad para nuestra investigación. Es la *naturaleza del mensaje* la que mejor representa el sentido último del significado del cromo, el aspecto del que se derivará la importancia de su función como medio de comunicación de masas, y cuyas variables son consecuencia de un intenso proceso de análisis previo.

U.1. EDUCATIVO.

U.2. MORALIZANTE.

U.3. IRÓNICO.

U.4. ESPIRITUAL-RELIGIOSO.

U.5. ILUSTRATIVO.

U.6. CÓMICO.

U.7. CRÍTICO-DENUNCIA.

U.8. PATRIÓTICO-NACIONALISTA.

U.9. ÉPICO.

U.10. NARRATIVO.

U.11. SENTIMENTAL.

U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO.

U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL.

U.14. PERSUASIVO-COMERCIAL.

U.15. REPRESENTATIVO-INSTITUCIONAL.

U.16. DESCRIPTIVO.

U.17. ERÓTICO.

U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA.

U.19. REIVINDICATIVO.

U.20. POLÍTICO-IDEOLÓGICO.

U.21. LAUDATORIO.

U.22. INDETERMINADO.

8.2.3. Análisis de los resultados.

Con las muestras debidamente codificadas en el sistema de categorías propuesto, serán sometidas al análisis estadístico del que inicialmente obtendremos un mero recuento previo de presencia o ausencia de variables respecto al total de la muestra analizada (tablas simples), que nos permitirá anticipar qué aspectos de nuestro objeto de estudio, de naturaleza independiente, denotativa o connotativa, predominan respecto al total y en qué medida. Esta cuantificación de diferentes aspectos nos marca un punto de partida bastante sólido a la hora de obtener, a continuación, relaciones significativas entre distintas variables y, posteriormente, un análisis cualitativo riguroso que atienda a los aspectos más relevantes del cromo.

El siguiente paso será la elaboración intencionada y selectiva de cruces (o tablas cruzadas) entre variables que nos permitirán determinar la influencia de unos aspectos sobre otros. Con estos cruces esperamos encontrar regularidades relevantes que permitan descubrir tendencias significativas.

Más que establecer conclusiones de carácter definitivo, el análisis cuantitativo de nuestro estudio pretende funcionar como avanzadilla de la verificación de nuestra hipótesis y como un marco de referencia estable y determinante desde el punto de vista empírico para proceder al estudio en profundidad de los aspectos denotativos y connotativos del cromo en el análisis cualitativo.

8.3. Estudio cualitativo.

Tal y como apuntábamos en la metodología y en el epígrafe destinado al planteamiento general de nuestro modelo de análisis de contenido, el estudio cualitativo someterá a nuestro objeto de estudio al criterio del investigador, bajo el sustento de los datos más significativos extraídos del estudio cuantitativo.

Lo habitual en este tipo de proyectos orientados al análisis de imagen, es dedicar la información representada numéricamente a establecer conclusiones de índole exclusivamente denotativa, dejando lo cualitativo únicamente para los rasgos connotativos del mensaje. Pero, como ya habíamos especificado en epígrafes anteriores, nos encontramos en la propuesta de un modelo de análisis mixto en el que tanto lo denotativo como lo connotativo será sometido a cuantificación para, después, y mediante el estudio cualitativo, ser descrito o revelado con la profundidad que requiere nuestro objeto de estudio.

Esta alternativa, no solamente la asumimos como la consecuencia de una intencionalidad dirigida hacia la confirmación de nuestra hipótesis (lo que ya de por sí validaría su planteamiento), sino que entendemos que en el caso que nos ocupa se hace necesaria si aspiramos a la divulgación del cromo como objeto de estudio académico desde la perspectiva de la comunicación, y habida cuenta de la evidente ausencia de referentes previos. Es decir, de algún modo aspiramos, también, con nuestro estudio, a la tarea de difundir la mayor cantidad de información relevante sobre el cromo de modo que esta resulte aprehensible e interesante para un lector poco especializado.

Es en ese sentido y con esa vocación, por lo que nos hemos decantado hacia un análisis cualitativo que reflexione y revele información significativa tanto sobre lo *patente* del cromo, como sobre lo *latente*.

Así, el estudio cualitativo se conformará en torno a dos ejes de investigación principales y que hemos venido a denominar:

- *Lo que los cromos enseñan: aspectos denotativos del contenido.*
- *Lo que los cromos nos cuentan: aspectos connotativos del contenido.*

Dentro de los mismos, desgranaremos y analizaremos todos y cada uno de los elementos patentes o latentes en el cromo que de manera más o menos recurrente hayan ido apareciendo a lo largo de nuestra investigación.

Capítulo 9.

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CONTENIDO

La primera fase de la investigación analiza la muestra seleccionada desde una perspectiva cuantitativa, en la que los resultados de codificación y cuantificación de las categorías se transformarán en datos procesados. Sobre esa información, estableceremos cruces para extraer la información descriptiva y definir una primera aproximación al contenido de nuestro objeto de estudio: el cromo.

9.1 Tablas simples de variables independientes: parámetros contextuales y morfológicos.

Tabla1: Distribución de la muestra por período.

Período	Número	Porcentaje
A.1. EDUARDIANO (1800-1850)	33	13,2%
A.2. VICTORIANO (1850-1880)	77	30,8%
A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	123	49,2%
A.4. DECLIVE (1900-1920)	17	6,8%
Total general	250	100,0%

La distribución de ejemplares en función del período se encuentra condicionada tanto por el volumen de producción de *scraps* propio de cada período, como, de manera inevitable, por la cantidad de ejemplares conservados en nuestros días como consecuencia de su valor para el coleccionismo. No obstante, se aprecia una considerable disponibilidad de aquellos ejemplares procedentes de los

momentos más significativos y de mayor esplendor del cromo victoriano, los cincuenta años comprendidos entre 1850 y 1900 (ver apartado 4.3: *La datación de los cromos*).

Tabla 2: Distribución de la muestra por determinación del impresor/es.

Impresor	Número	Porcentaje
B.1. DETERMINADO	77	30,8%
B.2. INDETERMINADO	173	69,2%
Total general	250	100,0%

El hecho de que casi dos terceras partes del conjunto de la muestra no nos haya permitido la identificación del impresor/es, es consecuencia, no sólo del posible anonimato del mismo, sino del estado de conservación del ejemplar o su disponibilidad separada del pliego de procedencia, y en el que suelen encontrarse, si los hubiera, los anagramas propios del mismo (Ver anexo V).

Tabla 3. Distribución de la muestra por nacionalidad.

Nacionalidad	Número	Porcentaje
C.1. REINO UNIDO	233	93,2%
C.2. ALEMANIA	7	2,8%
C.3. FRANCIA	6	2,4%
C.4. ESPAÑA	2	0,8%
C.5. EEUU	2	0,8%
Total general	250	100,0%

No resulta sorprendente que el grueso de los ejemplares estudiados sea de procedencia británica. Pese a su origen alemán (ver capítulos 3 y 4), el reino Unido es el país que dota de identidad propia a nuestro objeto de estudio, por volumen de producción, por número de impresores y por consumo social del cromo, entre otros factores ampliamente descritos a lo largo de la presente investigación.

Tabla 4. Distribución de la muestra por dimensión-tamaño del cromo.

Dimensiones	Número	Porcentaje
D.1. PEQUEÑO (<4 CMS)	55	22,0%
D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	142	56,8%
D.3. GRANDE (>15 CMS)	53	21,2%
Total general	250	100,0%

El predominio de cromos cuyo tamaño se encuentra entre los 4 y los 15 centímetros se debe a su habitual distribución en pliegos, así como a las dimensiones propias de las planchas litográficas utilizadas (ver apartado 2.5). Estas dimensiones eran sin duda las preferidas entre quienes utilizaban el *scrap* como motivo decorativo para álbumes u objetos mediante *decoupage*. Los cromos de mayor tamaño (más espectaculares), a menudo eran ejemplares únicos que se comercializaban sin formar parte de pliegos.

Tabla 5. Distribución de la muestra por proporción de la forma.

Proporción	Número	Porcentaje
E.1. RECTANGULAR	112	44,8%
E.2. CIRCULAR	0	0%
E.3. CUADRADO	34	13,6%
E.4. OVALADO	11	4,4%
E.5. IRREGULAR	93	37,2%
Total general	250	100,0%

Como obra de arte destinada a la representación de escenas, el factor de forma predominante apuesta por lo rectangular, en consonancia con lo clásico (sección áurea), por su idoneidad y asequibilidad para la percepción humana. Otros factores de forma se encuentran destinados a una función más decorativa.

No se han apreciado cromos circulares en la muestra.

Tabla 6. Distribución de la muestra por orientación.

Orientación	Número	Porcentaje
F.1. HORIZONTAL	39	31,7%
F.2. VERTICAL	84	68,3%
Total general	123	100,0%

En la tabla se encuentran omitidos todos aquellos ejemplares que por su proporción de forma *no aplican* para la *orientación* (cuadrados e irregulares). Por lo que esta categoría sólo resulta pertinente para los *scraps* rectangulares y ovalados. El predominio de la verticalidad es una consecuencia directa del protagonismo de la figura humana en el conjunto de los cromos (en plano general, habitualmente).

Tabla 7. Distribución de la muestra por dimensionalidad.

Dimensionalidad	Número	Porcentaje
G.1. BIDIMENSIONAL	244	97,6%
G.2. TRIDIMENSIONAL	6	2,4%
Total general	250	100,0%

Los cromos diseñados para una representación tridimensional (móviles o armados con ingeniosos sistemas de desplegado y soporte) resultan mucho más escasos por su dificultad de conservación en el tiempo, sus elevados costes de producción y su elevado precio de mercado.

Tabla 8. Distribución de la muestra por material del soporte.

Soporte	Número	Porcentaje
H.1. PAPEL	243	97,2%
H.2. MIXTO	7	2,8%
Total general	250	100,0%

Lo referido a la tabla 7, en cuanto a la excepcionalidad de soportes tridimensionales, es igualmente válido en lo que al empleo de telas, mica, pan de oro y otros materiales se refiere.

Tabla 9. Distribución de la muestra por serialidad.

Serialidad	Número	Porcentaje
I.1. PLIEGOS	160	64,0%
I.2. ÚNICO	90	36,0%
Total general	250	100,0%

Como ya comentamos en el capítulo 8, los ejemplares clasificados como *únicos* responden, bien a un estado de conservación en el que no se aprecian los fragmentos de unión a un pliego de mayores dimensiones y que no nos ha sido posible identificar (lo que no quiere decir que no exista); bien a una cierta excepcionalidad en el sistema de impresión, siendo ejemplares escasos, habitualmente de grandes dimensiones y realmente *únicos*, en un sentido mucho más amplio del término.

9.2 Tablas simples de variables de carácter denotativo: composición, espacio y tiempo de la representación.

Tabla 10. Distribución de la muestra por presencia de figura principal.

Figura principal	Número	Porcentaje
J.1. PRESENCIA	177	70,8%
J.2. AUSENCIA	73	29,2%
Total general	250	100,0%

Como es propio de la mayoría de artes gráficas de carácter figurativo, y otros medios de comunicación de visuales, la mayor parte de los cromos se encuentran diseñados en torno a la presencia de una figura principal.

Tabla 11. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura principal.

Tipo de figura principal	Número	Porcentaje
J.1.1. HUMANA	136	76,8%
J.1.2. NATURALEZA	36	20,3%
J.1.3.OBJETO	5	2,8%
Total general	177	100,0%

La figura humana, como en cualquier medio de comunicación, goza de un protagonismo evidente.

Tabla 12. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura humana.

Figura humana	Número	Porcentaje
J.1.1.1. MUJER	38	27,9%
J.1.1.2. NIÑO/A	28	20,6%
J.1.1.3. HOMBRE	62	45,6%
J.1.1.4. ANCIANO/A	8	5,9%
Total general	136	100,0%

Pese a que los consumidores de *scraps*, sobre todo a partir de 1850, eran mayoritariamente mujeres y niños (cuya presencia será objeto de estudio pormenorizado en el capítulo destinado al análisis cualitativo); como medio de comunicación de masas y reflejo de la sociedad, el hombre goza de una presencia mucho más significativa en el *scrap*; no tanto por el hecho de serlo, como por la visibilidad social con la que contaba. Del mismo modo en los cromos, dentro de los cuales predominan temáticas eminentemente masculinas (militar, profesiones y oficios, política, el poder en general...).

Tabla 13. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura natural.

Figura natural	Número	Porcentaje
J.1.2.1. ANIMAL	30	83,3%
J.1.2.2. VEGETAL	6	16,7%
Total general	36	100,0%

La posibilidad de poder desempeñar roles humanizados, así como su presencia en los *scraps* de carácter narrativo, dota de un mayor protagonismo a la figura animal.

Tabla 14. Distribución de la muestra por composición en ausencia de figura principal.

Composición sin figura principal	Número	Porcentaje
J.2.1. PAISAJE	14	19,2%
J.2.2. BODEGÓN	10	13,7%
J.2.3. CONJUNTO HUMANO	49	67,1%
Total general	73	100,0%

Tal y como ya referíamos en la tabla 11, como medio de comunicación de masas, en el cromo la figura humana sigue siendo protagonista de la representación visual.

Tabla 15. Distribución de la muestra por tipo de paisaje.

Paisaje	Número	Porcentaje
J.2.1.1. EXÓTICO	1	7,1%
J.2.1.2. RURAL	5	35,7%
J.2.1.3. URBANO	3	21,4%
J.2.1.4. NATURAL	5	35,7%
Total general	14	100,0%

El paisaje en el cromo, que será objeto de un preciso análisis en el siguiente capítulo, refleja la patente influencia del romanticismo por cuanto éste representa de movimiento inspirado en el retorno al mundo natural y rural.

Tabla 16. Distribución de la muestra por tipo de encuadre.

Encuadre	Número	Porcentaje
K.1. PLANO DETALLE	2	0,8%
K.2. PRIMER PLANO	10	4,0%
K.3. PLANO MEDIO	9	3,6%
K.4. PLANO TRES CUARTOS	2	0,8%
K.5. PLANO GENERAL	122	48,8%
K.6. PLANO DE CONJUNTO	69	27,6%
K.7. GRAN PLANO GENERAL	36	14,4%
Total general	250	100,0%

En el cromo predomina significativamente la figura humana representada en su totalidad a través del plano general, a lo que debemos añadir la frecuente consideración de esta misma variable aplicada a aquellas imágenes que carecen de una figura principal reconocible.

Tabla 17. Distribución de la muestra por posición de la figura principal o la acción respecto al espectador.

Posición	Número	Porcentaje
L.1. FRONTAL	115	46,0%
L.2. ESPALDAS	9	3,6%
L.3. PERFIL	66	26,4%
L.4. TRES CUARTOS	60	24,0%
Total general	250	100,0%

Al igual que en el resto de artes visuales de carácter figurativo, resulta patente la tendencia a la representación frontal, especialmente en aquellos cromos de carácter ilustrativo en los que la figura humana mira a los ojos del espectador.

Tabla 18. Distribución de la muestra por grado figurativo.

Grado figurativo	Número	Porcentaje
M.1. REALISTA	218	87,2%
M.2. CARICATURA	32	12,8%
Total general	250	100,0%

Pese al carácter satírico de buena parte de los *scraps*, lo que será objeto de atención en el próximo capítulo; la influencia realista y su función como medio de comunicación orientado a la transmisión de valores, hacen que en el *scrap* tengan una representación significativamente mayor aquellas imágenes concebidas como un reflejo fiel de la realidad.

Tabla 19. Distribución de la muestra por tipo de espacio contextual de la representación.

Espacio contextual	Número	Porcentaje
N.1. DOMÉSTICO	23	9,2%
N.2. LABORAL	28	11,2%
N.3. URBANO	38	15,2%
N.4. RURAL	35	14,0%
N.5 .NATURAL	61	24,4%
N.6. INDETERMINADO	65	26,0%
Total general	250	100,0%

El ligero predominio de espacios de carácter indeterminado es, sobre todo, consecuencia de la frecuencia de aparición de cromos en los que no existe un contexto reconocible y que dejan todo el protagonismo a la figura principal. De entre las restantes variables, una vez, más el retorno a la naturaleza resulta recurrente.

Tabla 20. Distribución de la muestra por determinación del tiempo contextual.

Tiempo contextual	Número	Porcentaje
Ñ.1. DETERMINADO	184	73,6%
Ñ.2. ATEMPORAL	66	26,4%
Total general	250	100,0%

En la mayoría de cromos se reconocen con cierta facilidad algunos rasgos (vestuario, decoración, paisaje...) que nos permiten situar la acción en un tiempo contextual determinado. Se salen de esta norma, únicamente, los de carácter alegórico, simbólico, mitológico, fantástico o de naturaleza sin presencia humana ni arquitectónica.

Tabla 21. Distribución de la muestra por ubicación del tiempo contextual.

Tiempo contextual	Número	Porcentaje
Ñ.1.1. PASADO	42	22,8%
Ñ.1.2. PRESENTE	142	77,2%
Total general	184	100,0%

Los cromos suelen representar elementos reconocibles por el espectador y contemporáneos a su tiempo. Únicamente los de naturaleza histórica, conmemorativa... apelan la representación de la acción en épocas pretéritas.

Tabla 22. Distribución de la muestra por narratividad.

Tipo de narratividad	Número	Porcentaje
O.1. SENTIDO NARRATIVO	16	6,4%
O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	207	82,8%
O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	27	10,8%
Total general	250	100,0%

Es evidente el predominio de cromos de carácter descriptivo-ilustrativo de una acción momentánea, única en el tiempo, y que no apela (como en los cromos conmemorativos o históricos) a ningún hecho determinado y reconocible históricamente.

Tabla 23. Distribución de la muestra por refuerzo textual.

Refuerzo textual	Número	Porcentaje
P.1. SI	87	34,8%
P.2. NO	163	65,2%
Total general	250	100,0%

El *scrap* tipo carece de contenido textual, por lo que su significado viene determinado, únicamente, por los elementos que forman parte de la imagen representada.

9.3 Tablas simples de variables de carácter connotativo-interpretativo.

Tabla 24. Distribución de la muestra por representación de la realidad.

Representación de la realidad	Número	Porcentaje
Q.1. REALISTA	194	77,6%
Q.2. ALEGÓRICA	35	14,0%
Q.3. SIMBÓLICA	21	8,4%
Total general	250	100,0%

Al igual que lo mencionado en la tabla 22, la influencia realista del *scrap*, y su carácter descriptivo-ilustrativo, resulta patente en el estudio de esta variable.

Tabla 25. Distribución de la muestra por representación de la acción.

Representación de la acción	Número	Porcentaje
R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	127	50,8%
R.2. DINÁMICA	123	49,2%
Total general	250	100,0%

Se aprecia un equilibrio patente entre los *scraps* que representan una situación estática y los que ofrecen un mayor grado de dinamismo. Si bien cabe destacar que aquellos a los que les ha sido aplicada la variable R.2 (dinámica), suelen reflejar en su mayoría acciones comedidas, pausadas... alejadas del barroquismo y la instantaneidad cuasi fotográfica de los de temática bélica o militar, por ej.

Tabla 26. Distribución de la muestra por temática.

Temática	Número	Porcentaje
S.01. NATURALEZA	15	6,0%
S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	23	9,2%
S.03. VIDA DOMÉSTICA	2	0,8%
S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	22	8,8%
S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	15	6,0%
S.06. RELIGIÓN	8	3,2%
S.08. PROFESIONES-OFICIOS	20	8,0%
S.09. VALORES MORALES	3	1,2%
S.10. MILITAR	5	2,0%
S.12. LÚDICA-FESTIVA	16	6,4%
S.13. RURAL	8	3,2%
S.14. MITOLÓGICA	7	2,8%
S.15. NARRATIVO-LITERARIA	13	5,2%
S.16. CIENCIA-TECNOLOGÍA	3	1,2%
S.17. ARTES	2	0,8%
S.18. FANTASÍA	2	0,8%
S.19. CÓMICO-SATÍRICA	37	14,8%
S.20. SENTIMENTAL	8	3,2%
S.21. ORNAMENTAL	14	5,6%
S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	7	2,8%
S.24. MODA-BELLEZA	3	1,2%
S.25. ETNOGRÁFICA	17	6,8%
Total general	250	100,0%

El cromó de carácter cómico-satírico se encuentra mayoritariamente representado en la muestra, dado que su presencia es recurrente en todos y cada uno de los períodos analizados, así como debido a la naturaleza eminentemente moralizante del *scrap*; lo que observaremos con mayor evidencia en la categoría destinada a la naturaleza del mensaje (U), así como en el estudio cualitativo del capítulo 10.

Tabla 27. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura animada principal.

Naturaleza de la figura animada principal	Número	Porcentaje
T.1. MUJER	49	21,5%
T.2. NIÑO/A	44	19,3%
T.3. HOMBRE	91	39,9%
T.4. ANCIANO/A	10	4,4%
T.5. ANIMAL	34	14,9%
Total general	228	100,0%

Tal y cómo observábamos en la tabla 12 y con las matizaciones propias de esta categoría (ver capítulo 8. *Modelo de análisis de contenido*), el hombre, por su propio protagonismo social, tiene una presencia recurrente en la muestra.

Tabla 28. Distribución de la muestra por roles femeninos.

Rol de la mujer	Número	Porcentaje
T.1.01. AMA DE CASA	2	4,1%
T.1.02. OBJETO DE DESEO	3	6,1%
T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	4	8,2%
T.1.04. AMANTE-SEDUCTORA	2	4,1%
T.1.05. AMANTE-SUMISA	7	14,3%
T.1.06. HEROISMO-LIDERAZGO	2	4,1%
T.1.07. DOMINANTE	1	2,0%
T.1.08. MADRE	3	6,1%
T.1.09. ARTISTA	2	4,1%
T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	4	8,2%
T.1.14. SATÍRICO-CÓMICO	2	4,1%
T.1.15. CAMPESINA	2	4,1%

T.1.16. DEPORTISTA	2	4,1%
T.1.17. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	2	4,1%
T.1.19. ILUSTRE	3	6,1%
T.1.20. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	2	4,1%
T.1.21. FESTIVO-LÚDICO	4	8,2%
T.1.23. DIVINO-SAGRADO	1	2,0%
T.1.24. FANTÁSTICO	1	2,0%
Total general	49	100,0%

El contenido de la muestra denota un evidente predominio de roles femeninos cuya relevancia es sobre todo testimonial, cuasi decorativa. No se aprecia una abundancia significativa de roles que nos orienten hacia un papel de la mujer más determinante en la sociedad. Dichos extremos serán analizados exhaustivamente en el capítulo 10, destinado al análisis cualitativo.

Tabla 29. Distribución de la muestra por roles infantiles.

Rol del niño/a	Número	Porcentaje
T.2.01. HIJO-BEBÉ	1	2,3%
T.2.02. JUEGO-DEPORTE	1	2,3%
T.2.03. TRAVIESO	1	2,3%
T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	6	13,6%
T.2.05. AFABLE-JOVIAl	5	11,4%
T.2.07. HACENDOSO-TRABAJADOR	6	13,6%
T.2.09. MELANCÓLICO-TRISTE	2	4,5%
T.2.10. ADULTIZADO	3	6,8%
T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	8	18,2%
T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	7	15,9%
T.2.16. SATÍRICO-CÓMICO	1	2,3%
T.2.19. DIVINO-SAGRADO	2	4,5%
T.2.20. FANTÁSTICO	1	2,3%
Total general	44	100,0%

Como ya estudiaremos pormenorizadamente en el próximo capítulo, los niños suelen ser protagonistas de situaciones lúdicas, despreocupadas, meramente representativas... Es notable su ausencia en aquellos cromos de carácter satírico o con un mensaje crítico hacia los vicios de la sociedad, por ejemplo.

Tabla 30. Distribución de la muestra por roles masculinos.

Rol del hombre	Número	Porcentaje
T.3.02. PROTECTOR	2	2,2%
T.3.03. AMANTE-SEDUCTOR	3	3,3%
T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	16	17,6%
T.3.06. TONTO-IGNORANTE	2	2,2%
T.3.07. CÓMICO-SATÍRICO	10	11,0%
T.3.08. HEROISMO-LIDERAZGO	9	9,9%
T.3.09. CORTÉS	1	1,1%
T.3.10. DOMINANTE	1	1,1%
T.3.11. MILITAR-BÉLICO	8	8,8%
T.3.13. AFABLE-JOVIAl	2	2,2%
T.3.15. ARTISTA	4	4,4%
T.3.17. VICIOSO-MALEDUCADO	8	8,8%
T.3.18. VIRTUOSO-EDUCADO	2	2,2%
T.3.20. CAMPESINO	3	3,3%
T.3.21. DEPORTISTA	2	2,2%
T.3.22. AVENTURERO	2	2,2%
T.3.23. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	1	1,1%
T.3.24. REPRESENTATIVO	1	1,1%
T.3.25. ILUSTRE	5	5,5%
T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	6	6,6%
T.3.29. FESTIVO-LÚDICO	3	3,3%
Total general	91	100,0%

Además del predominio de lo satírico, como ya apuntábamos anteriormente, la figura masculina, frente al papel ornamental o simbólico de la mujer, aparece como trabajador, responsable o como ejemplo de determinados vicios sociales. Su rol, insistimos, es una consecuencia directa de su protagonismo en la propia sociedad que da cobijo al cromo como medio de comunicación.

Tabla 31. Distribución de la muestra por roles de ancianos/as.

Rol del anciano/a	Número	Porcentaje
T.4.01. ABUELO/A	1	10,0%
T.4.03. VICIOSO-MALEDUCADO	1	10,0%
T.4.04. GRUÑÓN-HOSTIL	1	10,0%
T.4.05. FESTIVO-LÚDICO	1	10,0%
T.4.14. PIADOSO-RELIGIOSO	1	10,0%
T.4.16. CAMPESINO	1	10,0%

T.4.17. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	1	10,0%
T.4.19. DIVINO-SAGRADO	1	10,0%
T.4.20. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	2	20,0%
Total general	10	100,0%

Su escasa presencia en la muestra, no nos permite obtener datos significativos, más allá del hecho de que la figura de Papa Noél está encarnada por un anciano y posee un evidente de carácter simbólico-alegórico, siendo frecuentes los cromos que la representan.

Tabla 32. Distribución de la muestra por rol animal.

Rol animal	Número	Porcentaje
T.5.01. PROPIO	21	61,8%
T.5.02. HUMANIZADO	13	38,2%
Total general	34	100,0%

Aunque en algunos cromos satíricos o narrativos, aparecen animales desempeñando acciones y manteniendo actitudes propias del ser humano, la mayor parte de los animales son representados como tales, con una intencionalidad meramente descriptiva-ilustrativa.

Tabla 33. Distribución de la muestra por naturaleza del mensaje.

Naturaleza del mensaje	Número	Porcentaje
U.01. EDUCATIVO	31	12,4%
U.02. MORALIZANTE	41	16,4%
U.03. IRÓNICO	27	10,8%
U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO	6	2,4%
U.05. ILUSTRATIVO	6	2,4%
U.06. CÓMICO	12	4,8%
U.07. CRÍTICO-DENUNCIA	1	0,4%
U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA	31	12,4%
U.10. NARRATIVO	10	4,0%
U.11. SENTIMENTAL	9	3,6%
U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	20	8,0%

U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL	26	10,4%
U.15. REPRESENTATIVO-INSTITUCIONAL	1	0,4%
U.16. DESCRIPTIVO	1	0,4%
U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA	18	7,2%
U.19. REIVINDICATIVO	4	1,6%
U.21. LAUDATORIO	6	2,4%
Total general	250	100,0%

Tal y como apuntábamos al establecer nuestra hipótesis de investigación, el contenido del mensaje en los *scraps* es de naturaleza eminentemente moralizante, cuando no reivindicativa o ilustrativa de las bondades de la sociedad que los acoge y de la clase que los produce y los consume: la burguesía.

9.4 Cruces de variables.

RELACIÓN PERÍODO / TEMÁTICA DEL CROMO
(Variables A/S)

PERÍODO A.1. EDUARDIANO (1800-1850)

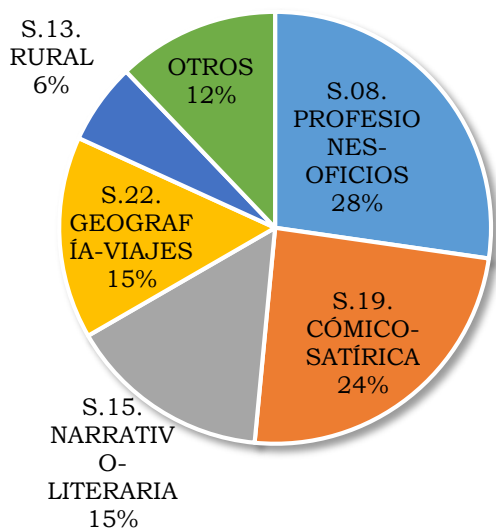


Gráfico 1

Tal y como referíamos en el capítulo 4, son característicos del período de origen del cromo victoriano las temáticas de carácter satírico y los dedicados a profesiones y oficios.

PERÍODO A.2. VICTORIANO (1850-1880)

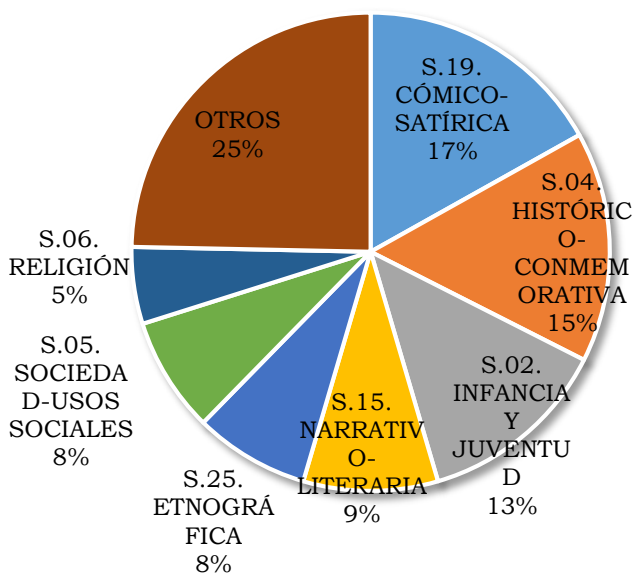


Gráfico 2

En el periodo victoriano, se aprecia una distribución equitativa entre las temáticas disponibles, como consecuencia del incremento de la producción y el consumo, así como de la aparición de temáticas nuevas.

PERÍODO A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)

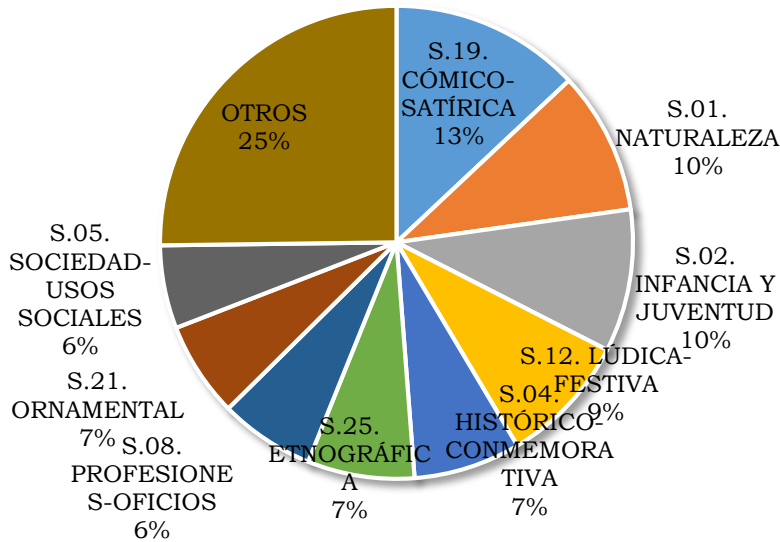


Gráfico 3

La edad de oro, conserva esa distribución equitativa en las temáticas que aplicábamos al período anterior.

PERÍODO A.4. DECLIVE (1900-1920)

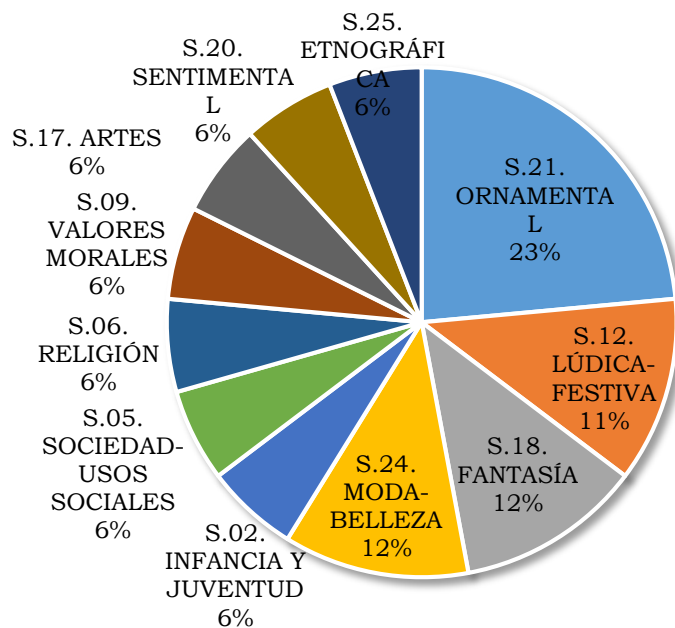


Gráfico 4

El período de declive se caracteriza, entre otras cosas, por un significativo incremento de los cromos destinados a la decoración de álbumes o cajas.

RELACIÓN PERÍODO / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables A/T)

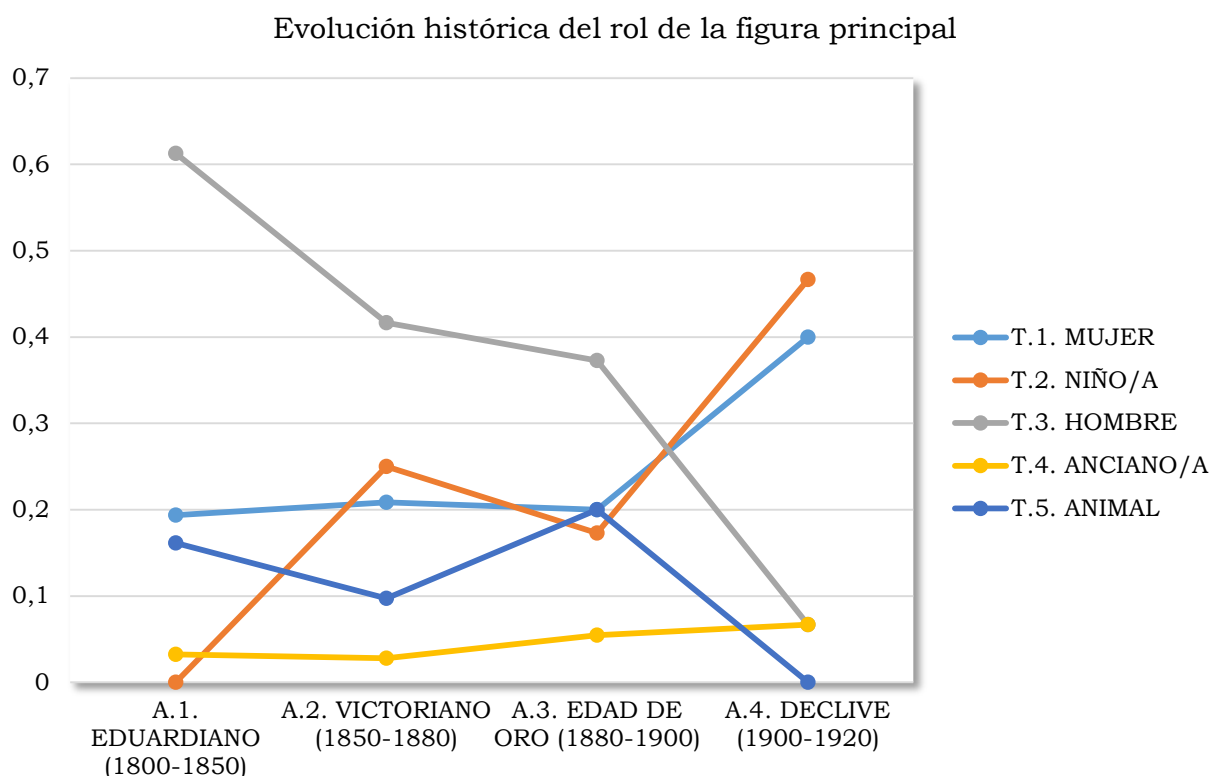


Gráfico 5

Es significativo el aumento del protagonismo de la figura femenina e infantil a lo largo de la historia del cromo, en detrimento de la figura masculina.

RELACIÓN GRADO FIGURATIVO / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables M/T)

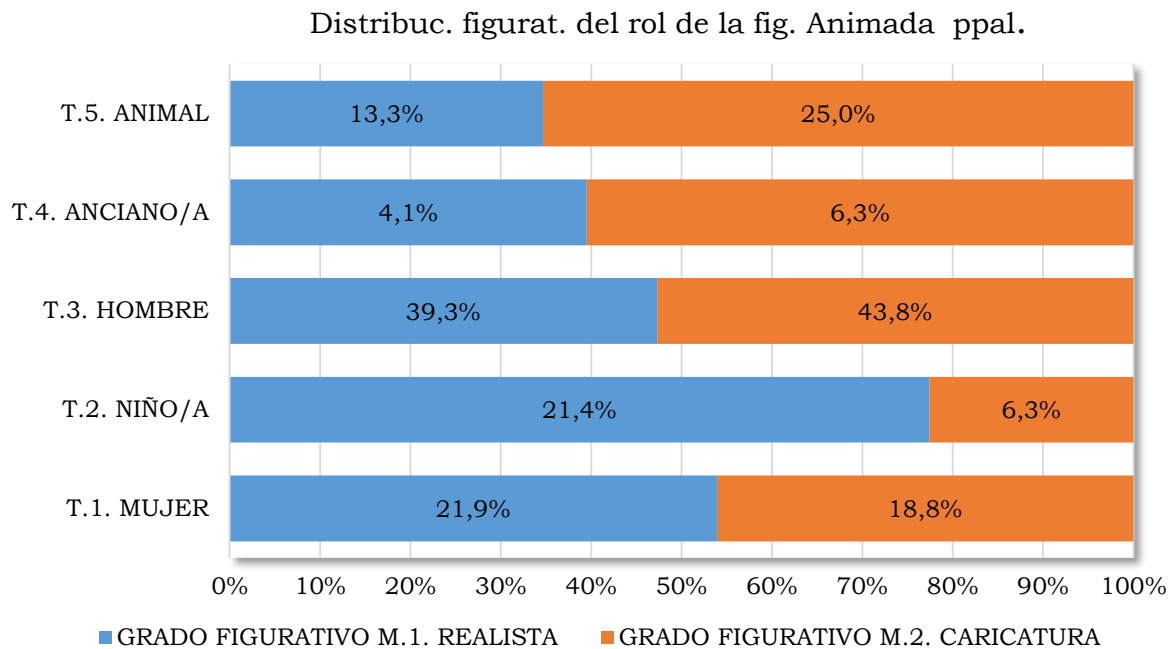


Gráfico 6

El hombre y los ancianos, son mucho más susceptibles de ser representados satíricamente a través de la caricatura que la mujer o los niños. Fenómeno que será objeto de nuestra atención en capítulo 10.

RELACIÓN GRADO FIGURATIVO / NATURALEZA DEL MENSAJE
(Variables M/U)

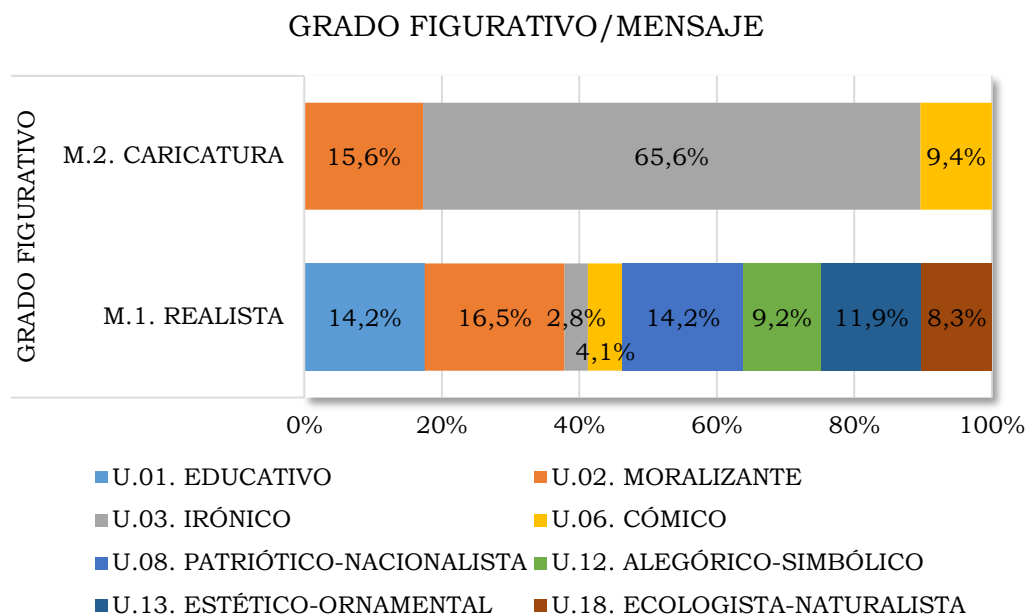


Gráfico 7

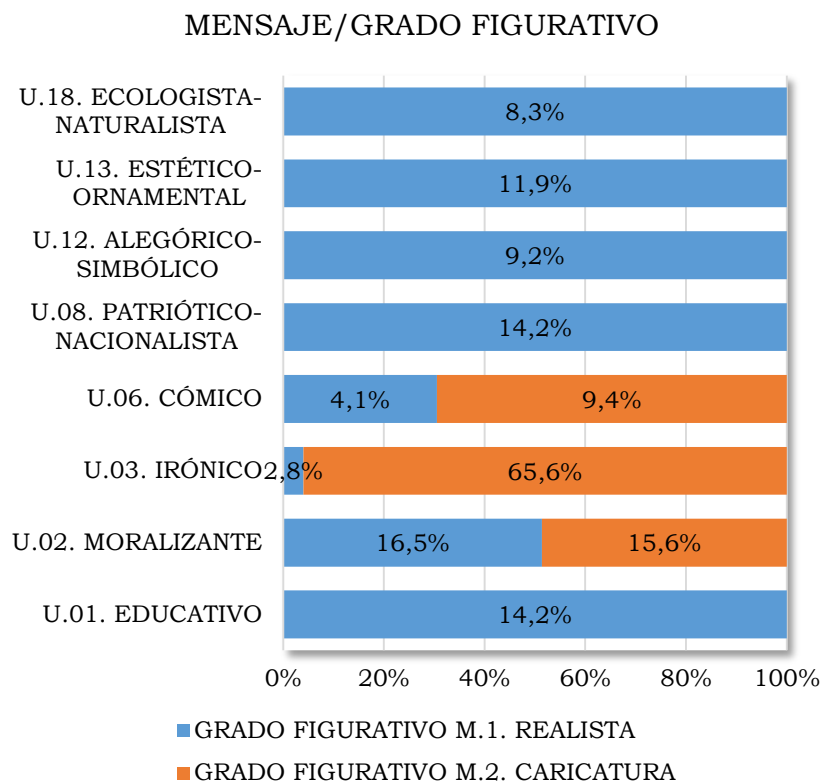


Gráfico 8

En los cruces constatamos como la caricatura se encuentra destinada exclusivamente a mensajes de naturaleza moralizante, irónica o cómica.

RELACIÓN ESPACIO CONTEXTUAL / ROL FIG. ANIMADA PPAL
(Variables N/T)

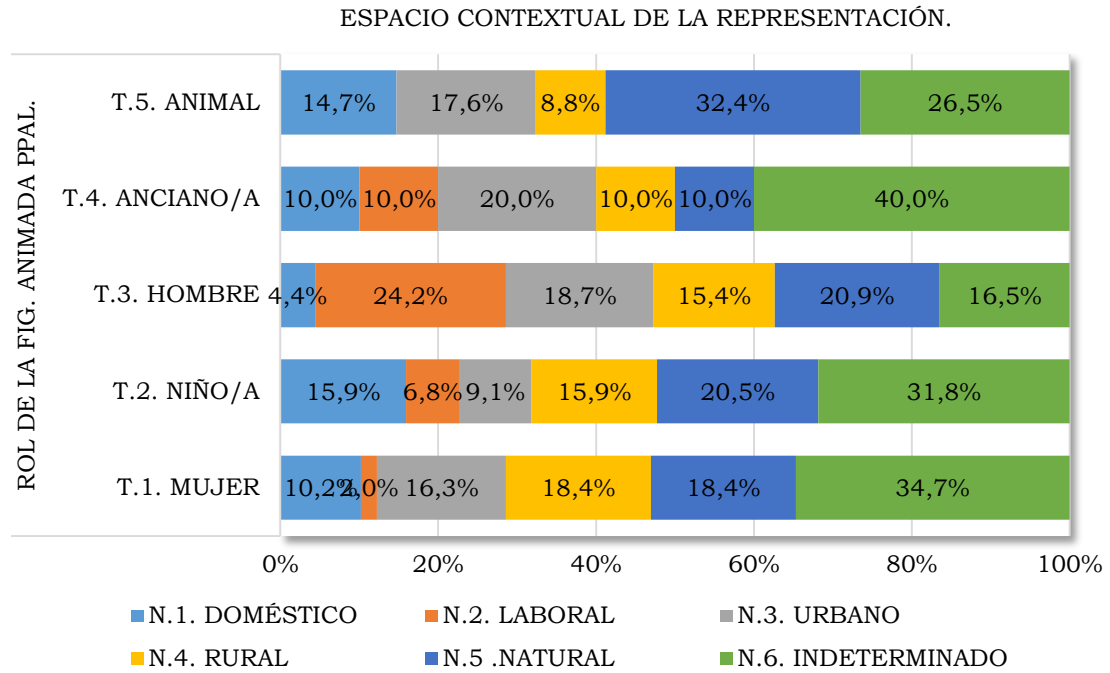


Gráfico 9

Más allá de la indeterminación del espacio contextual, característica en buena parte de los cromos, observamos como el hombre está representado mayoritariamente en el entorno profesional, mientras que la mujer es susceptible de encontrarse representada en contextos más variados de manera equitativa.

Por su parte, y de manera lógica, los animales aparecen mayoritariamente en su hábitat propio: la naturaleza.

En todos los cruces se observa un papel significativo tanto del entorno natural, como del rural, como consecuencia de la inspiración romántica.

RELACIÓN NATURALEZA DEL MENSAJE / REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD
(Variables U/Q)

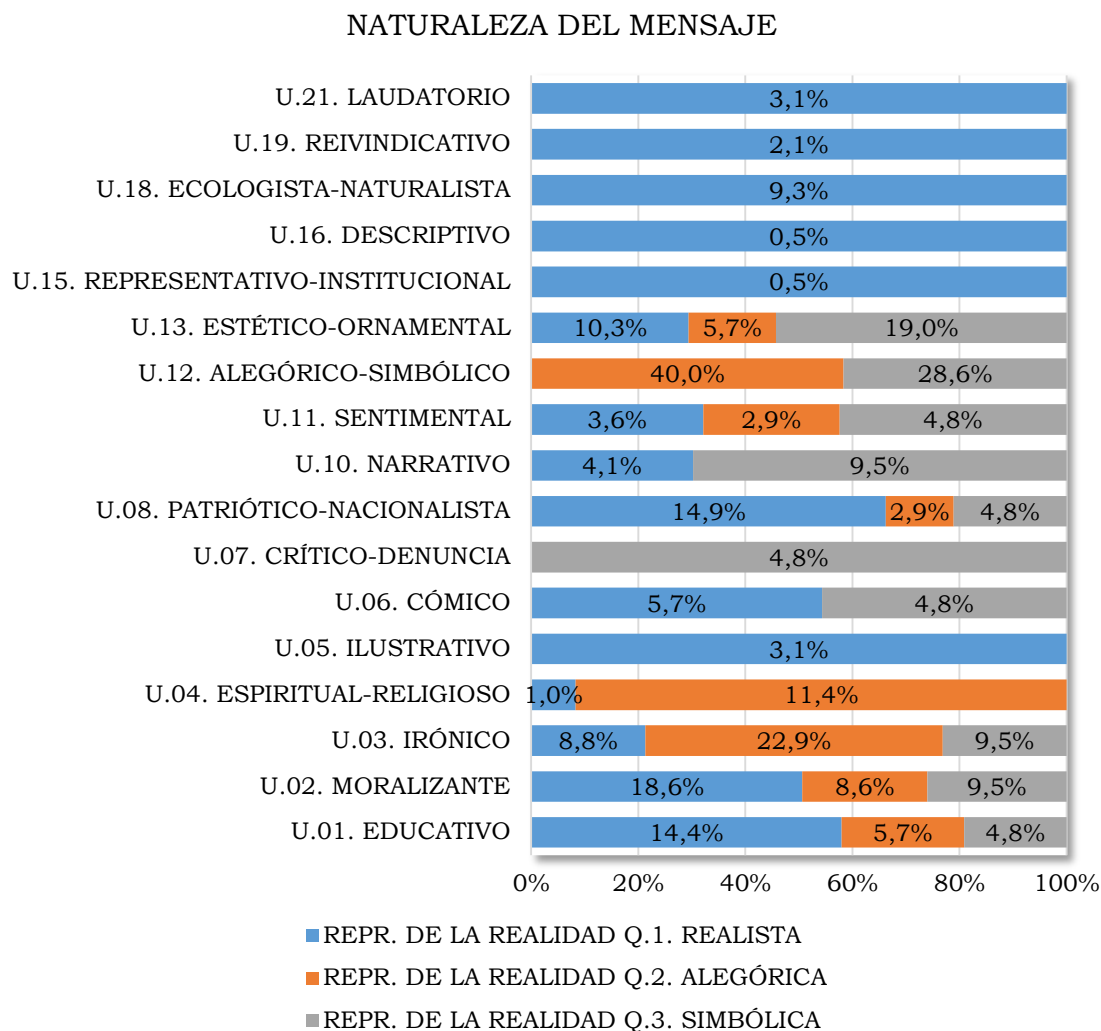


Gráfico 10

Se observa como la representación realista forma parte de todos y cada uno de los tipos de mensaje que forman parte del cromo como medio de comunicación salvo aquellos de carácter expresamente crítico, cuyo contenido es habitualmente de naturaleza simbólica.

Lo alegórico y lo simbólico, por su parte, se encuentra constreñido únicamente determinadas variables cuya interpretación, quizás, requiere de un nivel más elevado de subjetividad.

RELACIÓN TEMÁTICA / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables S/T)

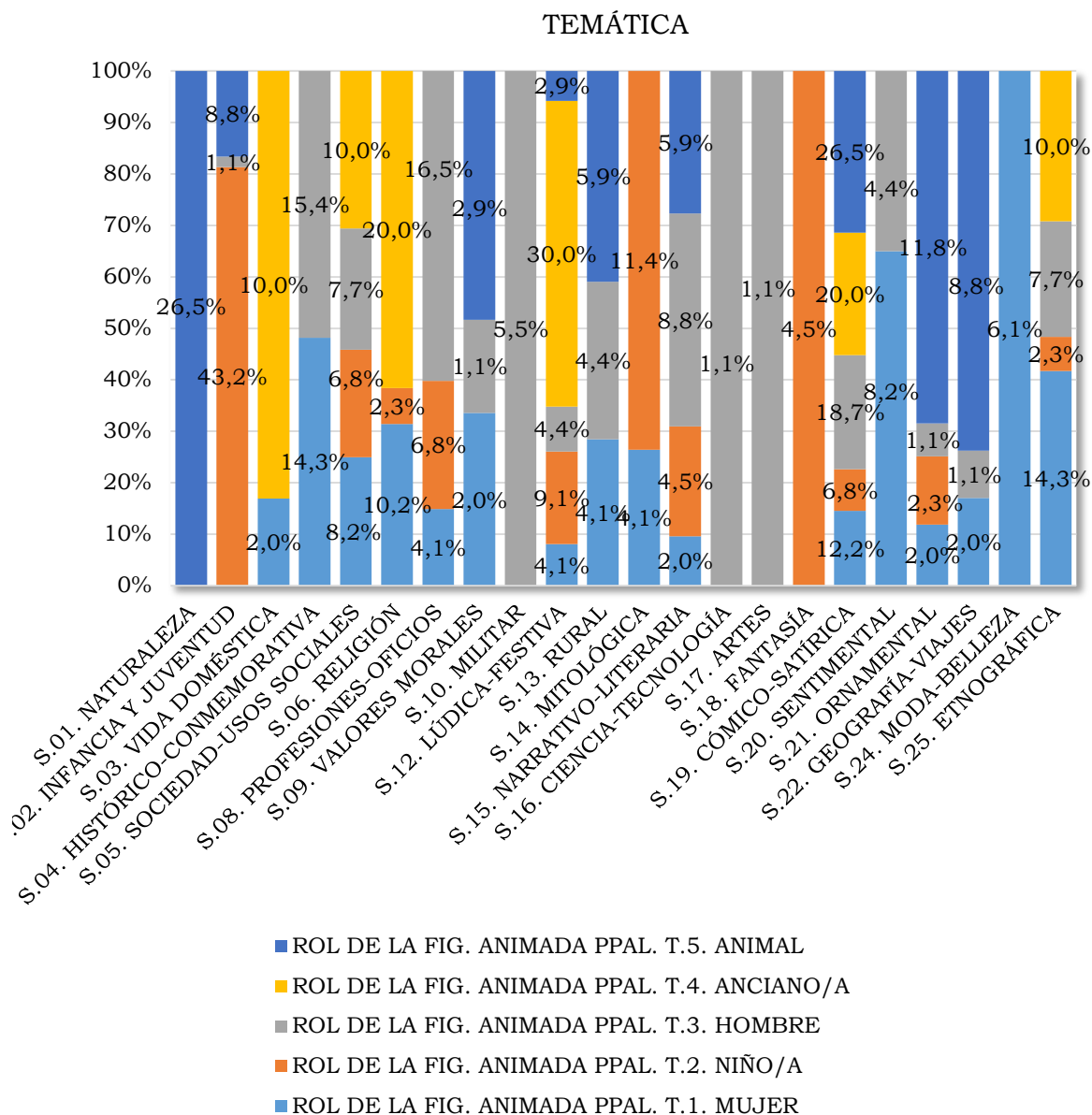
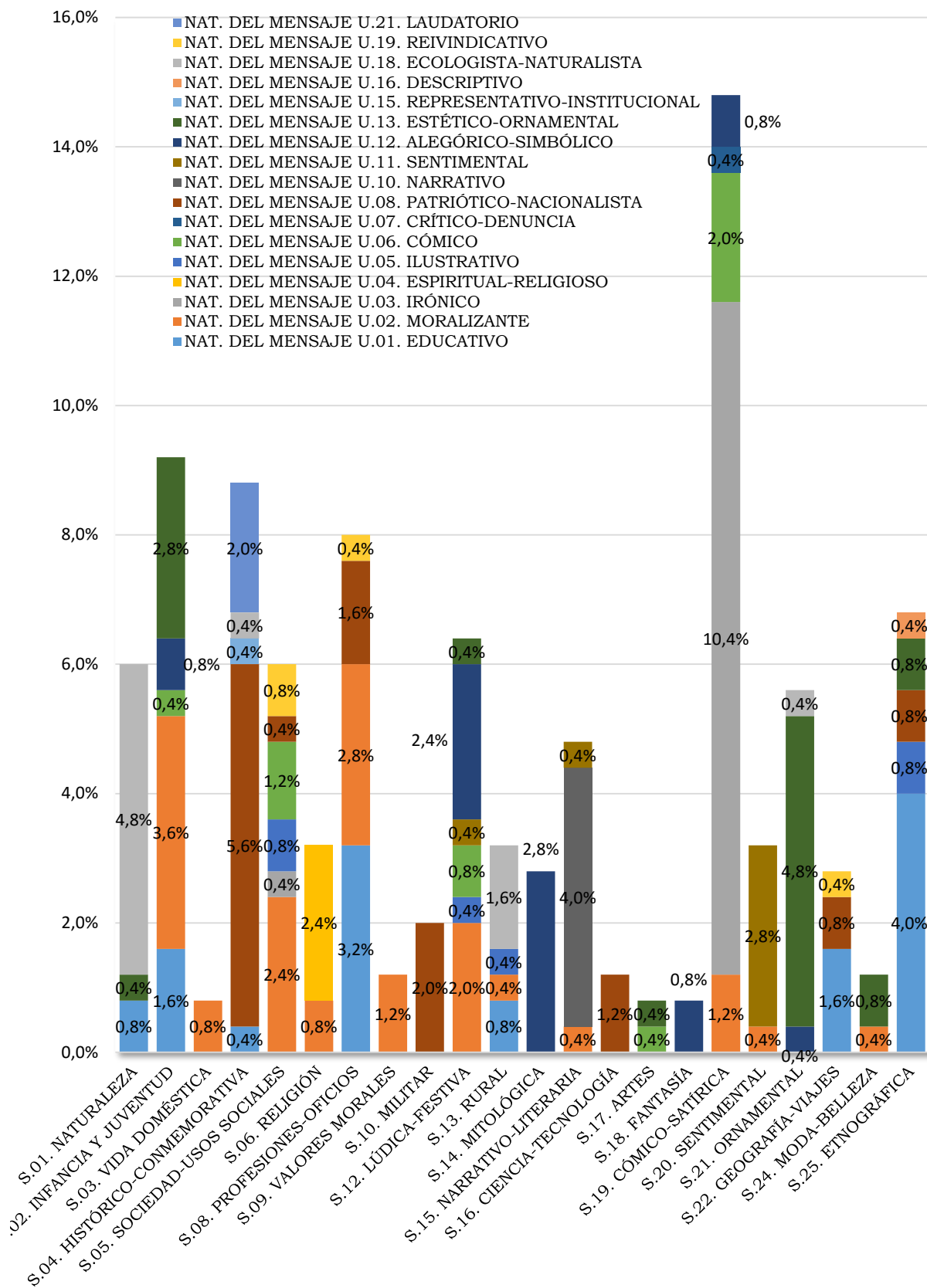


Gráfico 11

Nos encontramos ante la que bien podría ser la representación gráfica del conjunto de estereotipos característicos de la época que nos ocupa. Entre otros datos significativos, se observa como la representación de lo bello, la moda o la vida doméstica está patrimonializada por la figura femenina, mientras que las artes, la ciencia o el ejército, sólo cuentan con el hombre como máximo exponente.

RELACIÓN TEMÁTICA/MENSAJE. VARIABLES (S/U)

Gráfico 12



RELACIÓN MENSAJE/ROL DE LA FIGURA PRINCIPAL
VARIABLES (U/T)

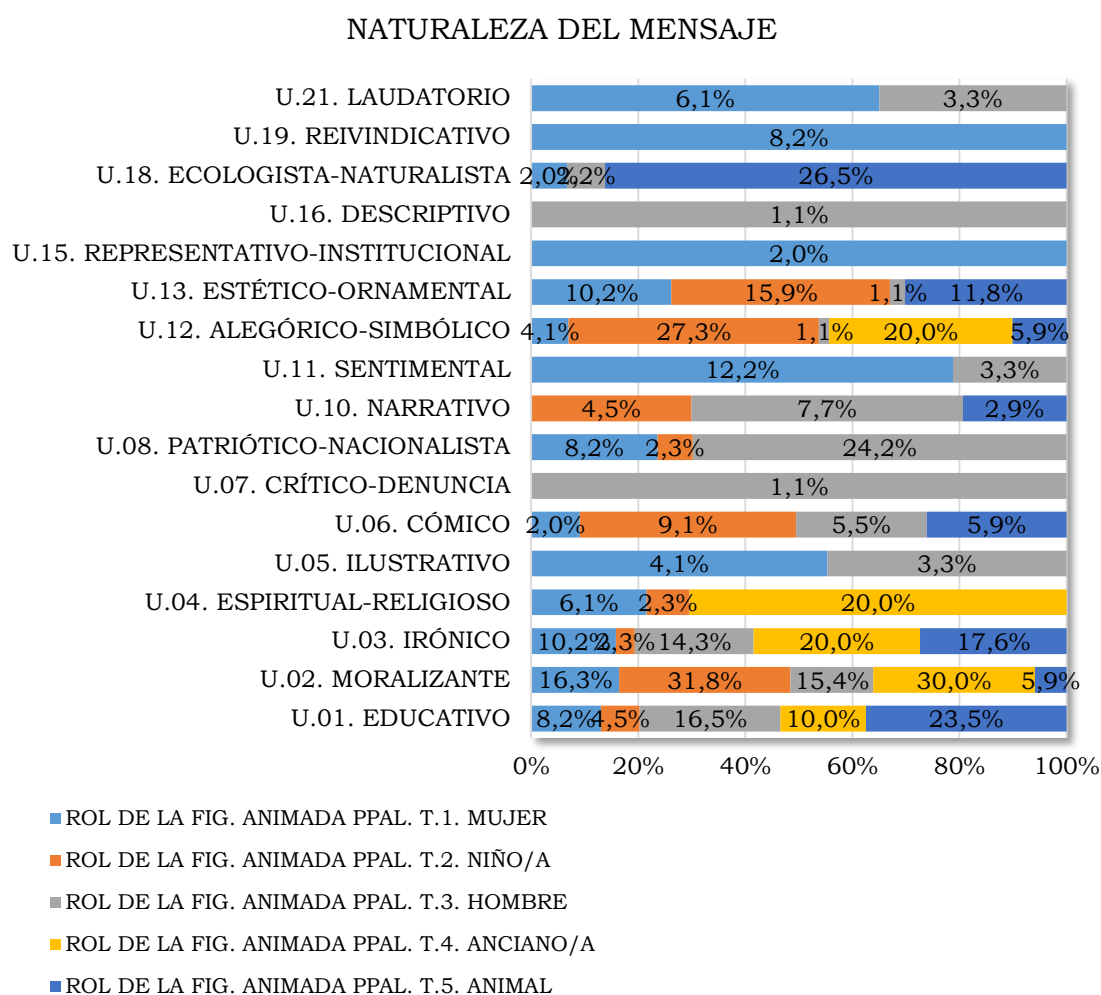


Gráfico 13

De los gráficos 12 y 13 podemos obtener algunas conclusiones interesantes entre las que destacamos que la naturaleza reivindicativa de algunos cromos se encuentra reflejada mediante un mensaje de corte feminista que alude a una mayor representatividad del papel social de la mujer (ver capítulo 10), o que son frecuentes los motivos alegóricos o mitológicos cuando la función del cromo es fundamentalmente de carácter ornamental.

Por otra parte, observamos como la crítica y la denuncia se encuentran representadas fundamentalmente por hombres o que la representación de los avances en ciencia y tecnología, lleva aparejada un mensaje de corte patriótico-nacionalista.

Capítulo 10.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDO

10.1 Lo que los cromos enseñan: aspectos denotativos del contenido.

Sin imágenes se perdería nuestra conciencia histórica. Nuestro mundo actual no se entendería ni concebiría sin su reflejo en una cámara fotográfica y su posterior contemplación. Sin ellas perderíamos nuestros referentes ideológicos, culturales o sociales. Pero existen otras que, a modo de carrusel visual, están cargadas de mensajes sutiles tan interesantes como aquellas y cuya información tenemos que descifrar. Así, los cromos.

Si una de las finalidades del cromo está dirigida al juego infantil, lo que primará en ellos será la imaginación, la intuición, la asociación libre, deleitándose en las formas aunque valiéndose de una estética estereotipada... y todo ello poetizado. Como dice Huizinga¹¹⁶ (1872-1945), la poesía nace del juego y con el juego. Poesía, juego o cromos van a tener los siguientes rasgos comunes:

- Que la acción se desarrolla en un mismo límite de tiempo, espacio y sentido, en un orden que es visible. En los cromos no van a coincidir dos acciones diferentes en un mismo plano.
- Pertenecen a la esfera de la inutilidad o de lo innecesario.
- Precisan el entusiasmo como formas de ánimo, la alegría (salvo algunos cromos con escenas dramáticas quizás influenciadas por un romanticismo trágico más que por el realismo estético) todos se van a caracterizar por una gran explosión de vitalidad, paz o al menos indiferencia.

¹¹⁶ HUIZINGA, J. *Homo Ludens*. Madrid: Alianza, 2000.

- Muchos van a estar fuera de la razón, de la lógica, como los que hemos llamado “imaginarios”.
- Una fantasía exorbitante con la intención de aturdir la imaginación.
- La seriedad en su ejecución.

La imagen en el cromo no busca molestar, incomodar o remover las conciencias como pudo darse en la pintura realista. No se implican ni siquiera en sublimar los horrores e injusticias que en su momento estaban ocurriendo. Parece como si con su estética intentara amortiguar el impacto que pudiera producir en el espectador la barbarie de su alrededor. Estamos pensando en todos los infortunios que tuvieron lugar en la segunda revolución industrial, por ejemplo. De todas maneras es un ejemplo más de cómo una obra de arte, un medio de comunicación de masas, llega a ser eficaz intercalando la moral y las convicciones de una sociedad; implicando a un creador y una estética que intenta conmover a su público; si lo apreciamos como un hecho consumista, ¿podríamos hablar de democratización de la imagen? Poseer una obra de arte auténtica es costoso y difícil. La reproductibilidad, como la de los cromos, se convertirá en una estrategia que deteriorará el aura de cualquier obra de arte original al tiempo que la múltiple reproducción intentará adquirir un nuevo valor para una sociedad que empieza a ser consumista. Walter Benjamin¹¹⁷ ya advertía de las nuevas posibilidades de la reproducción técnica, con el peligro añadido de la banalización de la imagen.

Percibir el espacio en los cromos es totalmente subjetivo, no funcional. En los cromos es nuestra percepción la que indaga el entorno, el espacio e incluso el movimiento. La imagen se detiene. La gran mayoría de ellas, aunque gozan de un leve dinamismo (gestos y acciones sutiles), rechazan el dramatismo del movimiento, aunque encontremos algunas imágenes de caballos al trote, diligencias corriendo, etc.

En el cromo asistimos no a la imagen-tiempo, sino el tiempo crónico, estratigrafiado ante el cual no se nos permite asumir sino considerarlo como

¹¹⁷ BENJAMIN, W. Traducción de Jesús Aguirre. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936). Madrid: Ed. Taurus, 1973.

visionario de otro tiempo y época, detenido e instantáneo; las escenas que narran no existen fuera de ellos mismos, de la misma manera que fuera de la fotografía no existe figuración salvo en ella misma. En el cromo no existe el mundo sino su representación idealizada. Algo parecido y como último coletazo podemos advertir en la fenomenología existencialista o en el surrealismo.

En ese espacio-tiempo las figuras, ficticias o reales, casi siempre presentan una frontalidad casi primitiva, en planos estáticos, verticales o con una lateralidad horizontal. Escasos ejemplos hemos encontrado en los que las representaciones humanas nos dan la espalda. Quizás por influencia o trasunto de la tradición flamenca, los personajes suelen aparecer en pequeños grupos o en solitario lo que nos señala el gran sentido de la privacidad que dominaba en las costumbres victorianas.

En general, apenas hay volumen en nuestros cromos, son casi planos, con las sombras necesarias para matizar las formas, los planos suficientes para acercar la imagen, que ocupará todo el espacio, usando diferencias más que gradaciones de colores (tengamos en cuenta cómo la técnica de la litografía tiene muy parcelado el uso del color limitándose a unos cuantos y a la fusión de ellos).

A veces las figuras inician un conato de escena en cuyo caso pueden estar aisladas o apoyarse sobre una pequeña base donde sí se proyecta levemente la sombra del conjunto creando una leve perspectiva, pero siempre dominando la frontalidad. Por ese “retorno al orden” que hemos establecido anteriormente, el cromo recoge un lenguaje basado en el clasicismo, lo retoma. Simplemente recorta, quita, elimina lo que no le interesa: el fondo, las fugas de perspectiva, el espacio de alrededor. No llega a innovar como Hergé en sus dibujos de Tintín o Luis Bagaría¹¹⁸ en lo que después se llamaría la “línea clara”. De todas

¹¹⁸ *Uno de los más destacados periodistas gráficos del siglo XX, en un medio de comunicación de referencia para la prensa escrita como es “El Sol”. En el periódico fundado por Nicolás María de Urgoiti en 1917, se agrupó lo más destacado del periodismo y de las letras españolas de la época, desde Ortega y Gasset al propio Bagaría, un artista novedoso que aplicó su capacidad como dibujante para el análisis político, con más finura y modernidad que la simple caricatura. Todo ello realizado a través de un dibujo que remite al lenguaje estético de vanguardia, concretamente a la moderna tendencia denominada “línea clara” que, resumiendo las novedades y el clasicismo de la “vuelta al orden”, desarrollaron poco después dibujantes como Hergé en Bélgica. Fuente: El*

maneras, el cromo supone una gran novedad técnica, una gran capacidad de renovación del lenguaje artístico y encuentra en la ilustración gráfica un ámbito de aplicación privilegiado.

No podemos hablar de puntos de fuga y apenas de perspectiva. Aunque tendemos a mirar de izquierda a derecha del mismo modo que identificamos la izquierda con el pasado y la derecha con el futuro, de la misma manera que escribimos o pintamos con la mano derecha por lo que nos resulta más fácil dibujar figuras que miran hacia la izquierda, en los cromos encontramos todas las variantes.

En todos ellos se aprecia un gran sentido de lo teatral. Muchos de ellos, preferentemente los que representan personajes aunque sean animalizados, nos resultan como marionetas que fueran utilizadas desde arriba por hilos de extrañas e inteligentes manos capaces de insertarlos en cualquier historia o narración. De ahí que aparezcan aislados, recortados, esperando nuestra voluntad de interpretación o a niños que inventaran cualquier guion escapando quizás de los guiones de los teatritos infantiles de la época.

En otra línea, algunos nos remiten a esa parte de la estética modernista que consiste en la integración, en la fusión de un espacio en otro. Por ejemplo, una mano ofrece o porta un ramo de flores que a su vez tiene instalada la imagen de unos niños que atraviesan un campo nevado, Es la imagen dentro de la imagen. Espacios separados, inocuos, difíciles de identificar y no configurados por el espectador.

En el cromo domina lo visual sobre lo verbal. Algunos proporcionan textos explicativos que los entroncan con la literatura de cuentos populares, por ejemplo. Pero están alejados de la comunicación personal que encontramos en los bocadillos de los comics. Los personajes que aparecen en los cromos no se van a comunicar con nosotros, están ensimismados, no nos hacen partícipe de lo que ocurre. Entendemos que es una victoria de lo estético, de los valores plásticos sobre lo mecánico. Pero no perdamos de vista que en el cromo no entran conceptos como belleza o fealdad, sino la gracia y cómo se cuenta, la

periodismo gráfico de Luis Bagaria en la galería Jose. R. Ortega. 21 de marzo de 2011. Recuperado el 4 de Julio de 2015, de <http://www.revistadearte.com>

obra y no la intención de su autor. Será un exceso de formas, de temas, de iconografía... Esto supone una ventaja o un castigo, porque hay que hacerlos llegar a las masas consumidoras que no se detienen, ni entienden la evolución de las formas artísticas o la percepción de la belleza. Hay que producir con rapidez. Por esto los cánones se repetirán continuamente, el femenino o el infantil por ejemplo y serán repetidos hasta la saciedad.

Detengámonos en el típico cromo con la imagen de un ramo de flores. Una flor o un ramo de flores, aún con variantes, se repetirá obsesivamente, en un florero, sujeto con una mano que lo porta, con detallismo botánico, dentro de un zapato o con un pequeño texto que a modo de filacteria saluda al receptor (Figs. 1,2 y 3).



Figs. 1,2 y 3

En un sencillo ejemplo como el descrito, se pueden valorar los aspectos formales de la imagen desde perspectivas diferentes:

- Queda implícita la acumulación de imágenes, casi repetitivas, en torno a un mismo tema (saludo al receptor).
- El mundo exterior será expresado a partir de una visión interna, alimentada y organizada por el imaginario del creador.
- El creador y el espectador se verán involucrados e identificados con la imagen creada. Por tanto el nexo entre ambos será la propia imagen.
- Lo verdadero o falso de la imagen es irrelevante, lo importante es lo efímero e inmutable de la imagen creada. Es característica propia de los movimientos artísticos emergentes de principios del siglo XX.

En general, la imagen de los cromos no arranca de la presunción o aceptación de lo real, basado en aquello considerado como verdad, honesto, sincero u otro término equivalente.

El creador de imágenes en el XIX no asume posiciones o responsabilidades sobre la imagen resultante como puede suceder en disciplinas como la fotografía, el cine, o el *arte*. La percepción estará basada en la distracción, creando metáforas a partir de realidades y verdades a partir de ficciones¹¹⁹.

Aunque su producción transcurre en paralelo al desarrollo de la técnica litográfica, tal y como hemos visto al rastrear el origen del cromo victoriano, podemos encontrar un antecedente estético significativo en los pequeños grabaditos de finales del siglo XVIII descritos con anterioridad. Su estética podría remitirnos a varias fuentes como son la linterna mágica del jesuita alemán A. Kircher y sobre todo al teatro de sombras o de siluetas. Pudiendo conectar con las sombras chinescas orientales, con el *Wayang Kulit* malasio o el teatro *Karagoz* turco y griego. Tengamos presente el concepto narrativo del que participan todos ellos. El mismo que tendría más tarde el cine de animación con siluetas de Charlotte Reiniger¹²⁰ y al que consideramos conectado con el mundo y la estética de los cromos.

¹¹⁹ Es interesante descubrir que estas mismas características estéticas las podemos extrapolar al medio literario. Así a los cuentos populares de transmisión oral o a los textualizados.

¹²⁰ Charlotte Reiniger (2 de junio de 1899, Berlín-19 de junio de 1981, Dettenhausen) fue una cineasta alemana (posteriormente nacionalizada británica), famosa por sus

La estética e iconografía del cromo participa de ese sesgo que para muchos críticos tiene el arte contemporáneo de falta de denuncia o comentario crítico sobre la realidad, carente de perspectiva en el tiempo. Es decir, está ausente la etiología de los conceptos o de las mismas representaciones. Nada se cuestiona de economía, descubrimientos, política, religión o sociedad, aunque dando una imagen de estoicismo y rectitud moral aparentemente ejemplarizante para los hombres y mujeres de su época y quizás para nosotros, hombres del siglo XXI. Lo importante, desde el punto de vista estético, sería la imagen misma y su uso, no el por qué o el para qué.

Desde el momento en que asumimos su papel como medio de comunicación ideológica, subrayada por los mecanismos de poder, consideramos a los cromos aunque aparentemente imparciales, un testimonio visual del siglo XIX que se aprovecha de los logros estéticos de los nuevos movimientos artísticos que permitirán una mayor libertad en la creación de imágenes, temas, etc. Los creadores de cromos reflejarán la diversidad geográfica de lugares casi imaginados, los cambios estéticos urbanos, los nuevos conceptos de progreso que se manifiestan en nuevos usos técnicos (el automóvil, el ferrocarril, el barco de vapor o el avión) (ver fig. 4), los personajes de significación histórica o política, los conflictos sociales edulcorados... en general, con cierto viso de melancolía romántica insertando algún elemento no burgués y , como negocio, teniendo que supeditar sus valores artísticos en pro de la clase burguesa a quien va dirigida su producción.



Fig. 4.

películas de animación con siluetas, especialmente *Las aventuras del príncipe Ahmed* (1926).

Stricto sensu, quizás la conexión más interesante con la actualidad sea su vinculación con el consumo. Todo circula, todo se vende. En el siglo XIX y actualmente, la vida social se encuentra desgarrada por desigualdades, factores sociales, políticos y económicos y es difícil mantenerla en torno a unos principios superiores ya establecidos. Por tanto, el individuo, la sociedad y la cultura se moverán en torno a una multitud de objetos o situaciones de consumo o de conductas estereotipadas que, más que unir, simplemente servirán para agregar involuntariamente actitudes, maneras y sobre todo formas de ver o entender la vida y el grupo. Pero siempre contextualizada desde el prisma urbano (Ver Fig. 5).

Todo esto sería la causa o el origen de la multiplicidad iconográfica, prefabricada y sin debate ni consentimiento, que tanto en la actualidad como en el campo de los cromos se nos propone. El movimiento modernista a finales del siglo XIX traerá grandes cambios en los medios y procesos de comunicación colectiva destruyendo la iconografía tradicional anterior. Partiendo de un andamiaje intelectual, ahora convivirán las imágenes de un burro y un avión, un príncipe con un burgués, una choza con un palacio, un campo con una ciudad, objetos con personas... Todo esto será aplicado a los cromos.



Fig. 5.

La iconografía del cromo nos traslada a una atemporalidad, nunca decrepita y siempre idealista e inventada, con seres nunca envejecidos, bellos (Fig.6), de acuerdo con la estética imperante; a una despreocupación hermosa, sobre todo

de mujeres e inocentes infantes. Quizás porque lo plasmado juega con el tiempo, nos encontramos ante el tiempo inventado.

Es como si se materializara el concepto platónico de que lo bello conlleva forzosamente un alma buena, noble y virtuosa¹²¹. Sus personajes en general participan de un bizantino hermetismo en cuyo hondo calado conceptual intentamos bucear.



Fig. 6

A pesar de su excesiva afectación, son icónicos, arquetipos, como los medievales anteriores a Giotto; no expresan dolor o desesperación, tristeza o éxtasis, sorpresa o ira, no participan de la introspección. Son seres primarios ausentes de formas o ideas más complejas. Aislados en general, cuando se comunican, lo suelen hacer como referencia a una formalidad social más que como medio expresivo de sentimientos (Fig.7). Su carácter icónico es el que nos permite realizar sobre ellos cualquier tipo de lectura. De ahí su dimensión poliédrica. Porque aunque el cromo venga definido por su instrumentalidad, aunque nos parezcan frívolos o burguesamente ornamentales, estos participan de una doble o triple función: eran útiles, didácticos y bellos. Aun así apreciamos su carácter lineal porque en sus imágenes la expresividad es escasa, se prescinde de artificios Así, no suelen aportar descripciones, explicaciones ni inserciones de otras líneas argumentales que desvíen su intencionalidad. De manera que la

¹²¹ PLATÓN. *El Banquete*. Alianza Editorial. Madrid. 1999.

atención sobre los mismos no requerirá ninguna preparación previa en quien lo contempla quedando a veces en el plano puramente anecdótico.



Fig. 7.

Roman Gubern¹²² afirma que las imágenes no son inocentes, no son espejos fieles de la sociedad que las crea. Son sólo puntos de vista tanto ópticos, como morales e ideológicos. Al no existir un único imaginario colectivo, las imágenes, o bien reflejan la realidad social, parcelada en el caso de los cromos, o plasman los deseos, las aspiraciones o los sueños de sus autores, quienes lo harán intentado armonizar y transformando artificiosamente la realidad efectiva usando medios estéticos. No es más que una teatralización de la realidad (Fig. 8). De todas las maneras, como cualquier imagen pintada, debían ayudar a quienes las contemplaban a forjarse imágenes mentales, alejadas de las intenciones de sus autores y que hicieran más enriquecedora su existencia. A este segundo campo pertenecería la iconología de los cromos al crear un articulado y sintónico modelo de mundo en el que, al menos los niños creerían (además de transmisores morales, económicos, de modas, etc. para los adultos), porque para ellos *ver* siempre ha significado *creer*.

¹²² GUBERN, Román. *Patologías de la imagen*. Anagrama. Madrid. 2004.

Podemos confirmar que sí se estableció un conductismo entre imagen y sociedad. Alejadas de la realidad, cuando la apariencia vale más que la sustancia, sus imágenes no imitarán al individuo sino que será éste el que acabará imitando su representación, creándose desde una moda, una manera de ver el mundo, a una forma de estar el individuo en sociedad. Serán excluidas las actitudes críticas o las indagaciones comprometidas porque esto significa tiempo y para el individuo coetáneo a los cromos no existirá ni la ocasión, ni el tiempo ni, presumiblemente, posibilidad. Es el tiempo decimonónico y del siglo XX que avanza más rápido para el hombre. Por tanto la imagen representada como síntesis colectiva de una sociedad, la antecede y la dignifica. Este fenómeno, lejos de extrañarnos, parece predecir lo que más tarde ocurrirá con el cine y otros *mass media*. La postura del cigarrillo de Humphrey Bogart o el desenfado a lo James Dean, imitado por los adolescentes, están en la misma línea. Nace así la unidad de estilo, la uniformidad que para Nietzsche definiría la cultura de toda una época.



Fig. 8.

¿Qué papel pudieron desempeñar las imágenes de los cromos en la sociedad de su tiempo?

La producción de cromos forma un conjunto discontinuo perteneciente a una misma base cultural occidental y con un significado global. Ya en otro capítulo los hemos señalado como una representación de los valores culturales imperantes en occidente y los propios del siglo XIX, en perfecta sincronía con la

evolución del pensamiento y la sociedad en diferentes etapas hasta alcanzar el siglo XX.

Si la iconicidad nos exige una coherencia cultural que es la propia de los verdaderos sistemas de signos, no codificados, pero que asumen su identidad como perteneciente a la misma sociedad y tiempo que los crea, el hecho de que los textos aparezcan escritos en lengua inglesa o francesa nos proporciona una pauta de coherencia cultural y nacional¹²³.

Encontramos sumamente interesante la fusión de texto e imagen a la que hemos aludido en algún momento, pero aún más la rotundidad del colorido que acompaña a cualquier muestra o la impronta de animales de compañía u objetos que nos transmiten el grado de civilización y bienestar reflejados en los cromos (Fig.9). Lo mismo puede decirse cuando se representan flores o alimentos que en el caso de los frutos o productos naturales son de enorme atractivo visual.



Fig. 9

Es decir, aunque nos parezca paradójico, se trata de mensajes sin códigos explícitos (éticos, patrióticos, espirituales, temáticos,...) pero que se tornan extremadamente poderosos cuando se diluyen en la propia observación del

¹²³ Es interesante este dato al no encontrar equivalencia en los cromos españoles. Si bien aparecen nombres de toreros o de regiones, sin embargo no encontramos aquellos que recomiendan deseos o aporten lazos afectivos. Esta costumbre tan relacionada con los *valentines* ingleses no estaría extendida entre los españoles y por esta razón no aparece en los cromos de raíz hispana.,

espectador. Otra cuestión sería comprobar si el observador es cómplice o no de la identidad o representación cierta de la realidad. El problema radica en que si la realidad se sustituye por su representación manipulada y esta llega al grado de la certeza, esto supone parodiar, simular, sustituir... a la misma realidad. En este sentido sí consideramos la iconicidad de los cromos tan dictatorial como la de cualquier otra obra artística, reproducible o no, y sobre todo de las dirigidas a las masas tan propias de los siglos XIX y XX.

A veces, en algunos cromos, aparece el mensaje lingüístico fácilmente separable y subrayando la concreción nominal identitaria de un personaje representado (nombres u ocupaciones normalmente) o mensajes del tipo *Ofrenda de amor*, *No me olvides*, *Ausente pero querida*, *Espero morar en tu pecho...* tan representativas de la retórica social y de las maneras de relacionarse en la época, más que una acción o la referencia a un producto comercial determinado que nos llevaría a un análisis más próximo al marketing que a la comunicación social. Nos referimos a marcas de chocolate (Fig. 10), por ejemplo. Pero en todos ellos sí nos vamos a encontrar con un mensaje icónico codificado (denotado) y otro no codificado, el perceptivo y el cultural (connotado), confusos e impresos en la misma imagen, asumido el primero por el segundo, difíciles de distinguir espontáneamente en un primer nivel de lectura ya que el espectador los recibe al mismo tiempo y que corresponden a lo propio de cualquier imagen proyectada hacia las masas.



Fig. 10

Cromo publicitario *Compañía Colonial*

En lo que se refiere a esa relación entre la información visual y la textual podemos establecer dos grupos de cromos: los que aparecen con un texto referencial (Fig. 11) o los que no. En ambos observamos dos situaciones distintas: un estatismo a modo de presentación de la imagen simplemente o bien una situación dinámica, fruto de la conjunción de ambos niveles de información que facilitaría una lectura narrativa de la imagen (Fig. 12).



Fig. 11



Fig. 12

Sin llegar al realismo o al materialismo, el cromo participa de una visión del mundo, pero siempre desde el interior de un sistema de creencias plenamente occidentales, como síntesis cultural de un aparente espíritu moral o tropológico, como ejemplos de comportamientos y actitudes, contraponiendo su ausencia de realismo con la amplitud de su repertorio sin escapar a una moral de la representación y renunciando al hermetismo simbólico de los temas religiosos. Su iconografía está cargada de densidad poética más espiritual que intelectual. De ahí que su posesión, función y uso quedaran enmarcados en el plano de lo íntimo y privado¹²⁴.

Su contemplación deviene en una gran alegoría o metáfora del mundo decimonónico; alegoría que configura la realidad a su manera, contemplada en un espejo mentiroso, siempre dejando la puerta entreabierta a otras realidades, a otros mundos, por donde ha de entrar Alicia para acceder al País de las

¹²⁴Hay que matizar que apartándose de las grandes y públicas imágenes religiosas medievales, renacentistas o barrocas, el nacimiento de un nuevo tipo de imágenes pequeñas dirigidas a la contemplación en espacios privados sucede a la vez que la aparición de las *Meditaciones sobre la vida de Jesús* del siglo XIII, atribuidas a San Buenaventura, y sobre todo auspiciadas por las necesidades de una burguesía culta con mayor protagonismo. Nuevas técnicas de impresión posteriores facilitarán la labor.

Maravillas; donde todo el universo reflejado, como en los cromos, deja de ser espejo del mundo para convertirse en una especie de microcosmos que se reinventa a sí mismo, prescindiendo de mimetizar cosas, hechos o personajes reales (a veces sí) y convirtiéndose en una puerta que se nos abre a nuevas realidades.

Plenos de fuerza imaginativa y con un cromatismo forzosamente reducido por las limitaciones técnicas pueden componer estampas o esbozos de la realidad o de la fantasía, configurando ingeniosamente la amenidad y lo pasajero de la belleza. Por tanto, ni a su estética, ni a su mensaje les interesa el relato cruel sobre lo absurdo de la existencia sino que creyendo en una suerte de principio ordenador consideran el mundo y su figuración en una totalidad llena de sentido, dejando un espacio para la esperanza creadora.¹²⁵

En sus personajes no existe la enfermedad, la muerte, la maldad ni la fatalidad. No encontramos en los cromos seres viejos o enfermos, seres disformes. Cuando aparecen, se debe a la tradición victoriana caricaturista y clasista inglesa o al costumbrismo (Figs. 13, 14 y 15).

¹²⁵En 1795 Condorcet en su obra póstuma *Esbozo para un cuadro histórico de los progresos del espíritu humano* pretende encontrar las Leyes de la Historia, con las que se puede conocer el futuro alcanzándose la perfección humana (esto ya lo había planteado antes Joaquín de Fiore y volverá a ser planteado en el *Positivismo* de Augusto Comte). Su ley fundamental es el progreso del espíritu humano, lo que permite mejorar moral y materialmente al hombre. Este progreso viene dado a través de la educación, los conocimientos en lucha con la superstición, y las desigualdades individuales, sociales o nacionales. Es en esta dirección en la que debemos ver y comprender el sentido moralizante y de progreso, educacional y arreligioso que impregna a los cromos victorianos o de cualquier época en general. En el fondo de estas teorías laten los ideales ilustrados de una burguesía ascendente en lucha contra la religión, la división de estamentos, el despotismo o la desigualdad política, enfrentados al uso de la razón y el libre desarrollo de la personalidad. Al mismo tiempo, consideraba útil para la sociedad la desigualdad de bienes. Las imágenes de los cromos muchas veces hacen un guiño a este último concepto pseudoaristocrático de la sociedad que los imaginó.



Figs. 13, 14, 15.

Con todo esto, lo que se pretende es filtrar las paradojas del mundo contemporáneo y acallar el drama de lo cotidiano, que no se explicita más que en los grandes sistemas filosóficos, religiosos o sociales de la época. Por esta razón la iconografía del cromo redunda continuamente, no en la tragedia (sería demasiado evidente la desesperanza de una sociedad) sino desorbitando el drama de cada uno de los pequeños incidentes de la vida cayendo en el patetismo sentimental de actividades más o menos cotidianas, en el melodrama, sea entregar una carta, unos niños que juegan, una diligencia que corre, un diálogo amoroso, el amor maternal, la laboriosidad de un carnicero, un caballo arando o simplemente, la apariencia de una dama (Figs. 16, 17 y 18).



Figs. 16, 17 y 18

¿Por qué sobrepasar el valor icónico de esta cotidianidad? En primer lugar, porque simplemente amando lo concreto de estas escenas, la sociedad, el

individuo, ama su propio egoísmo, que se detiene en lo que le es más cercano y queda eximido de la responsabilidad ante una justicia o unos valores éticos superiores. Es decir, se sigue manteniendo una falsa relación ético-estética, tan recurrente en la sensibilidad occidental. Fijémonos que en la misma representación de iconos religiosos, cruces, santos, figuras divinas, etc., aparece siempre la cercanía y domesticidad de los mismos más que su alejamiento olímpico o celeste de otras estéticas y épocas; en segundo lugar porque una característica de los nuevos tiempos será la masificación que interviene en la falta de individualidad y en la despersonalización, por tanto alejados de cualquier visión aristocrática que suponga una alta comprensión del universo, una claridad profunda sobre la esencia del hombre. Las tragedias en el arte no han sido posibles sino en países y épocas en que el público presentaba un carácter eminentemente aristocrático, sea por rango (siglo XVII), sea por una cultura popular original (entre los griegos del siglo V). Ahora lo que se impone es el melodrama, género decadente del drama. Recordemos que en paralelo al mundo de los cromos se está dando la existencia de cierto tipo de literatura, a veces por entregas, que participa de la misma fenomenología. De ahí lo pusilánime en la actitud de los hombres, niños o mujeres que vamos a encontrar en los cromos (Figs. 19, 20 y 21). No serán héroes de grandes tragedias pero sí acomodaticios actores de sensibleras situaciones que no están estigmatizados por el sufrimiento que significa el drama de ser humanos. En este sentido, no podemos aplicar la categoría de *arte* a nuestros cromos.



Figs. 19, 20 y 21

Cuadro 4:

El retrato ilustre en el cromo.

El enciclopedismo ilustrado y neoclásico influyó en la costumbre de analizar, estudiar y representar todo lo existente. Así, y a modo de un diccionario de imágenes, en los *scraps* van a aparecer tipos de plantas, de nativos indígenas, de castillos o de los principales monumentos ingleses. En la misma medida y unida a lo anterior, la tolerancia religiosa, la seguridad política, la convivencia cívica o la valoración del individuo se reflejarán al mismo tiempo en el campo de la literatura, en el gusto por la biografía, siendo esta una característica del mundo anglosajón. En paralelo, como espíritu de la época decimonónica y a modo de biografías visuales vamos a encontrar un gran interés por dejar constancia del retrato de reyes, aristócratas, políticos, científicos, etc. o de cualquier personaje público que se considere importante por su relevancia social¹²⁶.

Por su carácter de papel recortado, nuestra atención se centrará en el rostro del retratado. Desde ese punto de vista, podríamos definir las siguientes características:

- Exclusiva imagen facial del retratado pero sin exagerar los rasgos originales de forma que muchos de ellos pueden considerarse modelos para los retratistas.
- El retrato queda centrado en la mitad superior del cuerpo, en busto, aislado de cualquier ambientación.
- La figura puede aparecer de cuerpo entero manteniéndose aislada de cualquier objeto en perspectiva.
- Las figuras reales o aristocráticas suelen figurar de cuerpo completo mientras que el busto suele adscribirse a científicos, personajes de la cultura o de la política.
- El retratado puede aparecer rodeado de personajes, símbolos o signos que subrayan su condición social (Reina Victoria).
- Políticos, personajes de la cultura o la ciencia suelen aparecer retratados individualmente, aislados, con o sin indicación de sus nombres. En escasas ocasiones aparecen retratos colectivos con un denominador común a los representados.
- En ocasiones pueden fabricarse hojas de cromos con los rostros de personajes que pertenecen a una misma temática.

¹²⁶ Será esa pasión por los retratos la que configura la *National Portrait Gallery*.

- La separación de géneros es evidente. Solamente aparece la pareja de personajes importantes (reina Victoria y esposo) y en función de su papel.
- Tampoco van a aparecer retratos equívocos que pudieran producir confusión: la mujer suele aportar un rico vestuario que contrasta con la seriedad y simpleza aportada por los hombres.
- Sólo encontramos retratados con una edad superior, posiblemente los 50 años aproximadamente, para personajes reales como es el caso de la reina Victoria. Todos, en general, serán captados en la madurez, que en el caso de la mujer se consideraba casadera a los dieciocho años y los veintiuno para el hombre cuando podía recibir herencias y ocuparse de sus propiedades.
- La familia anglosajona es nuclear. Por tanto la persona soltera no tiene lugar en la sociedad. Esto se refleja en el caso de los retratados que en general no van a ser célibes.
- Lo mismo podemos argüir de los niños. Pocos retratos de infantes célebres vamos a encontrar



Retrato de Tennyson

En cualquiera de los tipos asignados prevalece la sencillez compositiva en línea con lo que diría Gombrich en su ensayo de 1972 *La máscara y la cara*¹²⁷ cuando indica que en el retrato debe prevalecer lo esencial separado de lo accidental. En estos cromos apreciamos la interacción entre forma y expresión que por su estatismo domina en cualquier retrato. Para dar dinamismo y vitalidad será el observador el que deberá añadir lo que falte a la imagen, con lo que al final dependerá de los recursos de su experiencia o conocimiento del retratado. Esta no es más que una de las bases y funciones de cualquier obra artística y el papel del observador. En definitiva, continuamos con nuestra idea general cuando hemos establecido que el cromo es una máquina de comunicar, así también sus retratos.

¹²⁷ Gombrich, E.H. *Arte, percepción y realidad*. Madrid: Paidós, 1972.

Ya se ha mencionado la ausencia de grandes estructuras intelectuales en su imaginario. El halo poético que se aprecia en los cromos, entre otras cosas, no es más que una forma de resistencia moral y estética nacida desde la corrupción de una falsa cultura abocada a no tener salida, abrumada por su entorno y frente a la vulgaridad y banalidad del mundo. Y he aquí su paradoja: dirigido a un consumo, banal a veces, y en todo momento masivo e industrial, su misma banalidad y, a veces, su inexpresividad, despliegan entre sus bordes recortados un universo melancólico y artificial, frágil, en los límites de la fábula o un imaginario que se hunde en el pasado no muy remoto, escapándose dúctilmente de su tiempo, confundiendo lo real y la fantasía, crónica doliente de la desaparición de un modo de vivir y entender la vida y la cultura, representación de una sociedad insegura que está perdiendo sus referentes y que se precipita a unos cambios de los que un sector quiere escapar y que se perpetuarán en el siglo siguiente. Entendemos que habría que enmarcar este tipo de imágenes en la tradición patriarcal y machista victoriana en lucha con la irrupción de la realidad no siempre dulce que en el siglo XIX se avecina y que será característica del pensamiento del siglo XX.

Es precisamente esa inseguridad la que conecta con el espíritu del Romanticismo, haciendo aflorar a fuerza de poesía formas tendentes a lo emocional y al sentimiento de lo sobrenatural aunque no en todas sus manifestaciones, y que constituyen registros de la historia de la sensibilidad de Occidente. Gnomos, hadas, náyades, animales u objetos que se comportan o parecen expresar conductas humanas abundan entre los cromos. Al no estar vertebrada la sociedad en torno a la religión no existirán grandes estrategias teológicas y lo sobrenatural escapará al entorno doméstico, a los márgenes de la realidad, donde la reina de marionetas y el cascanueces se consideran todavía como personalidades.

Cuadro 5:

IBAÑEZ, Andrés. *El autobús de Londres*. En: ABC de las Artes y las Letras, N° 878, semana del 29 de noviembre al 5 de octubre de 2008, pág. 21.

El autor hace referencia a cartel expuesto en los autobuses de Londres donde se lee: *Probablemente Dios no existe. Deja de preocuparte y disfruta de la vida.*

Es muy significativo cómo el autor elabora este texto, al hilo del mensaje en el autobús, para referirlo a la situación creada en Inglaterra, el principal país donde se origina o desarrolla la industria, la iconografía y el mundo de los cromos.

(Hablando de “los seres invisibles”) *“Sin embargo, a su paso por Lincoln Fields, unos cuantos heraldos del bosque, refugiados en las copas de los castaños, vieron pasar al autobús de Londres con su cartel que asegura que Dios no existe, y se sintieron vagamente asustados. Eran príncipes del endrino, hadas de las marismas, duendes de los páramos, reyes del roble y de la mandrágora, presencias invisibles que al paso del autobús sentían una creciente sensación de angustia. Y esto es lo que dijeron los seres invisibles:*

“No creas en nada, pero siente nuestra presencia. Llámanos como quieras, llámanos amor, tristeza, música, del mismo modo que otros nos llamaron duendes, ángeles, dioses, pero no nos olvides. Nosotros hablamos en la oscuridad y susurramos entre las páginas polvorientas de los libros, vivimos en los poemas igual que aquella niña que se hacía un lecho en el oído y producimos irisaciones en los ojos. Somos las imágenes, somos los pensamientos, somos los sueños. Somos lo que anida debajo de las piedras más antiguas del bosque. Somos los dioses, los demonios, las hadas, los dragones, los monstruos y los héroes, la luz pineal y el sentido secreto de las cosas. Somos el vínculo de las palabras y la voz que despierta una flor dormida en el interior del cerebro. No creas en nada, pero acuérdate de nosotros.”

“Porque nosotros existimos, pero no nos busques en los templos ni en las estatuas. No nos busque en los libros ni en el púlpito. No nos busques con los ojos ni con el microscopio. Así jamás nos verás. Estamos todos dentro de ti. Somos los que tú llamas “yo”. No creas en nada: busca en ti mismo. Entonces nos encontrarás”.

Esto es lo que dijeron los seres invisibles de Inglaterra al paso del autobús que proclamaba la muerte de Dios. Pero nadie los oía, y los que los oían pensaban que era el viento”.

Utilizando la ingeniosa artimaña del arte, será la misma sociedad la que contraponiendo niveles mentales y conceptuales plasmará una realidad convencional que no procederá de la imitación de la vida, sino de clichés que la harán unidireccional sin tener en cuenta que esa misma realidad envolvente, como en cualquier tiempo, abarca otra multiplicidad de realidades, sociales, económicas, etc. Como cualquier culebrón televisivo que hace al espectador creer que el escándalo de algo está siempre en otro lugar... Es decir, en el cromo se etiqueta la realidad, es acrítico, no cuestiona y por tanto su imaginario pasará a formar parte del mundo de las certezas. Carentes de análisis, estos impresos fomentaban la confianza de sus contemporáneos, sobre todo en los niños, en un mundo donde existía verdaderamente lo hermoso. Son imágenes que generan ensoñación o fascinación poética que impide cualquier juicio aparente.

Esta transmutación de lo conceptual en real se hace de manera activa y creadora. Así, habrá símbolos para representar la fe, el amor, la esperanza y la fidelidad (Figs. 22, 23 y 24). Y los acompañaran sus ángeles de la guarda y tórtolas. Pero no alcanzará el grado de la utopía. La utopía es un grado al que se va y el cromo se caracteriza por tener el nervio de lo inmediato, la salud de la juventud, por el aquí y el ahora contagioso. Inmanente. Posiblemente en esto radique su final ya que de nada sirve su despliegue de pirotecnia visual, de colores o temas cuando no encubre otra cosa que el entusiasmo de una sociedad que intenta perpetuarse a través de una iconografía juvenil o infantil pero sin valorar, detenerse o sentir curiosidad en lo auténticamente humano Y esa etapa pasa, acaba, porque desgraciadamente, como ya ha demostrado la historia en sobradas ocasiones, cualquier tipo de imagen representativa es una especie de muestra sin garantía.



Figs. 22, 23 y 24

En nuestra opinión, en el cromo predomina lo narrativo sobre lo formal, de bastante calidad a veces, e incluso sobre lo representado; lo ideológico sobre lo temático. En sus imágenes importa más el objetivo que el logro. Por esto consideramos que cuanto más ingenuidad podamos ver en la forma, la iconografía, en el discurso del cromo siempre quedará compensada por la originalidad de exponer una narración, aunque sea una narración fragmentada o al menos distinta para cada espectador. Todo cromo es una secuencia de una historia, de un cuento o simplemente de una moraleja. De sus autores podría decirse que más que ilustradores son escritores que dibujan. De tal forma que no es suficiente la imagen bonita. Es importante una mezcla de acción (Fig. 25),

el detalle y la creación de una atmósfera exuberante en planos narrativos. De ahí su gran sentido didáctico y cultural. Le podríamos aplicar el mismo argumento que el portuense Manuel Prieto¹²⁸, creador de ese icono que es el toro de Osborne, considera para el mundo del cartelismo al opinar que *un buen cartel debe atraer por su belleza, retener por su intención, convencer por su mensaje y luego soltarse con una sonrisa... si es posible*. Ajeno a la tensión narrativa, un cromo es como un párrafo de un relato fácilmente identificable por el niño o el adulto, es transmisor de ideas y valores ya implantados en la sociedad a la par que un hecho comunicativo no verbal heredero del objetivismo realista de los siglos anteriores.

Sin embargo, también se industrializan cromos con la mera intención de exponer, sea un desfile de soldados, personajes populares, animales...

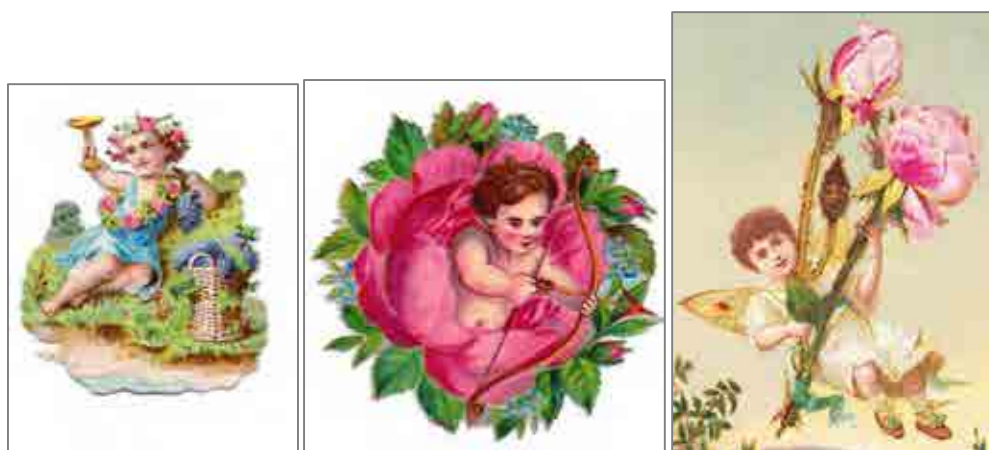


Jinete de Raphael Tuck & sons.

Fig. 25

¹²⁸ Manuel Prieto Benítez (n. El Puerto de Santa María, Cádiz; 16 de junio de 1912 – f. Madrid; 1991), fue un diseñador gráfico de publicidad o de libros con lo que obtuvo diversos premios internacionales. Su obra gráfica más conocida es una silueta del Toro de Osborne (1956), originariamente un anuncio del Grupo Osborne pero con un éxito tal que se ha convertido en *patrimonio cultural y artístico de los pueblos de España* según incluso sentencia judicial.

No hay que perder de vista el entorno en el que se sitúa la imagen, su cotidianidad necesariamente inteligible. Por eso la presencia de objetos de la vida doméstica burguesa hasta sus más mínimos detalles (floreros, juguetes, cafeteras, mascotas, muñecos,...) ennoblecidos por el color (Lewis Carroll los dota de vida propia en el mito de Alicia). Es el afán de la burguesía por recrearse en su propio entorno al igual que se ha visto en otras épocas de la Historia del Arte, como en los primitivos flamencos, en las que el artista creaba para esa clase social representando su entorno, incluso cuando el tema fuera religioso. Como por un consenso implícito, todo sigue un proceso conducente al deleite y al narcisismo de clase que diluye las posibles pasiones privadas, la sexualidad, los sentimientos opacos o las historias personales. Lo que interesa es lo colectivo acrítico, el entretenimiento, lo lúdico. Y en esta línea conecta con la modernidad: en la puerilización (Figs. 26, 27, 28) de formas y contenidos.



Figs. 26, 27 y 28.

Es aquí donde también encontramos el elemento trágico. El narcisismo de clase al que antes aludíamos impide la representación de la individualidad, reflejándose en el cromo una multitud de caras anónimas y normalmente amañecadas que, generalmente, no permiten la identificación. Por tanto, la comunicación del sujeto representado prescinde de emociones, de mensaje personal y de verdad. No tendrá un rostro definido. Los diseñadores y dibujantes dibujan y pintan no *lo que ven* sino *cómo lo ven*. De ahí su responsabilidad para su presente y para su futuro. Es decir que aunque es evidente un espíritu nacionalista en lo representado en los cromos, es cierto que lo individual será

sustituido por lo universal, lo intenso por lo extenso de acuerdo a un arte dirigido a un amplio sector social y geográfico consiguiendo una especie de democratización del arte, aunque represente seres divinos o aristocráticos. En este punto conecta con la imagen publicitaria en el sentido de que son formas de comunicación inmediata, hipotéticamente creíbles, de sentido democratizador por la facilidad de acceso a ellos. El producto no se vendía a un consumidor individual sino que se distribuye masivamente, accesibles, no problemáticas, comprensibles para la masa y, por tanto, fallan al no presentar una imagen total de progreso. Inamovibles, la gran mayoría de ellas aparecen ancladas en su proyección.

Muestra de una clase satisfecha (Figs. 29, 30 y 31), será esta autosatisfacción la que se percibe incluso en la falta de diálogo entre la imagen y el espectador. Imágenes solitarias o metidas en una secuencia sin fin y machacona; cuando a veces coinciden, sus personajes transmiten una comunicación visual entre ellos o nos miran como de soslayo, casi nunca directamente. Como protegiéndose de un exterior que intuyen más duro y sórdido e impidiendo el diálogo. Arte de la apariencia, como en el cine primitivo, tiene prohibido asomarse al interior. Se crea así una situación y localización atemporal, infranqueable.



Figs. 29, 30 y 31

Parecen estar aislados en el tiempo, inmanentes, ajenas al espacio arquitectónico o paisajístico. Como las tablas y miniaturas de mediados del siglo XIII, las figuras se manifiestan como siluetas coloreadas. Casi todas sus imágenes se muestran plegadas únicamente a la superficie, en un primer plano, recortadas pero insinuando al espectador la ilusión para el tacto y sin concesión

a la profundidad, aunque el autor intenta fingir la tercera dimensión con el movimiento dado a cuerpos y objetos, sin jerarquía entre fondo y figura, entre forma y contenido. Es la primera la que se amolda a lo segundo, por eso se les llama *scraps* (recortes), sin artimañas ilusionistas, casi sin perspectiva, con el vacío de la autosuficiencia espacial como un fondo que los homogeniza y les da esa apariencia discontinua, plenas de realidad visual, sin apoyaturas externas que refuercen su mensaje, donde lo ornamental adquiere un valor simbólico o meramente decorativo, sin reforzar la imagen central. Esta situación implica que su narración pueda ser compleja para quien los visualiza, sobre todo cuando aparecen elementos fantásticos.

Creados para una atemporalidad efímera y banal, en el cromo no existe la representación de algo, sus personajes no saben a verdad humana sino a verdad literaria. Posiblemente y sin engañar, sea la imaginación del espectador, interactuando, la que pueda colocar estos trozos de papel en espacios cotidianos reconocibles con un fondo de bosque, de jardín o de un palacio, a modo de personajes operísticos o teatrales, siempre activando un proceso inteligente y perceptivo de reconocimiento de una situación. Este carácter entrópico facilita el arte de mirar y es el espectador el que le concede realidad y existencia. De ahí sus múltiples dimensiones, su carácter polisémico (Fig. 32 y 33), sus diferentes niveles de lectura.

Los aspectos comunicativos son pura formalidad, aparentemente insignificantes como apéndices que sólo unidos son esenciales, como reclama Roland Barthes¹²⁹, para que se vehicule el mensaje, aunque no tomen forma en cada trozo de papel. Están en cada cromo para que en conjunto lo revelemos.



Figs. 32 y 33

¹²⁹ BARTHES, Roland. *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Ed., 1971.

Casi nada sucede en estos trozos de papel. A pesar de la distancia entre ellos, su individualidad, su escasa profundidad y la ausencia de dimensión espacial, todos juntos forman una escena estética en el tiempo capaz de revelarnos a nosotros, espectadores casuales, una época y los registros que sus contemporáneos mantuvieron, reflejados en estas cromotipias. Con una escenificación altamente artificiosa y enrarecida tenemos que cazar al vuelo la supuesta realidad que intentan comunicar en algún gesto turbador de un personaje, en un soborno gestual, en un retazo textual de narración, que, aunque caóticos e inconexos formen una trama visual altamente interesante.

Creados para el consumo masivo e industrial, su valor radica en la instantaneidad. Suelen aparecer aislados, sin ir a ninguna parte, configurando un mundo cerrado, quizás espeso y claustrofóbico, como en una buhardilla que hay que desvelar. Aparecen en espacios nucleares, algunos con especial significación. Otros actúan como tránsito o coordinación entre ellos. Son ilustraciones instantáneas y acotadas, detenidas en el tiempo que partiendo de la mera observación, de una somera narración visual sin mayor ambición intelectual, emplazan al espectador a desarrollar toda una cosmovisión de historias inacabadas e imaginadas, atemporales, en un terreno indefinido, en el sentido de que es fácil intuir una situación anterior o un posible desarrollo posterior a la misma imagen. Por eso podríamos decir que son símbolos reflectantes (Figs. 34 y 35).

Esta apariencia de narraciones inacabadas, de historias contadas a través de imágenes relaciona la figuración de los cromos con el arte secuencial de otras formas, tiempos o estilos. Las pinturas paleolíticas o neolíticas, el *Libro de los muertos* egipcio, los bajorrelieves asirios, la tapicería de *Bayeux*, los frescos, portales y retablos románicos o góticos, las *danzas de la muerte* o las aleluyas y carteles de ciegos de los siglos XVIII y XIX. Todos estos hechos comunicativos participan de la narrativa escrita o audiovisual de occidente en el sentido de que no hace falta exponer un comienzo o un final, lo que importa es el hecho en sí, su instantaneidad. Ausentes de contenido expreso, cada cromo está cargado de tiempo y será el observador el auténtico hacedor de un origen o devenir temporal. Como la vida, la trama que el espectador imagine, no tiene por qué tener un único final. Cada cromo nos puede llevar a un desarrollo de historias secundarias, todas sin soluciones como sin solución van enredándose los

problemas sociales del siglo XIX. Si esta iconografía y el producto en sí mismo nos parece a veces esperpéntico, si el aire que los envuelve está enrarecido, es sencillamente porque la sociedad que los produce no puede abarcar la ineficacia y los problemas del sistema. Al no estar garantizada la vida colectiva, al existir disfunciones entre las clases que la forman, la historia de cada individuo se diluye en pro de grandes historias de grupo. De aquí deducimos la polisemia sociológica, psicológica e incluso filosófica del cromo que se dirige al común más que al individuo.



Figs. 34 y 35

Es la explicación que damos a la falta de veracidad implícita en los cromos. Una exposición narrativa o plástica del yo individual implica un acercamiento a lo particular mayor que cuando se dirige al yo colectivo o a terceras personas. Y es ese yo colectivo, la sociedad, la que se convierte en sus propios personajes ficticios (Fig. 36) para recrearse en sí misma sin posible solución.¹³⁰

¹³⁰ Doris Lessing en *Autobiografía. Un viaje por la sombra* se pregunta y lamenta: “¿Pero por qué la gente siempre quiere convertir los personajes de una novela en autobiografía? Nos enfrentamos a un rechazo de la imaginación. Hay un deseo general de saber lo real, lo auténtico. (...) Hubo un tiempo en que nuestras narraciones eran imaginación, mito y leyenda, parábola y fábula, así era cómo nos contábamos las historias entre nosotros y

De la misma forma en que Flaubert diría¹³¹ *Madame Bovary soy yo*, una sociedad que produce el imaginario de los cromos podría decir también *lo que ves es lo que soy*.

En los comienzos, a las artes en general del siglo XIX y al objeto que nos ocupa, los cromos, les fue muy difícil evitar una mirada atrás y no desarrollarse como consecuencia del siglo anterior, el siglo XVIII. Efectivamente, los cromos victorianos de la primera época, sobre todo los franceses, responden a las formas y temas del ilusionista rococó, con personajes vivaces y anecdóticos, más que a la excesiva rigidez academicista del Neoclásico. Asistiremos a una evolución de sus personajes, sus atuendos o costumbres pero nunca se acercarán a un realismo estético posterior porque aún no se ha hecho presente y porque entorpecería el exceso de su línea imaginativa propuesta para ser entretenida y para despertar la curiosidad.



Fig. 36

acerca de nosotros. Pero esa capacidad se ha atrofiado por la presión de la novela realista, por lo menos en la medida en que todos los aspectos imaginativos o fantásticos de la narración se han convertido en categorías definidas”.

Es evidente que el cromo, entroncado al mundo de lo imaginario y fabuloso, y como sujeto narrativo pertenecería a aquél tiempo ya perdido del que se conduce la novelista inglesa. Más tarde sería suplantado por el realismo en la Literatura y en la Plástica. En: LESSING, Doris. *Autobiografía. Un viaje por la sombra*. Madrid: Debolsillo, 2008.

¹³¹ FLAUBERT, Gustav. *Madame Bovary*. Madrid: Alianza ed, 1999.

Aunque no siempre, tienden a abandonar la rotundidad de la volumetría y las figuras y paisajes se convierten en presencias estilizadas y maleables, de suave ondulación y con la elegancia encantadora, refinada y superficial de lo cortesano en detrimento de lo expresivo. Escenas galantes, fuentes, decorados palaciegos, bosquecillos y prados de una pseudonaturaleza virgen, toda una concepción del mundo y la existencia que responden al ecléctico decorativismo francés donde se insertan la sensualidad rococó con el purismo del pensamiento ilustrado de finales del siglo XVIII, y que irá derivando hacia nuevos conceptos y formas, a la estética neoclásica llena de ánforas, dioses o héroes, con un preciosismo más ordenado y lineal o a la cosmogonía romántico-medieval de castillos y batallas, mitificación idealizada en una especie de confuso manierismo romántico. El encorsetado y decorativo victorianismo hará su presencia después (Figs.37 y 38). Les seguirían aires del *art nouveau* e incluso del simbolismo. Aunque se repiten moldes, su imaginario irá en paralelo a la nueva tecnología (imágenes de aviones, trenes, barcos de vapor, vehículos, etc...). Si en un principio fueron misivas de amor, deseos o recomendaciones entre adultos, al final serán patrimonio de juegos entre niñas que sin saberlo seguirán siendo adoctrinados con temas o mensajes puramente románticos.



Figs. 37 y 38

10.2 Lo que los cromos nos cuentan: aspectos connotativos del contenido.

10.2.1 El significado.

La polisemia inherente al cromo y a cualquier obra o imagen nos produce esa ambigüedad semántica difícil de aprehender y explicar. No sin dificultades, nuestra labor ha consistido en intentarlo. La multitud de formas, temas o colores contenidas en los cromos permite a un espectador esteta la conexión con mundos difíciles de relacionar entre sí. De ahí nuestro extrañamiento. Pero lo importante no es la semántica del cromo lo que cuenta, sino cómo lo cuenta; cómo ofrece su mensaje, no su contenido, sino la organización del lenguaje estético empleado para articular dicho contenido. Por tanto, en ningún momento hemos entendido al cromo como algo marginal

Nuestros cromos no se caracterizan por la metástasis de lo simbólico, sino que exceden su gran carga de significados, creando una realidad sustitutoria; su estrategia no consiste en mostrarnos un fragmento dramático –aunque a veces lo ofrece- o conmovernos, sino que nos sirven como reflexión acerca de un tiempo, siempre cuidando de no hacerlo con los presupuestos actuales.

Indiferentes al tamaño, en los cromos se trabaja con la densidad y la intensidad. Por eso, aunque parezca raro, para aprehender las formas breves y pequeñas conviene olvidar su brevedad y su pequeñez. La brevedad¹³² no es una cuestión de escalas: genera sus propias estructuras. Lo único que ocurre es que donde las grandes obras de la pintura dicen a medias, los cromos callan, pasan de la sugerencia al silencio. Su experiencia de comprensión y lectura tiene algo de fundacional, como el cartelismo o todo lo perteneciente al llamado arte efímero. Quizás el cromo sea una cuerda con un extremo clásico –en el fondo no rompe con la imaginería tradicional y simbólica- y otro

¹³² Frederic Marès, el gran coleccionista de artes menores y fundador del museo que lleva su nombre en Barcelona expresaba que "*Hay que saber amar las pequeñas cosas, no por lo que son en sí, sino por lo que sus ojos ven a través de la tierna imaginación de su infancia, y quien sólo sabe ver las cosas desde su prosaica realidad tangible*".

insurrecto, que aporta nuevas estructuras formales o materiales. Para su equilibrio es necesario una equivalencia entre ambos extremos; pero las formas breves también hacen posible, y disfrutable, una narración deshabitada. La gran ausencia de personajes puede engendrar al otro personaje: el yo que imagina o narra. Es el hablante el que hace el discurso, nuestra voz decidirá el acontecimiento que puede ocurrir en la historia que intenta decirnos el cromo. Nos convertiríamos en fabuladores, aunque sea mentalmente. No hallaríamos nunca, en nuestra comprensión o transmisión fabuladora ante el cromo, un final previsible. Podemos hacer lo imprevisible o no hacer un final; o podemos interrumpirlo según nos apetezca; si el observador llegara a dar cumplida cuenta final a la interpretación de un cromo entenderíamos que es incapaz de adentrarse en el campo de lo poético y de lo imaginativo¹³³.

10.2.2. La naturaleza.

La divulgación del mundo natural ha sido una constante a lo largo de toda la cultura occidental desde los clásicos hasta hoy. A este respecto ha de recordarse la ornamentación medieval en capiteles o pórticos, la cardina gótica, los grabados de Durero o los apuntes de Leonardo. El hecho de que entre el Manierismo y el Barroco empiecen a proliferar por toda Europa los gabinetes de curiosidades, es consecuencia de aquel gusto por analizar y atender a las diferentes especies que se dan en la naturaleza. Más tarde y según Humboldt, el descubrimiento de América supondrá el encuentro de dos mundos naturales que aportó numerosos estudios botánicos y zoológicos ya desde el principio y que se plasmaron en dibujos y grabados objetivos y fieles con intención científica. Será con la Ilustración cuando, evitando los simbolismos que le apostillara la etapa barroca, la imagen de la naturaleza tome objetividad por sí misma. No durará mucho tiempo porque con el Romanticismo, esa imagen se hará

¹³³René Magritte decía: *“A la gente que busca significados simbólicos se le escapa la poesía y el misterio inherentes a la imagen (...) expresan el deseo de que todo sea explicable. Pero si uno rechaza el misterio, obtiene una respuesta diferente. Ese es el germen del lugar que ocupa el arte en nuestra vida”*.

compleja, la naturaleza será contemplada como un espacio mágico y se la apreciará desde los sentimientos, más del observador que del estudioso.

Referente al cromo decimonónico y en lo referente a la imagen que da de la Naturaleza es heredero, por una parte y de forma inconsciente, del mundo enciclopédico del siglo XVIII, ilustrado, neoclásico, que contempla una naturaleza ordenada y científica. Por otra lo es también de toda la cultura occidental, incluso en aquellos casos en que refleje mundos exóticos que siempre serán vistos a través de la óptica europea. Los paisajes, la naturaleza en definitiva que imaginan los *scrap*s, no tienen por qué responder a aquella verdad sino que se irán alejando de ese orden para enraizarse en el sentimiento romántico, concebido por el *Sturm und Drang*¹³⁴, diferenciando lo racional de lo sentimental, ofreciendo imágenes de plantas y animales ordenados y plasmados de forma casi científica junto a otros que responden a estados emocionales del artista, mostrando una naturaleza ordenada.

Esta complejidad es índice, usando las palabras de Cardona Suanzes¹³⁵, de cómo el romanticismo es el movimiento cultural más difícil de definir, caracterizar o delimitar, y precisamente esa complejidad contribuye a que sea considerado la etapa más fascinante de la Historia.

También los cromos se nutrirán del realismo, el academicismo o el decadentismo.

¹³⁴ El *Sturm und Drang* (en español 'tormenta e ímpetu') fue un movimiento literario, que también tuvo sus manifestaciones en la música y las artes visuales, desarrollado en Alemania durante la segunda mitad del siglo XVIII.

En él se les concedió a los artistas la libertad de expresión a la subjetividad individual y, en particular, a los extremos de la emoción en contraposición a las limitaciones impuestas por el racionalismo de la Ilustración y los movimientos asociados a la estética. Así pues, se opuso a la Ilustración alemana o *Aufklärung* y se constituyó en precursor del Romanticismo. El nombre de este movimiento proviene de la pieza teatral homónima, escrita por Friedrich Maximilian Klingler en 1776.

¹³⁵ CARDONA SUANZES, A. *Los espejos del alma. Paisaje alemán en el Romanticismo*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012.

En general, la naturaleza que se contempla en el cromo victoriano manifiesta una poética muy amplia, de paisajes de otro tiempo: del desierto, de la selva, del mar, de la montaña, incluso de Oriente y de zonas vírgenes más intuidas que exploradas, salvo por una minoría adelantada a su tiempo. Estaba cambiando la realidad social y colonial pero el *scrap* prefiere detenerse en lo preindustrial.¹³⁶

A priori se tiende a identificar la naturaleza con un medio espacial, el paisaje. Pero como en el Barroco, el cromo nos descubre lo real y maravilloso que una flor puede aportar a los ojos de un contemplador sensible que se detuviera ante su cromatismo o ante una gota de rocío resbalando sobre una hoja. También la naturaleza forma parte de un ramo de flores, la sensualidad de un bodegón de frutos, o la combinación de elementos, lo que llamamos naturaleza muerta; el irisar del plumaje de un pájaro o de otras naturalezas como pueden ser objetos, muebles, costumbres, platos cocinados, y que podemos localizarlos con facilidad en la vivienda de un burgués de la segunda mitad del siglo XIX. Es la magia del realismo que llega a preludiar el realismo mágico cuando esa exuberancia se ve mezclada con personajes fabulosos como ninfas, enanillos o insectos de colores (insectos de seda, ninfas aladas, pavos reales); por su *positivismo* y por la gran carga aleccionadora y didáctica heredada de la Ilustración no se necesitarán imágenes o escenarios

¹³⁶ MORATÓ, C. *Las reinas de África*. Barcelona: Plaza y Janés. 2011.

Florence Baker, exploradora inglesa manifiesta “*estoy segura de que nadie se puede imaginar lo que pasa en algunas partes del mundo*”.

El siglo XIX es el de los grandes descubrimientos de territorios desconocidos en el continente africano, con expediciones financiadas por las Sociedades Geográficas del momento y el afán de los museos de Historia Natural por completar sus colecciones. Ahora tendrán lugar las expediciones de Livingstone, Stanley y por muchas mujeres que, acompañando a sus esposos o por su propia iniciativa, fueron pioneras en la divulgación de la Antropología, Etnografía, Zoología y Botánica (Figs. 39 y 40) de zonas exóticas. También serán autoras de los primeros cuadernos de campo con minuciosos dibujos de la botánica y la zoología africanas y de las primeras fotografías de paisajes y animales que fueron enviadas a Europa acompañadas también por ejemplares cazados para los museos o capturados para los zoológicos.

ampulosos para descubrir su grandiosidad: no hace falta idealizarlos sino simplemente saber que nos rodean.



Figs. 39 y 40

Serán reales, su corporeidad invadirá nuestra retina pero les faltará la sensualidad de un bodegón de Caravaggio, la espiritualidad de las cerámicas alineadas de Zurbarán o la mística del cardo de Sánchez Cotán. No olvidemos que los *scraps* serán diseñados para subrayar la opulencia y el bienestar de aquella burguesía ascendente de finales del siglo XIX. Al aumentar la demografía y el rápido proceso de urbanización en toda Europa como consecuencia de la revolución industrial, especialmente en Inglaterra, hará que la naturaleza empiece a estar ausente o alejada, por lo que se le concedió un gran valor aunque fuera como simples elementos decorativos en cuadros, jarrones o en nuestros *scraps*. Desde el espacio urbano será una naturaleza recreada más que observada, y así será entendido en los cromos. En La sociedad católica, más dada al encuentro continuo con lo espiritual, conocerá y apreciará el simbolismo de orden religioso en la naturaleza muerta (las uvas pueden representar la sangre de Cristo, por ejemplo) mientras que será inexistente en el mundo protestante más preocupado por lo material o las acciones del hombre.

Una vez más, la iconografía de estos cromos dedicados a la naturaleza en sus vertientes más cercanas como son flores, frutos, fruteros (Fig. 41),

las mesas servidas o incluso las naturalezas muertas¹³⁷ donde entroncamos alguna representación de las *vanitas*, todo ello está altamente influenciada por la pintura flamenca de los siglos XVI y XVII aunque los *scraps* eliminan los interiores domésticos, la intimidad familiar, lo cotidiano de aquel arte pero ganando y añadiéndole una gran carga decorativa.



Fig. 41

En el caso de los *scraps*, la figura humana suele estar ausente. Siguiendo una pauta general, los elementos compositivos van a estar aislados con gran matización del dibujo, incluso del espacio aéreo circundante que hay que intuir. Tampoco aparecerán superficies como platos, fuentes o mesas que los contengan y que tan populares fueron, por ejemplo, en la pintura española del siglo XVI y XVII. En los *scraps*, por estas razones y en general, se aprecian menos bodegones en los que se fusionen alimentos con recipientes, lo que implicaría como composición, un mayor estudio de perspectiva, por ejemplo.

Anteriormente hemos aludido a la importancia del paisaje como conductor ideológico del localismo. Redundando en esta idea, descubrimos cómo se puede prescindir de grandes perspectivas de manera que con gran sensibilidad se ensalzará una naturaleza que permanecerá reducida a lo cercano y singularizada en un árbol exclusivo

¹³⁷ Parece ser que es el pintor Jan van Eyck en el siglo XIV el precursor de la naturaleza muerta.

cuya especie será fácil de identificar o reconocer. Esta temática fue muy recurrente en el paisajismo romántico nórdico¹³⁸ y del que los *scraps* no pueden prescindir del todo. Por otra parte a esto contribuye la técnica del troquelado aislando la imagen de cualquier contexto que pudiera distraer; se prescinde de la narración que el observador si quiere tendrá que crear. Sin embargo, encontramos algunos *scraps* donde aparece un leñador que interactúa con el tronco que desea cortar. Es este uno de los pocos ejemplos que apuntamos porque en general y siguiendo lo pautado por el romanticismo pictórico personajes como leñadores o pescadores –la vida dura de los mineros debió parecer poco representativa– más que transformar la naturaleza se sitúan ante ella para contemplarla.

Posiblemente la cultura que aportaran los burgueses ante un *scrap*, no llegara a descifrar el simbolismo implícito en la iconografía de la flor o los frutos. También dudamos de que al diseñador o al empresario le afectara mucho detenerse en este tema. Sin embargo, en nuestro estudio detectamos la relación que suele existir entre la naturaleza y el fluir del tiempo y que con gran asiduidad aparece en nuestros cromos. Los campesinos se dedicarán a las distintas labores agrícolas según los meses o las estaciones del año cuyos nombres serán añadidos en un pequeño texto (Fig. 42). No será lo mismo la siega en verano que la recogida de las manzanas en octubre. Junto a la acción misma se unen de este modo la finalidad pedagógica con la imagen etnológica o costumbrista al ser representados situaciones o aquellos medios de trabajo que eran utilizados en los países del norte y Centroeuropa, como carros, escaleras, trilla, etc. Si lo que aquí aportamos supone aquel deseo de reinventar el tiempo pasado o impedir su pérdida, tiempo en definitiva, también es cierto que los *scraps* de este tipo no renuncian a su acercamiento a la modernidad y así recogerán las nuevas máquinas agrícolas inventadas. Así aparece en algunos cromos norteamericanos. Un grado más que en la estética de los cromos apreciamos, es la fusión de niños con el tiempo. Ahora no serán campesinos sino niños o niñas,

¹³⁸ Artistas nórdicos de un primer romanticismo como Adrian Zingg (*En la dehesa de Ostra*) o el mismo Friedrich (*Árbol de cuervos*) usarán el recurso del árbol aislado a través del paisaje al tiempo que potencia el valor de lo local. Se detiene minuciosamente ante una especie arbórea, su tronco, la distribución o forma de sus hojas.

aislados o en pareja, que con sus juegos se adecuan a las inclemencias, patinarán sobre el hielo en enero, cazarán mariposas en mayo o pescarán en julio, convirtiendo su inocencia en tiras de doce cromos sin inscripción textual pero que se nos antoja que eran fácilmente descifrables. Acercándose a la alegoría a veces los niños serían sustituidos por pequeños *putti*¹³⁹, con cierto regusto del rococó, desnudos y que soportan la nieve encaramados en una rama o corretean por la hierba de acuerdo con las cuatro estaciones, pero tanto en este caso como en los anteriores nunca tendrán la significación de la fugacidad del tiempo que estas escenas podrían suponer en la simbología religiosa para los creyentes en el arte barroco católico.



Fig. 42

Es muy probable que la imagen que nuestros cromos proyectan de la naturaleza sea tan artificiosa como la que aportaron otros movimientos

¹³⁹ Los *putti* (plural de *putto*, en italiano) son motivos ornamentales consistentes en figuras de niños, frecuentemente desnudos y alados, en forma de Cupido, querubín o amorcillo. Son abundantes en el Renacimiento y Barroco italiano y español, y forman parte de la recuperación de motivos clásicos típica de la época.

como el manierismo o el decadentismo. Valoramos el estudio casi naturalista que el cromo hace de flores o frutos, o la lectura que ofrece del paisaje nostálgico de una naturaleza irrecuperable, pero siempre adolecerá de sus composiciones relativas, ideales, fuera de la realidad y antinaturales que son base de lo kitsch del siglo XX y quizás tendríamos que admitirlo.

Cuadro 6:

Fuente: PUNSET, Eduard. *Cara a cara con la vida, la mente y el universo. Conversaciones con los grandes científicos de nuestro tiempo*. Barcelona: Edit. Destino, 2008.

E.P: Volvamos a la cuestión de la inteligencia y la diferencia, si existe, entre los animales y los seres humanos. Es indiscutible que los animales no cultivan el arte y el pensamiento estético, ¿verdad? ¿Cómo apareció el pensamiento artístico?

Jonh Booner: Es una cuestión que me ha fascinado siempre. Actualmente, o en este último siglo, se ha desterrado el sentido de la belleza de la vida animal, como si fuera estrictamente humano. Pero en el siglo XIX, los victorianos elogiaban la belleza del plumaje de un animal o sus colores, porque admiraban su sentido artístico. Poco a poco, estas ideas fueron objeto de burlas y se volvieron muy impopulares. En el siglo XX, volviendo a los pájaros, se observó que las aves del paraíso macho poseían un plumaje bellissimo y muy complejo que usaban en el cortejo para atraer a la hembra. Otra ave muy parecida, llamada cuervo de Nueva Caledonia, de aspecto muy vulgar, los machos construían una estructura muy elaborada adornada con frutas del bosque y conchas de colores para aparearse...

E.P. Como una alcoba nupcial...

J.B. Exacto. De hecho, el nombre del pájaro en inglés, bower, es una palabra victoriana que significa estancia del amor. Se cree que cuando se separaron las dos especies en el curso de la evolución, un grupo de aves conservó los colores brillantes, que implican ciertas desventajas, porque los machos de colores muy vívidos son una presa fácil. En contraste, los cuervos de Nueva Caledonia no corren este riesgo, porque sólo la cámara nupcial, y no el ave, es muy colorista. Volviendo a nuestra discusión de antes, soy partidario de la idea de continuidad, de modo que creo que las aves poseen cierto sentido artístico. Puede que sea muy diferente del nuestro, pero también es muy posible que los humanos conservemos partes del cerebro de las aves que son sensibles al arte. Siempre me ha fascinado que los gorilas y chimpancés dibujen si se les da una hoja de papel y un lápiz o una brocha. De todos modos, no creo que ésta sea la respuesta a la pregunta de si los animales poseen sentido artístico. Sin embargo, creo que las aves y los animales hacen cosas que, a su manera, se parecen a nuestro concepto de arte.

10.2.2.1. El paisaje.

En nuestra sección dedicada a la historia del cromo constatamos su origen alemán¹⁴⁰. Este hecho repercutirá grandemente en no pocos aspectos de su estética y que después emigrarán a la producción inglesa. Aunque más tarde el paisaje reflejado en los *scraps* se ceñirá al entorno inglés, hay que destacar que nunca desaparecerá del todo aquella ensoñación tan característica en el Romanticismo alemán. Es un reflejo más de la difícil complejidad o delimitación que caracteriza a nuestro tema, su cronología o periodicidad, sus influencias estéticas, etc. y, en definitiva, entre otras posibilidades, a sus orígenes románticos, el movimiento quizás más fascinante de la historia.

Aparentemente y por su fácil lectura se diría que el cromo no asimila los grandes cambios e innovaciones de la pintura precedente o de su tiempo. No es así. En el paisaje, los clásicos reclamaban siempre la presencia del hombre, sus acciones, sus narraciones, y el paisaje será un mero telón de fondo. Sin embargo, será en el siglo XIX cuando el paisaje reclame su propia autonomía liberándose de la experiencia narrativa figurada aunque no se exime del todo del elemento histórico, mitológico, religioso o de las amables fantasías o de las leyendas o costumbres populares. Así también en los *scraps* victorianos. El paisaje se emancipará del dibujo¹⁴¹ y se consolidará como un género independiente convirtiéndolo en un medio idóneo de expresión de los estados

¹⁴⁰ Aunque nos hemos ceñido al *scrap* inglés, sin embargo en algunos considerados al principio como tales aparece Dresde como centro de producción y difusión.

¹⁴¹ Tanto por el tamaño como por la técnica empleada hasta conseguir el resultado final y al tratarse de obras de taller con la intervención posiblemente de varios creadores o autores, en sus inicios el diseño del futuro cromo ha de pasar por el proceso del dibujo como práctica vehicular hasta conseguir el último objeto industrial. El lápiz, el coloreado, la piedra, la impresión parcelada del color, el tórculo o el troquelado final no existirían sin el dibujo previo en una hoja de papel.

anímicos¹⁴², en espejo del alma. Los románticos sublimarán y divinizarán la Naturaleza llegando a creer que con admiración y respeto y a través de ella alcanzarán lo sobrenatural. Bella y misteriosa, impresiona al alma y producirá una honda emoción estética, como metáfora de emociones, sentimientos o experiencias espirituales. Su contemplación deviene de lo que Turner llamaba “el silencio de lo inmenso”.

Unido al concepto nostálgico de una naturaleza idílica como una Arcadia perdida que hay que recrear o recobrar, se proyecta en nuestro tiempo el sentido de protección. Aquella corriente occidental de culto demuestra una vez más cómo nuestro pasado cercano tan implícito en los cromos victorianos de paisajes, por ejemplo, pervive de forma inherente, aunque tome la forma de lo ecológico, lo cual consideramos una muestra más de lo significativo de nuestra investigación.

En otro apartado de este trabajo, aludíamos a cómo el cromo más que preconizar un nuevo mundo o etapa, o simplemente atenerse a su tiempo, se condolía por lo perdido en cualquier aspecto, técnico, social, estético y ¿por qué no?, moral. De esta forma, vamos a encontrar en los cromos paisajes a lo Watteau, enmarcados en ese equilibrio clásico entre lo sensible y lo moral tan del gusto de la pintura italiana o francesa. El Rococó aportará a los cromos el concepto de lo pintoresco que en el siglo XVIII se concede al paisaje, sensorial más que real. Aunque aportamos imágenes de cascadas que se precipitan y ante las cuales unos personajes minimizados aparecen indefensos, insignificantes, sin embargo, ese intento de alcanzar lo sublime, propio del primer Romanticismo se tornará en lo pintoresco antes aludido, exento de dramatismo y donde se mezcla lo amable con lo costumbrista y lo

¹⁴² “La tarea del pintor de paisajes no es la fiel representación del aire, el agua, las piedras y los árboles, sino que es su alma y su sentimiento lo que ha de reflejarse”. Caspar David Friedrich.

popular. El Romanticismo implícito en ellos irrumpe con su huida por paisajes melancólicos, ideales, por escenografías alejadas del dramatismo, más o menos bucólicas, rurales a veces, a lo Constable diríamos, donde el hombre tendrá que estar en armonía con la naturaleza (Fig. 43). Y siempre con una gran carga imaginativa¹⁴³. Si en sus escenas de cascadas, arquitecturas góticas en ruinas, templos destruidos a lo Claudio de Lorena, o exóticas pagodas aletea el aire romántico; después será el llamado “paisaje inglés”, con su verdor y frescura el que nos seduzca en nuestros cromos. Ya no nos turbará la grandiosidad de la montaña, el acantilado o la cascada, la tormenta o el mar embravecido; ante un cromo de paisaje no alcanzaremos lo sublime que fue una de las bases teóricas en el Siglo de las Luces. Ausente la grandiosidad del paisaje romántico, sin embargo pervive su carga subjetiva y sobre todo la misma concepción antropocéntrica, identitaria y localista que desde la época ilustrada repercutirá no sólo en el paisaje sino en todas las imágenes a las que alcanzan los *scraps*. Esto no es óbice para que en ocasiones exista una gran concesión a aquel romanticismo con su gusto por los estados exaltados de la naturaleza y lo encontramos en algunos cromos en los que aparecen naufragios, esposas expectantes ante una galerna con la duda por el regreso de sus maridos y casi siempre portando niños, los grandes triunfadores de la imagería de los cromos. En este sentido añadimos que no siempre el medio marino sería captado de la forma anterior. También lo vamos a encontrar sereno, pero siempre surcado por naves, sean galeones, clippers o a vapor, siempre señalando la pujanza británica en el mar.

¹⁴³ En 1712 Addison publica *Placeres de la imaginación*, donde percibimos como lo fantástico acompaña al espíritu romántico y por ende influirá en nuestros cromos paisajísticos. Ver: *Los placeres de la imaginación* de Joseph Addison. 9 de octubre de 2014. Recuperado el 13 de enero de 2015 de www.youtube.com.



Fig. 43

Por otra parte y falsamente percibimos que estos paisajes en los cromos están alejados del sentido utilitarista que se estaba dando en la realidad al expropiar la naturaleza como producción, industrialización, etc. La tala de bosques aumentó con la primera revolución industrial, tiempo al que pertenecen muchos de nuestros cromos. La doble visión o moral llegaría hasta esos extremos. Con un aplastante triunfo de lo subjetivo la verdad no tendrá lugar y la realidad empírica tampoco. Y hay que darse prisa, porque el mundo victoriano y sus consecuencias están acabándose aunque se contemplen subjetivamente, y hay que tener prisa en recrear la naturaleza.

Hemos insinuado anteriormente el sentido localista que los románticos concedieron a su concepto de paisaje. ¿Hasta qué punto se percibe este hecho en la imaginería paisajística de los *scrap*s? Dada la notable variedad estilística que encontramos en ellos, ¿qué sentido los une o qué diferencias apreciamos?, ¿podemos afirmar lo mismo cuando en el paisaje aparecen situaciones egipcias o asiáticas, por ejemplo? Obviamente asistimos a un amplio arco geográfico de imágenes pero ¿cómo incide todo esto en la derivación cronológica de las muestras que aportamos?

Algunos cromos presentan una naturaleza habitada, otros ofrecen lejanías nostálgicas y románticas de amplios espacios que incitan a penetrar en ellos y recorrerlos. Dominan aquellos en los que el paisaje, el espacio, va a quedar delimitado, cerrado, por la espesura, una arquitectura o una acción humana, siempre para acercarlos al espectador y evitar cualquier dispersión. Porque interesa lo concreto y cercano. A cualquier cromo se le puede aplicar el adjetivo de fragmentario, trozo de la realidad. Si se observan aquellos que tratan del paisaje, lo representado en ellos son fragmentos de aspectos, descripciones o alusiones que permiten intuir significados más amplios y generales. De esta manera nuestros cromos-paisajes se alejan del concepto neoclásico sobre la naturaleza, al tiempo que se enraizan en el romanticismo. Considerados como fragmentos, no tendrán un valor absoluto ni responden a la verdad. ¿Qué verdad puede haber en el gusto romántico por las ruinas, por los arcos góticos destrozados¹⁴⁴ que a la manera de Friedrich reflejan algunos cromos? Su verdad consiste en que son partes sueltas, que sugieren y despiertan la imaginación, la postura emocional del espectador más que representar o explicar la realidad absoluta.

Para el hombre romántico cualquier entidad, la naturaleza o la vida misma, tendrá un valor como elementos de trascendencia en los que se ve reflejado, con los que sintoniza y se siente en armonía. Es más, en el paisaje, el hombre tendrá el mismo valor que el paisaje mismo, y que posiblemente no existiría sin la presencia humana, como en los cuadros de Friedrich.¹⁴⁵

Tienen un estilo visual, como si se estuviera mirando un escenario; no ofrecen primeros planos sino largos planos generales con personajes en diferentes acciones. Otros ofrecen una naturaleza alejada del hombre y, a veces, también muy cercana, presentando

¹⁴⁴ Por lo mismo, muchas de las novelas del primer Romanticismo están incompletas, no son más que fragmentos de historias que espolean la imaginación

¹⁴⁵ Nos referimos a los cuadros de Friedrich *Fraile a la orilla del mar* y a *Caminante sobre un mar de niebla*.

jardines como forma extrema del artificio que finge ser naturaleza sin serlo; sociedad distraída que pasea por ellos, por jardines públicos o íntimos. Es innegable que todos responden a la pasión por la naturaleza, la atracción de la moda por la botánica, los jardines, la horticultura. En este último caso los huertos serían como jardines productivos que dignifican el trabajo del hombre; surge una iconografía de cebollas, zanahorias, tomates o frutas.¹⁴⁶

Influencias de la Ilustración o del Romanticismo o todo unido, lo cierto es que los *scraps* nos ofrecen una imagen de la naturaleza arbitraria, parcelada y en el fondo no natural. La causa radica en que se la observa e incluso se plasma, no tal cual es, sino a través de la cultura. Esto quiere decir que a la manera griega, percibimos lo natural a través de lo cultural¹⁴⁷. Por tanto naturaleza y cultura no pueden existir separadamente. Y esa cultura será la inglesa en el siglo XIX. Como ejemplo citamos la cuestión medieval y el arte gótico, o mejor, la ruina gótica, uno de los escenarios predilectos en nuestros cromos que pudieron seducir más “románticamente” a los espíritus más sensibles. Las ruinas góticas, monasterios, iglesias o palacetes, no son el paisaje pero están integrados en una naturaleza desbordada. La visión intracultural inglesa cae en dos errores: la necesidad de una reafirmación nacional emergente implicaba la creencia de que el gótico se había creado en los territorios hoy conocidos como Alemania y, en el caso inglés, la necesidad de apoyarse en lo medieval considerado la base de la cultura inglesa. No deja de ser un desconocimiento al considerar la etapa medieval como el origen de los pueblos a la que había que aferrarse. Concluimos que en ambos casos la ruina gótica e incluso

¹⁴⁶ Sir Joseph Paxton, paisajista inglés, autor del Crystal Palace, es el responsable de la proliferación de invernaderos en las casas victorianas.

¹⁴⁷ Debemos definir la cultura, no como el esfuerzo de adquisición de un saber más grande, ni siquiera como el mantenimiento ferviente de un patrimonio espiritual, sino sobre todo, según Nietzsche, como *la unidad del estilo artístico en todas las manifestaciones vitales de un pueblo*. NIETZSCHE, F. *Aforismi*. Roma: Ed.Tabula Fati, 1999.

la escena medieval de tinte literario o costumbrista, no están contemplados en el cromo con objetividad sino imaginadas e intelectualizadas a través de la visión de la cultura inglesa a la que se le une lo mercantil. Los románticos partían de la esencia del paisaje como conciencia de la naturaleza. Sin embargo en el cromo se utiliza como objeto de tenencia y contemplación del mismo, no de la imagen que se nos proyecta, no de la naturaleza de la que es un simple referente ni de una posible narración, ni de un ingenuo rostro infantil, sino del comercio o como exponente del poder nacional o de las clases privilegiadas cuando presentan palacios, edificios públicos suntuosos como la Torre Eiffel o la catedral de San Pablo.

Centrémonos en el típico paisaje inglés. Con la terminología de paisajes típicamente ingleses nos referimos a aquellos cromos que se limitan al mundo rural inglés. En ellos la figura humana se hará presente o estará ausente. En el primer caso la naturaleza concretada en el paisaje adquiere más protagonismo que el individuo presente en ellos y, a la manera de los paisajes de Friedrich, tendrá un papel secundario e incluso anecdótico, convirtiéndose el paisaje en una escenografía en la que, a veces, se vislumbra el paso del tiempo. Serán composiciones serenas donde unos campesinos a pleno aire conviven con una naturaleza gozosa que nos recuerda también la Escuela de Barbizon¹⁴⁸. Los campesinos aparecerán trabajando cerca o en las puertas de sus cabañas, pero casi siempre en actitud contemplativa más que transformando su entorno. Como había que dar una visión idílica de sus vidas nunca aparecerá el interior de las viviendas que

¹⁴⁸ La Escuela de Barbizon de pintura (aprox. 1830–1870) fue el conjunto de pintores franceses reunidos en torno al pueblo de Barbizon, cercano al bosque de Fontainebleau, donde llegaron a establecerse los artistas de este círculo. El hecho de que los pintores de Barbizon dejaran París para refugiarse en un pequeño pueblo ya es una actitud de abierta oposición al sistema vigente, no sólo en el ámbito plástico, sino también en el orden social. Los pintores de Barbizon fueron parte del Realismo pictórico francés, que surgió en reacción al más formalista Romanticismo de Gericault o Delacroix.

intuimos no tan maravilloso como la naturaleza que los rodea¹⁴⁹. Charlarán con algún vecino o cuidarán los animales de su granja, siempre en lugares aislados, solitarios y apartados. A veces estos campesinos serán sustituidos por niños que parecen disfrutar de lo humilde lejos de la dureza de las tareas del campo o del dramatismo que a veces la misma naturaleza impone. Por tanto, este sentido metafórico que se le da a la imagen estará muy alejado de los conceptos realistas de Millet o Courbet y su concienciación social intentando conciliar el paisajismo con su interpretación política y/o social inserta en la misma obra. Sus campesinos sí saben del cansancio de estar aferrados a la tierra. Sin embargo, en el cromó la inclusión de los personajes en la naturaleza no es lo mismo (Fig. 44). No hay proyección social, no se alude a las clases desfavorecidas por la parcelación de los terrenos, la pérdida de espacios donde recoger alimentos o palear el ganado que incidirán en la posterior Revolución Industrial. Es cierto que los cambios estacionales influyen en el paisaje. Además de ser símbolo del paso del tiempo vamos a encontrar *scrap*s dedicados a las actividades rurales de cada estación, sea la siembra, la recogida del heno, etc. pero aunque son paisajes humanizados, los campesinos nunca tendrán la carga social que tienen *Las espigadoras* de Millet. Hay que indagar mucho para rastrear aquellos valores sociales o políticos antes aludidos. Cuando está ausente la figura humana es muy frecuente que sea sustituida por animales domesticados aunque se intuya la cercanía de los granjeros

¹⁴⁹ Sin embargo existen otros *scrap*s que se detienen en describir los interiores burgueses más que los aristocráticos, su mobiliario, donde personajes satisfechos juegan, se asean, leen, decoran el Árbol de Navidad, etc.



Fig. 44

En otras ocasiones se recurre a una escenografía de tipo aristocrático (Fig 45) en las que balaustradas de diseño rococó (Fig. 46) a lo Watteau conviven con bosques donde los amantes se cortejan como si de otro *Embarque a Citera* se tratara.



Fig. 45



Fig. 46

Es evidente que analizadas las muestras referentes al paisaje en las que basamos nuestro estudio hay un porcentaje mayor de aquellos que representan el paisajismo típicamente inglés, aunque sea imaginado, lo que nos indica un mayor grado de valoración por ellos y desde ellos. Afirmamos la relación de identidad con la cultura inglesa y sobre todo su grado de elaboración a tal fin. No dudamos de su creatividad pero siempre enmarcada en su cultura e ideología. Entendemos que conducen a una ideologización del paisaje al utilizar sus valores como identitarios y que al mismo tiempo contribuyen a forjar la misma identidad de la cultura inglesa. Los valores formales que apreciamos en la imaginería usada en los paisajes de los *scraps* se convirtieron en estereotipos, llegando a suplantar la realidad. Sus *cottages* idílicos a cuyas puertas unas aldeanas charlan o aquellos niños que arrojan grano a unas gallinas mientras unos patos encabezan su prole hacia un pequeño lago, por ejemplo..., toda esa cosmovisión no provenía del paisaje sino que se inculca en él con intencionalidad, con un sentido lugareño que al final acabará con contenido geográfico, territorial, local, nacional, cultural, etc. más que paisajístico.

Recordemos la función del cromo como transmisor cultural. Cuando el receptor los visualiza está proyectando una mirada cultural al tiempo que la misma imagen, el mismo paisaje, le está aportando datos o valores culturales. Es una mezcla entre ambos. Pero no dejan de ser añadidos que aportan y proyectan aquella identidad con lo inglés que se quiere conseguir con la imagen paisajística de los cromos. No se valora el paisaje como hecho creativo en sí, sino su aportación como documento de un tiempo, de unos lugares, de un entorno que determina una forma de ser y la misma cultura que los proporciona. E incluso la misma religión. Nos referimos a ese grado de espiritualidad que se desprende del paisaje de muchos *scraps* (y que entronca con la estética prerrafaelita) marcada quizás por el concepto de lo íntimo en la religiosidad protestante. Aun así, los principios que aquí aportamos podemos hacerlos extensivos a la imagen femenina, niños, costumbres, etc. y que alcanzan y se ejemplarizan en las

imágenes de cualquiera de los apartados que por metodología hemos subdividido o contemplados en nuestra investigación. Por todo esto nos enfrentamos a una estética que por estereotipada nos puede llegar a alcanzar.

En todos los casos, la belleza plasmada en los cromos corresponde a la tradición paisajista de la pintura occidental desde el Romanticismo (Fig. 47). Bien por esto último, por la cosmovisión victoriana, o por la influencia del movimiento *art and crafts*, la naturaleza se convierte así en un hecho contemplativo de la belleza exterior o en fuente de imágenes para reinventar. Es posible que la sensibilidad romántica no se aprecie a simple vista, sin embargo un aire de nostalgia tan afín a esa mentalidad impregna sus imágenes. De hecho, el cromo muestra casi todo el siglo XIX, abarcando un amplio arco cronológico, social e histórico. De hecho muchos *scraps* recuerdan a los paisajistas holandeses, a Claudio de Lorena o al inglés Gainsborough; también se observa frecuentemente la influencia de Italia en los paisajes. De todas formas, cualquier influencia siempre estará mediatizada por la visión que en el país de los cromos victorianos se tiene de lo foráneo: en una representación de Holanda estará siempre presente un molino; si de España se trata no falta el torero o la gitana (Ver apartado 10.2.8.2: *España y Andalucía en los cromos*).



Fig. 47

La exploración de nuevas y desconocidas tierras repercutirá en el descubrimiento de plantas exóticas que no sólo serán traídas a Europa sino que favorecerá su conocimiento a través de bellas ilustraciones. El mejor ejemplo lo tenemos en el libro “*Temple of Flora or Garden of the botanist, poet, painter, and philosopher*” publicado en Londres desde 1800 a 1812¹⁵⁰. Influenciada por la historia de la botánica del siglo XVIII, su texto aparece acompañado de láminas a la acuarela de brillantes colores y en las que colaboraron acuarelistas como Thomas Medland y Philip Reinagle. Las primeras planchas serían grabadas por Robert John Thornton¹⁵¹ en un intento de plasmar todas aquellas maravillas desconocidas en el viejo continente.

Aquellas maravillosas ilustraciones aparecen casi siempre con un paisaje de arquitecturas, templos o palacios fundidos en su entorno natural y como soporte sobre el que destaca e individualiza la especie botánica. A veces se incorporan personajes mitológicos. También el cromo incorporará mundos vírgenes, grandiosos y exóticos, de palmeras a modo de telones de fondo de indios o negros en los que se puede intuir una expresión de colonialismo más que de estudio de la naturaleza. Tengamos en cuenta que es ahora cuando se están descubriendo o redescubriendo los tesoros arqueológicos o arquitectónicos del Lejano y Medio Oriente (colonias inglesas en Asia).

¹⁵⁰ Consideramos evidente la influencia de la obra de Maria Sibylla Merian (Fráncfort 1647- Ámsterdam 1717) como antecesora en el estudio de insectos y plantas así como sus ilustraciones. Sobrepasó el estudio de su entorno y tras viajar a Surinam ilustró y publicó en 1705 su obra *Metamorfosis de los insectos de Surinam* en la que se funden su conocimiento de entomóloga y la belleza de las imágenes de flores.

¹⁵¹ Colaboraron Thomas Medland (1799-1807) y Philip Reinagle (1749-1833). Las planchas fueron publicadas por el médico, escritor y botánico Robert John Thornton (1768-1837).

Cuadro 7:

El paisaje urbano

Las revoluciones acaecidas en el siglo XIX no sólo supusieron cambios políticos sino que también influyeron en las ciudades, en el urbanismo, en su papel de representación y acogida social y en el carácter de las ciudades. El nuevo urbanismo queda perfectamente reflejado en aquellos cromos que nos transportan a las Exposiciones universales. Por amplias calles pasean coches de caballos o la guardia real hace el cambio frente a altas cancelas tras las que se guardan magníficos jardines.

La ciudad asume su papel de escenario social de la vida cotidiana y así en los cromos observamos cómo desarrapados, campesinos o buhoneros conviven con militares, burgueses o aristócratas. Es la nueva ciudad, símbolo de la modernidad en donde todo y todos se fusionan.



La ciudad moderna

10.2.2.2 Las flores.

A partir de la segunda década del siglo XIX el conservadurismo se extiende por Europa convirtiendo la moral en religión, sea en la Inglaterra victoriana o en los países católicos. Entre otras razones históricas, parte del motivo es el pensamiento positivista. Influirá en la manera de apreciar la naturaleza aquel idealismo que hemos

intentado identificar en el paisaje de los *scraps* y dará paso a lo objetivo dirigido a un público burgués interesado en la realidad cotidiana circundante y más inmediata. Ya no será necesario que una flor o un fruto colaboren a la simbología de un tema religioso como ocurría en la pintura renacentista o barroca. Ahora simplemente los insectos van a ser estudiados y reflejados en los *scraps* como si lo hiciera un entomólogo y las plantas y flores serían plasmadas como si de un botánico se tratara¹⁵². Ya no se trata de reflejar un estado de ánimo, un reflejo del creador u observador romántico sobre ellas como pudiera ocurrir con el paisaje o la misma naturaleza en general. A cambio, será el estudio naturalista, científico, del botánico que nos hace presenciar las mínimas características de una hoja o una flor¹⁵³, acudiendo a perfiles de dibujos perfectos, de gran detallismo y meticulosidad, más cercanos a la sobriedad holandesa que a la sensualidad flamenca. Será una naturaleza no mancillada, como la de los grabados hechos por los viajeros de exploración, antes en América y ahora en Asia y África. Asistimos a una cuasi disección de pétalos, estambres, pistilos, corolas, etc. (Fig. 48) al tiempo que nos seducirán los colores casi exactos de cualquier flor o fruto. Las flores así representadas en los cromos se pueden convertir casi en herramienta científica ilustrada, por la precisión lograda. Participaría de la corriente naturalista predominante en las artes plásticas de la época que busca la belleza como representación de

¹⁵²SCHNEIDER, H. *Naturaleza muerta*. Taschen, 2003. Ya en 1592 Joris Hoefnagel (1542-1601) dibujaría las láminas del “*Archetypa studiaque patris*” mostrando especímenes de flora y fauna, flores, frutas e insectos, con exactitud científica.

¹⁵³ “...Nos enamorábamos de cada brizna de hierba, de cada grácil rama y aprovechábamos cada impresión agradable. Más que buscar los efectos de la luz o del aire, se evitaban. En pocas palabras: cada uno se afanaba en reproducir el objeto de la forma más objetiva posible, con la fidelidad de un espejo”. Nos situamos ante esta cita del artista alemán Richter (1803-1884). Si la consideráramos anónima bien podría atribuirse a Durero, a su obra *La gran pradera* (“Cuanto más fiel sea tu obra a la figura viviente, tanto mejor será”) o a cualquier creador de cromos de flores, por ejemplo. Pertenece a L. Richter en *Erinnerungen eines deutschen Malers*, Fráncfort del Meno.

la realidad objetivamente valorada, con una estética propia que la acerca al positivismo.



Fig. 48

Serán captadas como simple visión natural que se recrea en los detalles más sencillos como un intento de representación mimética de la naturaleza en términos aristotélicos intentando crear unas imágenes de flores que imitasen la realidad¹⁵⁴ a modo de un *hortus conclusus*, como jardín cerrado donde la floración estallaría. La única diferencia es que se las representa exultantes aunque el resto del jardín, del *hortus*, esté ausente. Pausadamente observaremos la majestuosidad de su sencillez pero no se las imita, no quieren significar nada, no conserva aquella simbología floral de tiempos anteriores, de la fugacidad, la transitoriedad, la temporalidad de la vida. Es simplemente la misma flor desprovista

¹⁵⁴ Por concomitancia de las flores de nuestros cromos con las pintadas en el barroco español recogemos el poema que Pedro Álvarez de Lugo(1614-1676) dedicó a las que pintara Juan de Arellano (1628-1706): “*Aquellas hermosas flores/del natural trasladadas/tan bellas son, que pintadas/no es posible ser mejores./Bien, Arellano, en primores/imitáis al Creador/que les concedió el primor/nativo, pues se ven tales/que para ser naturales/sólo les falta el olor*”. Lázaro Milla, N. *La virgen y el Niño con guirnalda de flores: copiando a Daniel Seghers*. Madrid: Museo Cerralbo, 2012. Cherry,P. *La pintura de bodegón en las colecciones del Museo Cerralbo*. Madrid: Secretaría de Estado de Cultura, 2001.

de cualquier aditamento representativo o estético, aunque proyectemos una mirada poética sobre ellas.

Se ofrecen bien aisladas o agrupadas en composiciones formando ramos (Fig. 49), bouquettes, sin apoyo espacial o colocadas en jarrones. Al igual que en la pintura barroca, también los diseñadores de estos ramos mezclarían flores de diferentes estaciones en combinaciones imposibles, lo cual nos indica la existencia de dibujos previos, posiblemente coloreados, o bien la inspiración o copia de cuadros anteriores, de estudios botánicos o herbarios. De gran belleza consideramos las composiciones circulares de los *scraps* con flores y hojas que a modo de guirnalda sirven de marco a otros temas como paisajes, rostros infantiles (Fig. 50), cupidos e incluso a versículos bíblicos y que pueden considerarse como otros *scraps* aparte, como el antiguo juego de la pintura dentro de la pintura. En las obras barrocas la simbología de las flores representadas en la guirnalda solía tener una estrecha relación con el tema central, sin embargo, en los cromos, ambos, guirnalda y medallón, simplemente tienen una función decorativa. Este tipo de iconografía se inspira en los modelos flamencos y el mejor ejemplo lo encontramos en un cromo con el tema de la Huida a Egipto rodeado de una guirnalda ovalada o bien en aquellos pequeños en los que se insertan cristos, Vírgenes o Santos católicos siempre en frontalidad de medio cuerpo. Dudamos del origen de estos aunque entendemos que su diseño e impresión estaría dirigido a países foráneos de Inglaterra. La iconografía de la guirnalda puede considerarse insertas en los bodegones de flores. Su creación se le atribuye al pintor flamenco Jan Brueghel el Viejo a comienzos del siglo XVII teniendo gran difusión geográfica y cronológica, así en este tipo de cromos. Sería utilizado también por otros pintores como Pieter van Avant, Rubens, Francisco Camilo, Murillo, etc.



Fig. 49



Fig. 50

Expuesto todo lo anterior nos acercamos ahora a otro aspecto iconográfico de las flores: su fusión con personajes. Vamos a encontrarnos con aquellas imágenes en las que gnomos, duendecillos, etc. se rodean de un entorno natural subrayando con su vestuario la identificación con alguna especie vegetal o floral, lo cual indica el profundo conocimiento que tenían artistas como

Cicely Mary Barker (1895-1973)¹⁵⁵ al diseñar sus libros sobre “*Hadas de las Flores*”, (Flower Fairies books). En esa época las hadas eran un tema popular como en el libro de Conan Doyle “*The Coming of the Fairies*”. En otras ocasiones, las flores aparecen animadas como personajes travestidos usando las formas, attrezzo, etc. como si de las mismas flores se tratara¹⁵⁶. Más superficiales consideramos aquellos *scraps* en los que aparecen damas victorianas elegantemente vestidas con el mismo color de la rosa, por ejemplo, que ocupa su trasero en lugar de su polisón.

10.2.2.3 Los jardines.

El arte del clasicismo y la filosofía del idealismo oponían el ser humano a la naturaleza a la que llegaban a considerar un objeto o un concepto. Pero la filosofía romántica tiene como objetivo conciliar el ser humano con esa misma naturaleza de la que forma parte; supone un retorno sin juicios, ausente de categorías racionales, precisamente porque no se puede controlar. En esta línea y en análisis anteriores observamos cómo la presencia humana quedaba desplazada e incluso minimizada en el paisaje romántico precisamente porque le concedía un valor absoluto casi religioso. El hombre se convertía en un viajante, en un caminante o en un personaje estático en medio de la naturaleza. Este estatismo rayano en la quietud no tiene sentido sino en la intimidad tan peculiar en lo victoriano, quizás por la conexión moral-religión. El paisaje y, mejor, el jardín, alcanzarán una categoría ideológico-moral, donde se desarrollan escenas edulcoradas en un entorno edificante según el gusto burgués de la

¹⁵⁵ En sus libros “*Flower Fairies of the Spring*”, “*Flower Fairies of the Summer*”, “*Flower Fairies of the Autumn*”, etc. es evidente la influencia en esta artista de los libros de Kate Greenaway, de Beatrix Potter, o de las pinturas de Millais y de Burne-Jones.

¹⁵⁶ A este respecto citamos la obra en dos volúmenes titulada “*Les fleurs animees*” de J. Grandville editada por Gabriel de Gonet en 1847.

época.¹⁵⁷ ¿Y qué más íntimo que el jardín en los *scraps*?¹⁵⁸ Salvo aquellas imágenes palaciegas a lo rococó que algunos recogen, el jardín de los *scraps* nos seduce por la ausencia de límites racionales, por la visión simbólica de la naturaleza que nos transmite¹⁵⁹. Por su propia existencia, y aunque también pueden aparecer aislados, irá unido a “lo natural domesticado” (Figs. 51 y 52), a la presencia humana, que los domestica, los cuida o mejor, que lo observa como espectador, llegando incluso a formar parte del mismo. En este sentido ya hemos referido en otros apartados la fusión o mixtificación simbólica que puede darse entre flores y niños cuya presencia campesina quedará subrayada por sus actitudes o ropaje pastoril.

Muchos pintores concibieron los jardines como espacios pedagógicos o lúdicos en los que aprender o pasear y así los pintaron Berthe Morisot y Monet siguiendo las ideas ilustradas de Diderot y derivados de los jardines pintados en el Romanticismo. En algunos cromos puede incluso rastrearse la herencia de los dorados atardeceres barrocos de Claudio de Lorena.



Figs. 51 y 52

¹⁵⁷ Sería Joseph Paxton (1803-1865) arquitecto del Palacio de Cristal de Londres la figura más relevante de la afición de los ingleses por la jardinería y los invernaderos.

¹⁵⁸ En tiempos de la Gran Exposición (1851) la demografía aumentó en las ciudades inglesas más que el campo. Londres se convirtió en un verdadero caos de agitación, ruido y pestilencia que no soportarían los espíritus más sensibles prefiriendo las casas de campo y los pequeños jardines.

¹⁵⁹ En oposición para el hombre moderno la naturaleza ha muerto porque ha desaparecido como representación simbólica.

El impacto visual para el que están destinados los cromos con paisajes o jardines exige una fácil lectura. Sin renunciar a lo narrativo y al pictoricismo, podríamos estudiar los encuadres preferidos. La concentración en pocos o únicos objetos aislados de la naturaleza como flores, frutos, hojas, ramos, etc. implican el uso de los primeros planos sobre el espacio circundante que, al estar troquelados, en realidad es el nuestro. Cuando se trata de paisajes, individuales o formando escenas con personajes humanos o animales, con sentido de la teatralidad se suele estructurar la composición en diversos planos. En estas ocasiones se utilizarían los planos medios en general. Casi nunca se utilizarán grandes o perdidas perspectivas, la profundidad se conseguiría mediante la gradación del color que favorece y concede más intensidad y cercanía a lo representado, casi siempre utilizando un punto de fuga bajo... Cuando los espacios aparecen vacíos de humanidad, la proporcionalidad se logrará marcada, bien por el espacio entre los elementos (árboles, plantas, flores, tierra, senderos...), o bien por escasos trozos de cielo o nubes que sustituyen la distancia. No existirá un gran dominio de la luz ni grandes contrastes atmosféricos; a cambio en el cromo se buscarán precisas texturas, tonalidades o efectos visuales que acusen más la naturalidad o la fuerza expresiva en cada uno de ellos. Sin duda serán imágenes de gran belleza, misteriosas, de composición clásica en la organización de los elementos; la litografía colaboró a la divulgación del paisaje aunque se apoye en el dibujo; su gama de colores se vería constreñida por la dificultad técnica que exige el uso de una piedra por cada color, aunque después se fusionan; sin embargo se prefiere el uso casi único de colores primarios. Conservando su propia autonomía no está condicionada por las situaciones impredecibles o cambiantes de la naturaleza en el caso de pintar al aire libre como se hacía en la pintura de la época ni necesita controlar la luz, el movimiento o el encuadre como en el caso de la fotografía.

10.2.3 Los objetos

En estéticas anteriores los objetos fueron representados en sus aspectos más artísticos e intelectualizados. Su imagen era traspasada por su significación alegórica, etc., simbólica en definitiva. No interesaba tanto la imagen del objeto en sí misma como el discurso implícito en ella, es decir, las imágenes eran al mismo tiempo objetos de contemplación y una ayuda para su comprensión. Hay que tener en cuenta que los objetos figurados normalmente no estaban al alcance de la visión de la mayoría de los observadores, pertenecían o eran referentes religiosos o de poder; su atracción no era su posesión sino su contemplación y posible lectura, aunque fuera esta para unos pocos iniciados; La verosimilitud o el realismo visual de las imágenes concedían poco espacio a la imaginación. Eran necesarios por tradición y como medio de adoctrinamiento religioso o político. O para la ciencia. De forma que el arte era un medio más que un fin en sí mismo.

Es muy interesante observar cómo en la pintura moderna se rompe el espacio escenográfico perspectivo clásico. Usando el término de Barthes, emergió una especie de *sentido obtuso* que comenzó invadiendo la imagen, destruyendo el espacio plástico clásico y eliminando el intercambio simbólico. La imagen ocupará por tanto el plano de lo intrascendente, lo fútil, lo trivial¹⁶⁰ (Fig. 53). De esta manera estaba abierto el camino para la representación de lo insignificante y para la indiferencia del observador, sea a través de la reproducción técnica masiva como en el caso del cromo, o del cine¹⁶¹ posterior.



Fig. 53

¹⁶⁰ Una garlopa, un cestillo o un tipo de valla pueden parecer intrascendentes. No para el conocimiento etnográfico de una época.

¹⁶¹ BONITZAR, Pascal. *Desencuadres, Cine y Pintura*. Edit. Santiago Arcos, 2007.

Será la modernidad la que posibilite apreciar estéticamente objetos naturales o artísticos independientemente de su valor lógico, religioso o moral. Ya con el Manierismo los objetos tendrán su autonomía estética. Más tarde e impulsados por el concepto romántico de que lo ordinario puede acabar representando algo extraordinario se posibilita apreciar estéticamente objetos naturales o artísticos con independencia de su valor lógico, religioso o moral, eliminando cualquier atisbo de sentimiento¹⁶². Se va a encontrar belleza en lo pequeño concediéndole su propia autonomía estética. La imagen sufre una mutación pero esto no implica que esté carente de sensacionalismo. Más bien sucede lo contrario. Tanto en el cromó como en la pintura moderna lo sensacional procede de lo insignificante. Tendríamos que detenernos en analizar si esta inversión producía el mismo extrañamiento en el hombre del siglo XIX que contemplaba un cromó como al hombre del siglo XXI cuando visualiza una pintura contemporánea.

Es posible que ese detenerse en lo insignificante, en lo cotidiano (Figs. 54, 55 y 56), ese regodearse en lo que sucede o aparece en el tiempo, promueva el encuentro con lo metafísico, con el paisaje interior de las cosas, con su discurso hacia adentro, con la captura de lo efímero, lo perecedero, la temporalidad de los objetos, de los fragmentos de la realidad, produciendo bien una grotesca reflexión irónica o llevando al espectador a descubrir el halo poético, por cándido, que puede tener cualquier objeto que nos rodea. Nos hacemos eco de Víctor Sklovski¹⁶³ cuando, con el término “*extrañamiento*” indica que uno de los objetivos del lenguaje poético es el de promover una percepción diferenciada de las cosas, más compleja y dilatada de lo que supone percibir las (o nombrarlas), sin más.

¹⁶² Se ausenta así el papel simbólico, teológico o moral que pudiera tener cualquier objeto en una pintura barroca, por ejemplo. De todas formas concedemos valor religioso a la imagen de algunos cromos.

¹⁶³ Víktor Borísovich Shklovski fue un crítico, escritor y panfletista ruso y soviético. Fue uno de los primeros teóricos del llamado *formalismo* ruso.



Figs. 54, 55 y 56

Pero en todos ellos, cualquier asunto banal trasciende hacia la representación de una existencia silenciosa cargada de enigmas, reclamando con derecho propio su inclusión dentro de una esfera simbólica, lo cual los predispone a conectarlos con la *vanitas*, tan popular en el arte barroco. En la representación de objetos, de naturalezas muertas, de flores, de bellos objetos a los que asistimos en nuestros cromos tendríamos que admitir cierto simbolismo críptico tan ejemplarizado en aquel arte, lo mismo que cuando tratamos el tema de las flores hay que transcribir el significado o lenguaje que tenían para aquella sociedad decimonónica. El hecho de formar parte del imaginario colectivo no evita que, como en la estética barroca, se excede en el realismo. Los objetos, igual que los personajes, permanecen aislados, incomunicados, haciendo gala de una vida interior que traducimos como decadencia y transitoriedad de lo representado y de su representación y que no es más que el conocimiento y sensación de lo efímero de nuestro destino que se desarrolla en los lugares más inescrutables del alma humana. Nos acercamos así a lo que Freud llamó *das Unheimliche* (“lo ominoso”), un inquietante sentimiento de soledad y de angustia procedente de la infancia. Extrañeza que a veces localizamos en las cosas familiares a los niños, en las que sale a relucir sin razón aparente.

Como cualquier icono de la cultura popular, las imágenes *en los cromos*, la simbología y los signos, aunque adoptan formas concretas extienden su significado más allá de sus límites, así, cuando se hacen coincidir

imágenes, signos del entorno doméstico con lo imaginado. Preferimos la expresión de onirismo críptico cuando nos situamos ante esta serie de imágenes, en las que se funden o mezclan conceptos, significados o realidades difíciles de asumir salvo que el puente entre ellas lo establezcan las narraciones infantiles, a veces con moralina. Es el caso de zapatos gigantes donde juegan gatos, ratones o niños, cafeteras con rostro... Un simple cambio de punto de vista, la aproximación inusual al objeto que se pretende representar, bastan para poner ante nuestros ojos una imagen insólita de su realidad, más insólita aún, cuando en algunos cromos se fusionan objetos conocidos con animales o humanos produciendo un enrarecimiento que es consustancial a los cambios de escala. No es de extrañar porque esa fusión también la vemos cuando asistimos a una flor donde se ha insertado el rostro o el cuerpo de una niña o aquellos insectos a los que se les ha añadido cabezas de personajes, quizás con intención satírica.

Una variante en la representación de los objetos consiste en fusionarlos con personajes humanos¹⁶⁴. Estas imágenes, más que representaciones, tienen una larga trayectoria en la pintura europea, desde Arcimboldo, a Ennemond-Alexandre Petitot (1727-1801), que fusiona personajes con elementos arquitectónicos.

Recogemos el pensamiento de Martín Heidegger ante los viejos zapatos pintados por Van Gogh: *“En la oscura boca del gastado interior bosteza la fatiga de los pasos laboriosos. En la ruda pesantez está representada la tenacidad de la lenta marcha a través de los largos y monótonos surcos de la tierra labrada. [...] bajo las suelas se desliza la soledad del camino que va a través de la tarde que cae. En el zapato vibra la tácita llamada de la tierra, su reposado ofrendar el trigo que madura...[...]Por este útil cruza el mudo temer por la seguridad del pan, la callada alegría de volver a salir de la miseria, el palpitar ante la llegada del hijo...”* ¡Qué lejos está la imagen de su significado en los objetos que aparecen en los cromos!. Van Gogh, con sus botas, participaría de la estética realista de un Courbet,

¹⁶⁴ Es muy interesante cómo el cine de dibujos animados (*Fantasia* o *La bella y la bestia*, por ejemplo) con una estética híbrida ha humanizado los objetos haciéndoles intervenir en narraciones que los unifica con la cultura europea.

por ejemplo. En los cromos no se llega al realismo. El valor de las cosas está ausente, sólo su contemplación, no su admiración. Si bien es cierto que el cromo se detiene ante la belleza de las cosas más sencillas, sin embargo les falta la esencia de los objetos – como sí captaría Zurbarán, por ejemplo- , permanecen simplemente en la apariencia del objeto. Quizás sería como la misma sociedad que los produce.

A veces la imagen de un objeto viene acompañada de un pequeño texto que desvirtúa su significado dirigiéndolo a otros campos (ver Relación con la lingüística y la literatura) llegando a la disfunción significativa de la propia imagen. En otros casos no existe texto sino que la misma imagen habla por sí misma sin ningún tipo de trasfondo, evitando la polisemia. Una flor será una flor, una cafetera no es más que una cafetera, una caracola será una caracola. Pero la confusión viene cuando una salsera es usada por un niño que boga sobre ella utilizando una cucharilla como remo (Fig. 57), o cómo un ramo de flores surge de un huevo de avestruz (Fig. 58) o una rosa parece calzar un zapato de mujer. Podríamos continuar describiendo ejemplos hasta la saciedad. ¿Qué nos está indicando esta especie de surrealismo visual? ¿No acabarán siendo más importantes las sensaciones que la verosimilitud del mensaje? No perdamos de vista que una de las bases de la existencia del cromo es la de su consumo rápido y que no siempre se van a conservar. Es necesario el impacto de su aparición y compra, y esto depende de las sensaciones que a priori produzcan en el posible poseedor, generalmente niños, y estos se mueven más por esas sensaciones que por la lógica de la imagen.



Figs 57 y 58

Sin embargo y en general, incluidos los objetos, en el cromo podemos encontrar habilidad técnica, pero desafía cualquier análisis porque carecen de práctica descriptiva. Sólo, como hemos dicho, cuando afecta al mundo de las plantas y no a todas; falta la historia, lo moralizante, quizá la anécdota. Los asuntos son banales. Como en la pintura de Chardin, lo que interesa es lo pictórico, la composición equilibrada y sobre todo el cromatismo; al no existir acción –es el espectador el que debe aportarla si le interesa- tampoco existe el tiempo, que quedará congelado y se convertirá en un tiempo pleno, o, si existe, cambiará cuando contemplemos otro cromo. Es la naturaleza muerta, es el efímero esplendor.

Un cesto con frutos, una maceta en la que han crecido maravillosas flores, un jarrón, un tiesto cualquiera o un cepillo...no son más que llamadas de atención para despertarnos de nuestro letargo visual y hacernos ver lo sorprendente de lo cotidiano, porque si aparecen en el cromo es porque es bello verlo. Si los objetos son bellos será porque son bellos representados, en el cromo o en la pintura. Su representación no es más que una llamada de atención para que reparemos en la belleza, o cuando menos lo interesante, de cuanto nos rodea. Todo sea por elevarlos de su ramplona mediocridad, evitar la extrañeza de su cotidianidad para que lo habitual se haga excepcional y porque la excepcionalidad de los objetos no radica en su monumentalidad. Tal sucede en los cromos.

Ya establecimos en el capítulo 5 la fuga emocional implícita en ellos, herederos de la sensibilidad concreta de una sociedad y un tiempo. Sensibilidad, emoción, imaginación son necesarios para digerir la imagen revulsiva de algunos cromos cuando se detienen en objetos triviales y cercanos. Pero lo interesante es descubrir cómo cualquier objeto de la realidad cotidiana puede ser fuente de inspiración y por tanto digno de representarse, sobre todo cuando su imagen es utilizada como símbolo de estatus de una clase social. Nos referimos a la burguesía emergente que proyectará en los cromos todo el gozo por la vida y por los objetos de los que sabe rodearse a la par que excluiría la representación del entorno de otras clases menos favorecidas.

Expuesto todo lo anterior podemos configurar los temas dedicados a los objetos en la siguiente clasificación:

- Objetos simplemente representados en los que solamente valoramos la imagen. A veces van a suministrar usos, costumbres, etc. de gran valor para la etnografía.
- Imágenes humanas conseguidas por la fusión de objetos a la manera de Arcimboldo.
- Objetos individuales con cabeza y/o pié y/o manos que actúan como personas.
- Objetos, solos o formando composiciones con otros, que insinúan acciones humanas.
- Objetos dimensionados al tamaño de personajes infantiles y que interactúan con ellos gestionando una acción. Suelen tener bastante conexión con cuentos populares.

10.2.4 La caricatura y la sátira.

10.2.4.1 La sátira.

Tanto para el estudio de la sátira, como para el de lo cómico y lo grotesco, hemos utilizado obviamente la iconografía que nos ha proporcionado la colección de cromos base de toda nuestra investigación. Como figura gráfica, la sátira surge entre los artistas alemanes en las luchas de la Reforma. Un ejemplo es la imagen del “*Papa-Asno*” que realizó Cranach criticando al Papa. Más tarde, y unida a la multiplicidad de la imagen gráfica de la prensa y las revistas humorísticas impulsadas gracias a la difusión de la litografía, la sátira y su hermana la caricatura, tuvieron un amplio desarrollo en Inglaterra. Hoy consideramos que forman parte de un género artístico más de las artes visuales europeas. Ya desde el siglo XVIII el Parlamento había abolido la censura y la burguesía

británica mostraba un interés cada vez mayor por la vida social y política. De la misma forma pero con signo más encarnizado en Francia a partir de la revolución de 1830, se originó la misma fiebre caricaturesca y satírica contra el gobierno y contra el rey. Este espíritu de opinión se mantendría durante el siglo XIX que nos afecta¹⁶⁵, Una vez que los ánimos políticos se calmaron y la cólera revolucionaria se apaciguó en Francia, por ejemplo, fue fácil proyectar toda la fuerza crítica en forma de caricatura de costumbres. Es en este punto donde podemos situar el origen de lo que después sería el gran desarrollo de la sátira según la entendemos en nuestro trabajo.

Las imágenes que en este apartado analizamos, las consideramos insertas dentro de aquella corriente por reflejar lo importante, lo cercano a sus vidas en que aquella sociedad se movía y a veces se debatía en su crítica de la política¹⁶⁶, las costumbres, sociales o religiosas, alcanzando la moral y no los temas artísticos imaginativos anteriores. Sin embargo, entendemos que más que una cuestión de concepto moral o de libertades, como hemos adelantado, sería mejor enfocar la temática social en general

¹⁶⁵Rozando la ironía, lo grotesco o la crítica, Baudelaire entendía la sátira como referente de la modernidad por su conexión con el desarrollo de las técnicas de impresión, su inmediatez y sobre todo por pertenecer al clima de libertad y de opinión que se estaba dando, hurgando en lo que la comedia humana obliga a representar a la sociedad. Sin embargo, y con diferente significación en su recorrido, tenemos que reconocer su pervivencia en los personajes de las comedias de Plauto, que conectan con los artistas medievales, con las aleluyas, las estampas, las narraciones fabulosas, los personajes míticos de cuentos o historietas o con la obra de Grandville, y al mismo tiempo con los “gritos” ciudadanos de las estampas dieciochescas, por ejemplo.

“Los escritos de Baudelaire sobre la risa y la caricatura ocupan una posición central en la historia de lo cómico y perfilan con nitidez la naturaleza de lo grotesco”.

“En 1855 aparece su principal texto teórico: De la esencia de la risa y en general de lo cómico en las artes plásticas”. Otras obras le seguirían. En: BOZAL, Valeriano. *Lo cómico y la caricatura*. Madrid: la balsa de la medusa, 2001

¹⁶⁶ La caricatura política va dirigida contra personajes de la vida política, para ridiculizarlos o resaltar sus errores. Se basa en la opinión pública pudiendo integrar elementos heterogéneos a la visión histórica.

impregnada en estos cromos como partícipe de una madurez, de una democracia cultural -no social- cuya política se basa en la negación del conflicto. Esta sería la causa de por qué en los *scraps* se mezclan aleatoriamente y conviven acriticamente cualquier tipo de perturbación social mezclándose la sátira hacia personajes anónimos o públicos, oficios, la vida cotidiana, carniceros, músicos, intelectuales, políticos, militares o científicos, burgueses y proletarios, aristocracia o pueblo llano, negros e incluso al mismo clero, católico naturalmente¹⁶⁷, pero sin llegar a ser crápulas monacales. Es decir, más que una historia de hechos, forman una galería anecdótica. Usando la deshumanización de lo representado, la abstracción y la sobriedad de cuatro pinceladas y, aun no perteneciendo al grupo elegido, el receptor perspicaz se puede identificar con la iconografía que más le agrade porque no se identifica a un individuo sino, quizás con exageración, a un estilo de vida. Por todo ello no hay crítica en su sentido exacto porque cuando un hecho creativo utiliza imágenes y tópicos de la cultura popular, captando a los personajes en momentos y actitudes ordinarias, a veces banales, intrascendentes, y utilizando los arquetipos según su condición social, por todo ello está favoreciendo el consumo acritico, aunque esté inserto en la comunicación de masas además de crear un clima de trágica irrealidad. De esta manera no hay rencor y la sátira se suaviza, los personajes no son totalmente libres ni responsables, son víctimas de la sociedad a la que sí se critica. Al mismo tiempo, al representarlos en actitudes inconvenientes o anormales, como es el caso de los *scraps* grotescos, permitirá al espectador situarse fuera de la pequeña acción, reír o sonreír, sentirse feliz y superior a otras o a inferiores lacras sociales.

Es decir, con el cromo satírico o grotesco se puede llegar a la narración, a evidenciar situaciones más que describir o identificar

¹⁶⁷ En este ambiente de democracia cultural unida a lo satírico señalamos las series televisivas que en Inglaterra ironizan a personajes políticos de la vida real, sus actuaciones rozando incluso sus vidas privadas (Arriba y abajo, *Downtown Abbey*, etc.).

a individuos concretos, a sus características privadas. Más que ridiculizar o criticar la apariencia de lo real, -apariencia que son un alegato del poder, económico, político, así como de quienes lo detectan, etc.- los personajes se harán invisibles y sólo aparecerán las situaciones que arrastra la tragicomedia del poder, por ejemplo. Una vez más participamos de ese espíritu convencional que asiste a todos los *scraps* carentes a priori de un planteamiento, ausentes de un discurso de fondo. Esto no evita que en algunos *scraps* satíricos asistamos a la crueldad de los convencionalismos, al fariseísmo y la hipocresía social, a la vanidad y la arrogancia, la soberbia y el espíritu de clase, al descontrol vicioso del alcohol... Invirtiendo el orden de las cosas, el mensaje o los valores que se quieren exponer traspasarán la conciencia del receptor; el sentido moral inmanente no tendrá nada que ver con la salvación o la condena, no será trascendente sino que constituirán una moral social, quizás más intensa que la moral religiosa y para ello sus autores se limitarán a exponer simplemente lo raro de lo cotidiano, el comportamiento desordenado y la risa que lleva aparejada; se basarán en la cultura general de sus clientes, en su manera de pensar, sus gustos y prejuicios y, sobre todo, en la aparente simpleza, facilidad publicitaria y técnica de reproductibilidad de los *scraps*.

Vemos, por tanto, que la crítica que se manifiesta en los *scraps* tan cercana a lo divertido está muy alejada, por ejemplo, del compromiso social que caracteriza a Honoré Daumier (1808-1879) que unilateralmente tiende a ponerse de parte de los desfavorecidos y de los marginados, como los presos y los mendigos¹⁶⁸. Aunque los *scraps* satíricos escenifiquen o presenten

¹⁶⁸ En *El vagón de tercera clase*, Daumier reivindica la dura vida de las clases populares en las grandes ciudades. La ternura que despiertan los personajes en el espectador contrasta con la sofisticación industrial del tren. También fue un gran difusor de la caricatura, mediante la que hacía críticas mordaces a la sociedad y al gobierno de Luis Felipe de Orleans, lo que le costaría la cárcel.

a individuos de la gran clase baja, lacras sociales o a los necesitados del pueblo, sin rigor histórico o social no se identificarán con ellos de los que se distancian. Los mantendrán en una especie de carcasa. Es por esto por lo que los personajes representados van a ser adultos, nunca niños. En este campo que tratamos los niños no representan a ningún grupo social y por tanto no se les puede imputar ni victimismo ni complicidad de grupo, ni son responsables del mal que les puede venir aparejado a sus actos. Sus enredos siempre serán angelicales comparados con los adultos. Cualquier actitud fuera de lo convencional o establecido no sobrepasará lo anecdótico y por tanto no provocará la risa que es la base de la sátira. Ni siquiera alcanzará el grado de comicidad que se pueda esperar de otras imágenes. Aunque aparezcan descalzos, abrumen al burgués vendiéndoles cerillas o periódicos, o disputen entre ellos, siempre aparecerán con la misma ingenuidad e inocencia que les caracteriza.

Ya hemos mencionado cómo, ante el cromo, se nos imponía la desconfianza, cómo el lenguaje iconográfico utilizado por el poder, sea el de la burguesía, la aristocracia, o la moral, nunca es fiable; porque sus ideólogos no tienen por qué ser inocentes y llegada la sátira, vemos clara la necesidad de la sospecha que el mismo humor supone. Voltaire ironizó mejor que nadie sobre los vicios de la civilización y sobre cómo la sociedad se los apropia. De esta manera y posiblemente en las imágenes satíricas esté implícito un subrepticio discurso contra el país que las crea o la falsedad de la propia civilización, al menos para la cultura inglesa¹⁶⁹. En los periódicos o en las novelas contemporáneas se va a describir la vida de los pobres y los menos favorecidos. Artistas gráficos o escritores utilizarán el humor para hacer crítica.¹⁷⁰

¹⁶⁹ *Scraps and Sketches: Miscellaneity, Commodity Culture and Comic Prints, 1820-40*. 1 de octubre de 2007. Recuperado el 23 de febrero de 2015, de <http://www.19.bbk.ac.uk>.

¹⁷⁰ Otra versión diferente es la que podemos encontrar, por ejemplo, en Francia con la figura de Albert Robida (1848-1926) que con su *Le vingtième siècle* alcanza la sátira

La sátira y la caricatura son una forma elegante de crear cierto distanciamiento que concede impunidad a quien las ofrece aunque muestren aspectos de la vida, sociales, de poder, etc. y que de otra manera, aún con seriedad y certeza, no podrían presentar los autores. Y el público las asumirá porque también es cómplice y porque como él, público e imágenes, son partícipes de su misma historia. Hoy los contemplamos como una galería de tipos pertenecientes a un mundo fenecido, fuera del tiempo, pintoresco y agradable; sin vigencia más allá del hecho que representan y, con más libertad, intentamos rastrear el poso de realidad social, por ejemplo, que hay debajo de su herencia, de sus imágenes, de sus estampas decorativas.

No podemos afirmar que la simbología e imaginería de los cromos satíricos fuera comprometida, más bien acaricia los prejuicios, se distancia cayendo en lo costumbrista, en lo cómico, en lo humorístico o en lo divertido, simplemente; en la banalidad de lo cotidiano, excluyendo *aparentemente* cualquier apreciación moral o ética. Por su carácter industrial dirigido a la colectividad no se detiene en lo personal, no satiriza a un individuo sino a una situación o circunstancia, una costumbre o un concepto de vida. En definitiva, es lo mismo que hacía Hogarth¹⁷¹ con su “*Matrimonio a la moda*” aunque el tiempo ha cambiado y los *scraps* le añaden algo nuevo: el humor. Utilizando el humor nos proporcionan una gran información subrepticamente crítica de los acontecimientos, costumbres, etc. y que, a modo de narración no escrita, consiguen

mezclando la oposición a su época con la premonición del mundo futuro del siglo XX. En Inglaterra ya existía desde el siglo XVIII un verdadero clima de liberalidad en el campo literario de la sátira y lo humorístico con escritores como Henry Fielding (1707-1754) o Lawrence Sterne (1713-1768) que ironizan contra la burguesía y que asociaron la crítica con el chiste, la moral con el humor.

¹⁷¹ William Hogarth (1697-1764) como ilustrador, grabador y pintor satírico se le considera pionero de las historietas en occidente. Gran maestro de la sátira social, de las costumbres y la política de su tiempo. Su obra puede ser comparada con los cómics actuales.

la complicidad del espectador con una pirueta, a veces surrealista, exponente del lado más ridículo de la realidad o de su apariencia. A pie de imágenes de algunos ejemplos que aportamos encontramos títulos como “*Matrimonio de conveniencia*”, “*Economía de un matrimonio*” o “*Matrimonio de necesidad*”. En el primer caso asistimos a una pareja donde ella aparece joven y sumisa mientras que su marido no deja de ser viejo y desagradable, bien pertrechado de anillos y leontina que aportan datos de una burguesía acomodada. En “*Economía de un matrimonio*” frente a una dama de bien maquillado rostro, aparece un marido encolerizado y de ojos desorbitados que parece mostrar un montón de facturas a punto de lanzarlas sobre su consorte. Un atildado caballero con cara de dandi y calavera, mira fijamente a su vieja y fea esposa en “*Matrimonio de necesidad*”. Al igual que Hogarth y aunque cambien las formas o los modelos, la lectura icónica que podemos realizar de estos *scraps* es la misma. En ambos casos se enmarcan en el tema literario del desastroso matrimonio del rico con joven y bella esposa para ascender socialmente aunque se encolerice ante las excesivas compras de su mujer, frívola y consumidora. También puede ocurrir el caso contrario, el del apuesto galán que se une a la vieja y rica mujer para seguir manteniendo su plan de vida más que su estatus (Fig. 59). Los autores de estos *scraps* satíricos usarán como marionetas a sus esquemáticos personajes, llenos de deseos y apetitos bien elementales, como para confundir el amor con el comercio o hacer adúlteros a los maridos o a las esposas (Fig. 60).



Figs. 59 y 60

Si Hogarth recrea la acción de sus personajes situándolos en escenarios que subrayan la acción, hay que considerar que por la economía de medios con los que cuenta la técnica de los *scraps*, los personajes de los cromos, satíricos en este caso, aparecen aislados, mudos, concentrándose la acción en ellos mismos, cada uno con sus propios ademanes y carácter en su conducta, rostro o atuendo configurando secuencias gráficas que han de ser interpretadas como narraciones. A veces el autor considera la necesidad explicativa y ya que la imagen puede ser insuficiente para expresar una idea, añade al pie una cartela con un pequeño texto útil para un buen entendimiento, de tal manera que lo mejor puede estar precisamente en el texto. Se refuerza así el contexto crítico o satírico uniendo y asociando texto con imagen. Por tanto la sátira en una figura o un tema puede estar concentrada en el rostro del representado sin necesidad de recurrir a una imagen completa de un personaje. Lo que interesa viene dado por lo críptico de lo representado.

Podríamos considerar predecesor del cómic esta forma de presentar mediante series de ilustraciones costumbristas una historia o un hecho concretos, desconocido o no para el público en varios cuadros y sin texto. Y siempre reutilizando la anécdota más cercana al público que el hecho conocido en sí. Realmente este método no era nuevo. Las cantigas de Alfonso X el Sabio pasando por las series de grabados de Hogarth dan muestra de cómo el sistema no es nuevo. Simplemente había que transformar la parte formal y técnica en los *scraps* para conseguir algo útil, didáctico y aparentemente nuevo como medio de comunicación.

Si excluimos lo moralizante, sin embargo, no podemos decir lo mismo de lo ideológico en las imágenes de los *scraps*¹⁷².

¹⁷² Según la terminología de Hadjinicolau (HADJINICOLAU, N. *Historia del Arte y lucha de clases*. Madrid: Siglo XXI, 1975) y la descripción de Frederick Antal, (ANTAL, F. *Hogarth and his place in European Art*. New York: 1962), eligiendo Hogarth los temas que le interesa, por ejemplo la “*Firma del contrato de matrimonio*”, participa de ideología

¿A qué ideología se refiere? Aunque pertenecen a tiempos distintos, sucede que tanto los asuntos de los grabados de Hogarth como las imágenes de los *scraps* satíricos corresponden a la ideología de la burguesía inglesa tan asidua a tratar los temas morales, a su concepción sentimental y moralista de un exacerbado puritanismo victoriano que intentará fomentar una moral ciudadana de aspecto bastante amable¹⁷³, a cómo tiene que ser un comportamiento virtuoso. Tenían como función crítica reformar mediante la risa las costumbres de los aristócratas, o de los mismos burgueses que los contemplaban; al inmoralismo o al parasitismo de algunos modelos sociales. Es decir, van a tener una utilidad moral y pública¹⁷⁴. Pero asistimos a un hecho bien diferente. Hogarth concibió una serie de cuadros que enseñaran las recompensas de la virtud y las consecuencias del pecado, narra los inicios negativos de una acción hasta las consecuencias finales, desde los comienzos de la trasgresión hasta sus consecuencias (“*La carrera de la prostituta*”, “*La carrera del libertino*”). En los *scraps* satíricos victorianos no se facilita la trascendencia de un

en la que subyace la crítica, no a los individuos sino a la costumbre social del matrimonio de conveniencia para mejorar la economía o el rango. En su obra, por tanto, como en los personajes grotescos de los *scraps* satíricos, se une lo moral con lo simbólico. Aunque sus fuentes fueron la pintura holandesa y francesa, Hogarth fundó una tradición popular de la pintura anecdótica inglesa, crea un género narrativo nuevo inspirado en la literatura satírica de su tiempo –Pope, Defor, Swift- con el que critica las injusticias y desigualdades de la sociedad británica del siglo XVIII. Lo denominará “*costumbres modernas y morales*” o “*comedia pintada*” y que desarrolla en series. También los *scraps* satíricos se presentan en series con imágenes que repiten la misma idea. Tanto Hogarth con sus grabados, como las litografías de los *scraps* eran más baratos que cualquier obra artística tradicional y podían abarcar una población más amplia.

¹⁷³ Consideramos en esta línea que el cromo satírico se acerca al concepto de lo kitsch que ya hemos mencionado.

¹⁷⁴ La compleja funcionalidad de la sátira no es nueva. En su *Ars Poetica*, Horacio la considera como una poética del decoro, que puede corregir los vicios con ánimo moralizante. Las imágenes jocosas influirían en el vicioso, corrigiendo sus actos al mismo tiempo que en lo poético la naturaleza deforme y fea le será repugnante.

hecho social. Ha de ser el observador el que concluya si existe virtud o no. En último caso, lo único que permanece es la ironía¹⁷⁵.

10.2.4.2 Lo grotesco.

Cuadro 8:

Y en medio del barullo de esta emancipación de la belleza resuena el comienzo de Macbeth donde las voces de las tres brujas se abren paso entre tinieblas diciendo: “Lo bello es feo, lo feo es bello”¹⁷⁶.

Si bien dibujantes y técnicos sacaban a la venta cromos que a modo de registros biográficos reflejaban a personajes políticos, jefes militares, reinas, héroes, músicos o famosos de la Historia, coetáneos o antiguos; por otra parte aparecen otros que enmarcamos bajo el concepto de la caricatura y lo grotesco. Aquellos denotarían ideas esenciales e importantes, por tanto están ausentes de comicidad. Los segundos se dirigen a lo individual, a lo aislado, a lo inferior o a lo que puede considerarse curioso y extravagante. En general están relacionados con lo que puede causar asombro o risa, siempre utilizando la curiosidad, lo absurdo, lo burlesco, la sorpresa inesperada como bases de lo

¹⁷⁵ Otra gran diferencia que observamos radica en que Hogarth recrea las diferencias sociales en el medio urbano y su mundo de prostitutas, libertinos, alcohólicos, ladrones o asesinos; el *scrap* satírico no puede llegar a tanto por su economía de transmisión y por el público diferente a quien va dirigido, no deben sobrepasar el marco de la ingenuidad. Si los personajes de Hogarth pueden parecernos insolentes, en los *scraps* no trascienden la provocación trivial.

¹⁷⁶ MANRIQUE SABOGAL, V. *El esplendor de la fealdad*. Diario El País, 5 de Enero de 2008.

cómico y sobre todo el abigarramiento, el disparate, la alteración y la rotura de las formas¹⁷⁷.

Cuadro 9:

Baudelaire y la caricatura¹⁷⁸

Para Baudelaire existen dos campos bien diferenciados en la caricatura: lo cómico significativo y lo cómico absoluto. Al primer concepto pertenecería la representación de hechos, costumbres o personajes que suelen ser fugaces y perecederos. Su lenguaje es claro, el observador sabrá identificarlo y comprenderlo con facilidad. De ahí su utilidad pública. Lo cómico absoluto va acompañado de lo raro, lo misterioso, lo fugaz y un punto de excentricidad que acaparará nuestra atención. Es lo grotesco. Su utilidad es la comicidad en sí misma. De todos modos los une la risa provocada por el sentido de superioridad que experimenta el observador ante lo representado. Causará desorientación por su falta de lógica y nominación. Será identificable o no y exige del observador intuición y perspicacia. De todas formas el mismo Baudelaire reconoce la dificultad de separar ambos campos para identificar correctamente una figuración. Dependerá del sentido creativo de cada artista, de su capacidad de idealización e incluso de cada país porque lo que es aceptable en un lugar no lo es en otro y porque la interpretación que se le puede dar a una imagen grotesca o cómica admite interpretaciones subjetivas: lo cómico absoluto lo identificamos con más facilidad en Alemania o Inglaterra por su gran capacidad de idealización e imaginación excesiva posiblemente por su fuerte corriente romántica. Sin embargo la comicidad del *scrap* francés no tendrá la misma repercusión diacrónica como la de los países antes citados. Será más útil y significativa aunque simbólica pudiendo derivar hacia lo onírico, quizás por la influencia de la estética modernista posterior. En España, el *scrap* cómico puede tener algo de sombrío. Aunque la mentalidad española presenta una buena disposición hacia la comicidad, sin embargo la imagen que presentan sus *scraps* estará influenciada por el momento cultural, político o económico que les rodea en la segunda mitad del siglo XIX que nos ocupa.

Wolfgang Kayser opina que “La palabra grotesco la utilizaba el Renacimiento para designar el estilo ornamental específico sugerido por la antigüedad, entendía no sólo algo juguetonamente alegre y descuidadamente fantástico, sino diferente del familiar, un mundo en el que el ámbito de las cosas inanimadas ha dejado de estar separado del de las plantas, los animales y los

¹⁷⁷ Un buen estudio sobre lo grotesco lo encontramos en: Lo grotesco simbólico (I). (s.f.). Recuperado el 10 de Abril de 2015 de www.victorianweb.org.

¹⁷⁸ BAUDELAIRE, C. *Lo cómico y la caricatura*. Madrid: La balsa de la medusa, 2001.

seres humanos, y donde las leyes de la estadística, la simetría y la proporción ya no son válidos”¹⁷⁹.

Fue en Italia, a mediados del siglo XVI cuando aparece la palabra caricatura significando “cargar excesivamente”. Así lo entendió el artista Annibale Carracci al descubrir que exagerando las características de sus amigos podía llegar a la deformidad perfecta revelando la esencia de una personalidad. Con el *Gran Tour* en el siglo XVIII los viajeros ingleses quedarían fascinados por este tipo de representación aplicable a sus representantes públicos o políticos. Ya hemos visto cómo posteriormente en nuestros cromos tendrían la función de divertir, ridiculizar o conceder credibilidad a sus personajes. Pero vuela por encima una idea aún más importante: con intencionalidad o no las caricaturas de personajes eran un medio propagandístico sutil.

Tan antiguo en la estética como la propia Belleza¹⁸⁰ y aunque ya aparece como forma decorativa en culturas antiguas como la egipcia o la mesopotámica, será en la época romántica¹⁸¹ cuando se convierta en un término moderno cultural y con una amplia iconografía. Lo primero con lo que nos encontramos al tratar el tema de los *scraps* grotescos es con la representación de una gran

¹⁷⁹ KAYSER, W. *Lo grotesco. Su realización en literatura y pintura*. Antonio Machado, 2010.

¹⁸⁰ Con un sentido comparativo, constatando un carácter general y en pro de una mejor comprensión citamos algunos autores y obras que nos han facilitado un mejor análisis de los *scraps* del siglo XIX. Aun así hemos procurado no facilitar una historia de la caricatura que complicaría nuestro intento de síntesis y objetivos.

¹⁸¹ Puelles Romero, L. *Nada bajo los pies. Aproximaciones a una estética de lo grotesco*. En: VV. AA., *El factor grotesco*. Málaga: Museo Picasso Málaga, 2013.

El autor establece tres situaciones culturales de lo grotesco: la ornamental del Manierismo, lo abismático en el Romanticismo y lo cómico en el simbolismo y las vanguardias. Será la segunda la que determina nuestro estudio.

diversidad de personajes inconexos entre sí, muestrario variopinto de infinidad de expresiones (Fig. 61) pero que contemplados en su totalidad contribuyen a la misma idea: la de recrear con ironía, casi ausente de crítica, costumbres, usos, etc. de la misma clase social que los crea y de la que el mismo observador del *scrap* cómico o grotesco participa. Es la misma ironía que conlleva al escepticismo y al desencanto, a la pérdida de la inocencia que acompaña a los viejos ideales y que se estaban perdiendo, o simplemente que cuando lo cotidiano se hace muy patente es muy fácil crear otro mundo metamorfoseado para que podamos aprehender mejor la verdad y la realidad.



Fig. 61

Analizadas las imágenes proporcionadas, en el caso de lo grotesco o cómico podemos establecer siete grupos bien diferenciados:

- Los que fusionan animales con humanos de ambos sexos. En esta antropomorfización prevalece el cuerpo con todos los aditamentos de identificación sobre los que se apoya la cabeza o rostro animal.
- Selección de cabeza animal pero acompañada de objetos o adornos de individuos con los que hay que identificar.

- Animales vestidos con alguna prenda humana y de la época pero con poses o actitudes completamente humanas.
- Animales que con naturalidad actúan como humanos.
- Personajes contruidos con utensilios diversos a la manera de Arcimboldo pero con resultado fácilmente identificable e inteligible.
- Rostros humanos con grandes rasgos expresivos a la manera de Le Brun.
- Identificación totalmente humana en personajes metamorfoseados de grandes cabezas y ridículos cuerpos, por ejemplo.

En definitiva, el observador asistirá a un carnaval de imágenes tan cercano e hilarante como la misma fiesta precuaresmal.

Más que retratos personales, lo son de la sociedad. Por tanto se prescinde de lo psicológico o emocional que suele relacionarse con lo personal. Para situarlos no necesitan un espacio concreto. Las situaciones vienen dadas por la deformidad o anormalidad de los cuerpos, expresiones, vestimenta o actitudes, por lo inadecuado de transformar y fusionar, por ejemplo, hombres con animales, por sus imágenes contrahechas, por la distorsión que favorece y subraya al mismo tiempo aspectos que de otro modo pasarían desapercibidos o nos ayudan a la identificación; el zoomorfismo para producir un efecto cómico es una vieja receta de la caricatura y el mejor ejemplo es Grandville¹⁸². Con comicidad se puede evidenciar la cara de intelectual que tiene un cuervo o cómo un pavo puede ser elegante, cómo aquél director de orquesta tiene rostro de perro o aquel otro señor enfatiza su aspecto con cuello y

¹⁸² La posibilidad de relacionar y comparar el rostro humano con otros de animales fue analizada por Gianbattista della Porta (1598) en su obra *De humana physiognomonia*. También lo haría Le Brun.

cabeza de toro. Nos referimos también y por ejemplo, a aquellas imágenes en las que se percibe un cuerpo mínimo y estrangulado que sirve de apoyo a una gran cabeza cuya boca se desgañita con intención de cantar. Es obvio que es una parodia de los cantantes de ópera (Fig. 62). En la misma línea se puede abarcar la gula, la avaricia, la cursilería de alguna dama, la moda o el dandismo, etc. Algunos rostros se nos pueden mostrar con actitudes extremas, pasionales, arrogantes o desenvueltas, pero siempre como reverso de la perfección o de la belleza ideal que debe incumbir a la normalidad de los hombres o de la sociedad remitiendo al observador a lo ordenado o al orden social. De ahí que más que en su significado, aunque crean disfunciones con la lógica por otra parte nos conducen a otro mundo de realidades no empíricas sino imaginarias. El *scrap* grotesco nunca perderá su sentido humano porque sus extravagantes formas siempre estarán relacionadas con el patrón que somos nosotros mismos. De esta forma no podemos enmarcar los *scraps* grotescos en el sentido nihilista que Baudelaire concede a lo grotesco absoluto porque su comicidad está más cerca de la ironía y el ilusionismo mágico de la fantasía que de la crítica o lo morboso. Aunque lo deforme se haga presente, en ellos nunca se acercará a lo horrible sino a lo cómico o a lo bufo. Entendemos que no son más que imágenes contrahechas a modo de collages que no logran integrar sus partes o elementos, rompiendo el orden discursivo, inventadas posiblemente sin una sustancia esencial, simples figuraciones superficiales con un único valor: el plástico. Sin la intención alegórica que Arcimboldo, por ejemplo, dio a sus figuras.



Fig. 62

Finalmente, concluimos que este desorden no es equiparable al que asistimos en el arte actual que lo considera inherente a la naturaleza misma de las cosas sino que en los *scraps* simplemente es coyuntural, oponente a lo establecido. De ahí que hoy el arte puede asumir lo monstruoso; el *scrap* no llega a superar lo grotesco, la máscara.

Con su universo de pequeños gestos y con ingenuidad se acercan al mundo de la pantomima representada con movimientos extremos o simplemente apareciendo ante nuestra vista, pero usando un lenguaje corporal primitivo. A veces delatan un humor urbano, tozudo. Otras, estas ficciones narrativas se desenvuelven en un ambiente campesino tan propio del imaginario europeo, antropomorfizando animales o animalizando a los hombres, o confundiendo a un animal con otro pero siempre teñido de una ironía bonachona o plagada de imágenes humorísticas que hacen sonreír ante las inclemencias de la vida, representando a veces lo absurdo como indispensable y otras condescendiendo con la fatalidad. En algunas ocasiones nos recuerdan los “*Gobbi*” de Callot¹⁸³ o la compilación de modelos que a finales del siglo XVII realizó Charles Le Brun en su obra *La Méthode pour apprendre á dessiner les passions* con sus cabezas esquemáticas de soldados aguerridos o doncellas bobaliconas¹⁸⁴. Con la diferencia de que en

¹⁸³ Algunos *scraps* grotescos los hacemos coincidir con los “*Gobbi*” de Callot (1592-1635), al presentar más allá de su condición social a personajes deformes, bestiales, de vientres o papadas excesivas, de gestos y actitudes extravagantes, de gigantes cabezas y cuerpos menudos, etc... De todas las maneras consideramos que será la impronta de los grandes caricaturistas ingleses de la segunda mitad del siglo XVIII y primera del XIX como Gillroy, Rowlandson, Cruikshank o Robert Seymour (evitando la carga erótica que arrastran) lo que marcará la pauta de lo satírico, lo caricaturesco o lo cómico de los *scraps* posteriores. Baudelaire admite cómo los autores franceses “*plagiaron a los ingleses en temas, forma y estilo*”.

¹⁸⁴ La influencia de Le Brun continuará en Inglaterra durante el siglo XVIII con las bufonadas de Rowlandson (1756-1827) acentuándose en el siglo XIX en la “*caricatura de situación*” con las parodias gráficas de acontecimientos contemporáneos, políticos y sociales. Encontramos interesante en nuestra investigación la producción a mediados

los *scraps* sólo vamos a encontrar algunas expresiones, no todas, y con menos desgarro, así la admiración, la cólera, el amor o la alegría, el respeto, el desdén, la depresión o la risa. Tampoco estarán muy alejados los personajes de la *comedia del arte* que se mantuvieron hasta comienzos del siglo XIX. Un personaje que consideramos interesante y posiblemente influyente en la estética de los *scraps* satíricos, cómicos o grotescos pudo ser *Mayeux*, el jorobado que encarna todos los defectos de la burguesía de su tiempo, creado por el francés *Traviès* (1804-1859). A pesar de las posibles influencias, y al igual que para otros *scraps*, es muy difícil concretar posibles autores de los *scraps* satíricos. Reconocemos en ellos estilos diferentes en los que podríamos aunar la producción base de nuestro trabajo, pero ello no impediría mantenernos en la falta de autoría reconocible.

Podremos asistir a las miserias del espíritu, los ridículos, las manías de la inteligencia, los vicios del corazón. De esta forma, la imagen cobrará una mayor eficacia gracias al empleo de la parodia y la ironía con todo su poder desacralizador y desmitificador de los lenguajes del poder, de la religión, etc. que se apoyan en la ignorancia y la credulidad, de la moda y sus artificios... Esto explica las múltiples formas que pueden tomar los *scraps* grotescos, al igual que los caricaturescos o satíricos, constituyendo aparentemente una gran variedad discursiva. Formas que aparentemente van a estar fuera del ámbito del arte ya que, al igual que para Hogarth o para la sociedad victoriana, en estos *scraps* las consideraciones morales van a ser más importantes que las del arte o la belleza, más artísticas que estéticas. Sus autores, que de eso viven, no persiguen la belleza de la imagen sino divertir al consumidor popular más tendente a la

del siglo XIX del francés Pellerin al sustituir la representación única –una representación por hoja– por una plancha dividida en 12 o en 16 viñetas para ilustrar un relato. Es una imagen secuencial y cronológica que acaba con moralina. Todo esto lo preludian nuestros *scraps* y sobre todo la técnica empleada: para el color se usaban máquinas que pasaban varias brochas sobre una plancha troquelada al tiempo que circulaban uno a uno los nueve colores.

risa que a la apreciación de esa belleza¹⁸⁵. Por tanto asistir a la fealdad de estas imágenes como ausentes de belleza en la línea de Karl Rosenkranz nos parece excesivo¹⁸⁶. Simplemente los *scraps* grotescos pertenecerían a una escala menor de esa fealdad (¿o de esa belleza?). Asistiremos a una hibridación de formas animales con humanas, cuerpos deformes, expresiones confusas (Figs. 63, 64, 65 y 66) y sobre todo a una gran confusión sentimental en el espectador que no es más que una de las bases de lo grotesco en todo el siglo XIX aunque aparezca en cualquier tipo de soporte, técnica o estética.



Figs. 63, 64, 65 y 66

Sosteníamos al hablar de la educación de los niños de la burguesía del siglo XIX, que una de las funciones más importantes de la cultura, del arte y de nuestros cromos consistía en buscar, crear y potenciar la identidad social de cualquier grupo humano, estamento o clase. Los cromos serían usados en esa misma dirección. Entonces ¿qué lugar ocupan esos rostros deformados, esos troncos de ancha cintura sin relación con sus colgantes piernas, la delgadez extrema de un cuello que parece exprimido de

¹⁸⁵ Estos planteamientos ya los encontramos en la comedia latina, de Plauto por ejemplo, donde aparece el mundo social más bajo, identificando lo cómico con lo popular.

¹⁸⁶ Resumen del libro de Johann Karl Friedrich Rosenkranz: "*Estética de lo feo*" (1853). 23 de diciembre de 2014. Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de www.youtube.com.

una anatomía coronada por un flaco rostro? ¿En qué medida participan estas grotescas imágenes de esa identidad? La identidad cultural o social no se ha construido históricamente en torno a los rostros o las imágenes que la representan ni estas son un exacto certificado de su autenticidad. En todo caso habría que establecerlas como reflejos de tal o cual grupo social. Ni son auténticos los rostros de Cristos o Vírgenes ni la representación de cualquier rey, pero lo son a modo de logotipos ideológicos, de su dignidad. Lo importante es la asimilación ideológica, su mensaje; es cierto que en otras épocas, estilos y autores como Velázquez, por ejemplo, también se trató a seres deformes con la finalidad de distraerse a costa de ellos (*Las meninas*)¹⁸⁷; Ambos, bufones o enanos significan la inversión de la realeza, era necesario que aparecieran junto a personajes reales –no suelen aparecer acompañando a otros nobles- para realzar su dignidad frente a la deformidad o aparente estupidez de sus rostros. Pero siempre Velázquez, por ejemplo, rescata su respeto. Sus bufones conectan con los seres grotescos de nuestros cromos en que estos también servían para relajar la estricta imagen de la sociedad influida por la moral y usos victorianos que aún permanecían en ciertas capas sociales de finales del siglo XIX. De la misma manera que los personajes y personajillos de los cromos a los que aludimos ahora en este apartado de nuestra investigación, más que oponerse, realzan a la autosuficiente burguesía que los crea tan ausentes de cualquier imperfección. En ambos, para la corte o para la burguesía decimonónica, la chanza y el entretenimiento estaban asegurados¹⁸⁸. Siempre rodeados de una aureola de inocencia

¹⁸⁷ En la corte había todo tipo de normas de forma que hasta existía una que prohibía que la reina riese en público. Se cita la anécdota de una de las mujeres de Felipe IV, Mariana de Austria, que comenzó a reírse por causa de las gracias de los bufones.

¹⁸⁸ “A cabeza humana si un pintor cerviz equina unir / quisiera e incluir variando plumaje, allegando / miembros de todas partes, como para rematar / feamente en negro pez mujer hermosa por arriba, / ¿ante tan espectáculo contendrías la risa, amigos?”. Con la descripción de estas anormalidades inicia Horacio su *Ars Poetica* en el intento de

aunque no exenta de cierta negatividad y exclusión, los cromos grotescos nos seducen porque están más cerca de la carcajada que de la risa.

Más que la imagen misma, lo importante en los cromos burlescos o grotescos que estamos tratando es cómo significan un modelo paradigmático, social. Es el concepto de identidad el que domina.

Pero, ¿identidad con qué o con quiénes? Batjin señala cómo lo grotesco desborda y está más allá de la sátira y de la crítica moral porque fundamentalmente forma parte de la cultura popular. De ahí que conecte y refuerce su identidad¹⁸⁹. Al mismo tiempo y para reafirmar esa identidad los autores de los *scraps* grotescos no dudarán en hacer que los personajes utilicen atuendos convencionales, en acciones imitativas conocidas y con un atrezo identificable como el de sustituir el polisón de una elegante dama por una rosa gigante. Aun así los consideramos hechos creativos porque, por ejemplo, no es fácil extraer de la naturaleza un cuervo que va a comportarse con la comicidad de las costumbres humanas. No se imita, se crea.

No entra en el plano de la sátira aunque sí de la reconversión moral o de lo pintoresco. Simplemente intenta producir risa, y esta sucede, según Horacio, cuando la oficialidad establece las normas de lo que considera adecuado - las normas tenían bastante fuerza en los tiempos victorianos- y no considera que lo desproporcionado, lo exagerado, lo excesivo, lo anormal, lo inadecuado, lo misterioso, lo diabólico incluso¹⁹⁰, existe aunque

provocar risa ante lo inadecuado y absurdo de la representación. Horacio, *Ars Poetica*, 1-5. En: *Sátiras. Epístolas. Arte poética*. Trad. De Silvestre, H. Madrid: Cátedra, 1996.

¹⁸⁹ Batjin, M. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*, Madrid: Alianza, 1987.

Burke, P. *La cultura popular en la Europa Moderna*, Madrid: Alianza Universidad, 1998.

¹⁹⁰ En este sentido encontramos interesante la imagen del diablo que nos proporcionan algunos *scraps*. Perdido su sentido maléfico nos muestran unos rostros de lengua desproporcionada, ojos verdes y pequeños cuernos, más tendentes a producir risa que miedo.

sean realidades inferiores, aunque existan solamente en la naturaleza o en la mente humana o simplemente porque los fenómenos se manifiestan en la medida en que la mente los percibe como representaciones que, a veces, provienen del mundo de las pesadillas, por lo cual encontramos conexión entre algunas figuras grotescas con las que se relaciona Alicia en su mundo de maravillas. Todo esto lo asimilará la cultura popular que lo devolverá a la vida de las imágenes en los *scraps* grotescos tan populares.

En general, los personajes representados, amén de cualquier aditamento más o menos surrealista como cuando se fusionan personajes con objetos conocidos o animales que el autor les coloque para acentuar su representatividad, en general siguen la pauta de los cromos donde parecen encontrarse consigo mismos en una especie de obscenidad sin escena, cada uno con su propio papel, como manteniendo un soliloquio que el espectador tendrá que descifrar a pesar del enrarecimiento y lo inusual que provocan. Los personajes aparecerán aislados unos de otros sin formar composición alguna¹⁹¹. Al carecer de palabras que expliquen una acción, tienen que objetivar su lenguaje corporal llegando incluso a la afectación a veces extravagante de los gestos, de la expresión, pero sin la violencia que puede delatar a autores satíricos conocidos y aunque deriven hacia la pantomima para provocar la risa en el espectador; en el caso de los *scraps* si bien no podemos aseverar nombres de autores menos aún decir que algunos se especializaron en el tema cómico, satírico o grotesco. Lo que sí afirmamos es que los autores debieron tener una gran imaginación, un preciso estilo para representar los conceptos que querían expresar usando esa especie de taquigrafía gráfica que permite ver sin poder creer ni comprender y que es característica de cualquier cromo. Esa necesaria parquedad de medios a utilizar

¹⁹¹ Si consideramos la deuda de estos personajes fantásticos con los grotescos manieristas inspirados en la Domus Aúrea neroniana hay que advertir que estos sí forman composiciones, mientras que nuestros cromos grotescos no.

y que el cromo impone se conseguirá usando varias técnicas como la *elipsis*, suprimiendo elementos que el observador o receptor deberá sobreentender según el contexto, de forma que todo puede quedar reducido al rostro del personaje. De la misma forma que habrá de reconocer qué intencionalidad persigue el autor al presentar con *ironía* lo contrario de lo que realmente piensa (un sirviente acompañado de su señor posiblemente se dirige con actitud insolente a un chimpancé. El animal asalta al primero, se bebe su vino y arranca su bisoñé al segundo. Acaba ebrio y cometiendo estragos (Fig. 67). La acción se extrapola y la mala conducta pasa al chimpancé); un *scrap* de significado satírico conlleva la figuración de un vicio, por ejemplo, cuando en el fondo nos está indicando cuál debe ser el sentido recto de la conducta humana (un ebrio personaje, siempre masculino, se tambalea). Será la *alegoría* del sentido moral que subyace cuando hace aparecer una imagen posiblemente contraria. Se evidencia la *hipérbole* que exagera todo o parte de lo representado (un músico de cuerpo mínimo pero con cabeza desorbitada parece iniciar su maestría) o, mediante la *metáfora*, asistir a curiosas fusiones de objetos con humanos o animales que en el fondo mantienen semejanza formal o significativa (un grueso personaje femenino aparece con cuerpo de hipopótamo; un gallo insolente de cuerpo humanizado se pavonea ante un público inexistente), es la dualidad o el contraste entre el ser y el querer parecer lo que no se es, como la cigüeña que lee o el gato que simula ser una elegante dama; a veces, si existe alguna relación de causalidad o de origen como puede ser proceder de una narración popular (*tales*) la imagen puede fusionar elementos icónicos y figurativos mediante un proceso de *metonimia* que el observador pronto razonará como causa-efecto, sucesión, tiempo o del todo por la parte; mediante la *personificación* será posible encontrar también el hecho satírico o grotesco atribuyendo características o cualidades humanas a animales, a seres inanimados e incluso a entidades abstractas. En la misma línea literaria trasponemos el *anacoluto* como la fusión, unión o mezcla de elementos que dan lugar a una imagen totalmente imposible (humanos cuyos miembros están formados

por instrumentos musicales o menaje de cocina,...). Y siempre todas las imágenes aludidas aparecerán con un alto grado de *prosopopeya*, solemne y artificiosa cuando en el fondo nos quedamos seducidos, expectantes de que nos expresen, nos digan algo más interesante de lo que las simples imágenes nos proporcionan.

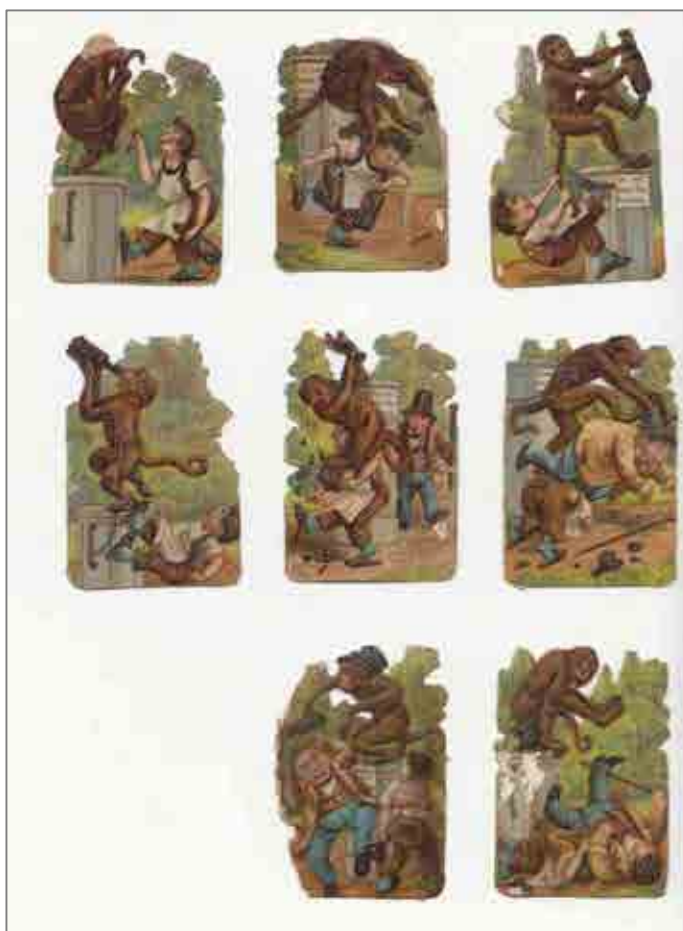


Fig. 67

Cuadro 10:

La burla racial: los negros.

En 1834 la esclavitud se abolió definitivamente en Inglaterra. En Estados Unidos el acta de emancipación de los negros sería dado por Abraham Lincoln el 1 de enero de 1863. Oficialmente desaparecerían situaciones como las que en 1797 llevaron al ilustrado escocés Isaac Cruikshank (1764-1811) a realizar el grabado que representa la tortura

y posterior muerte de una esclava de 15 años en 1792. Cambió la situación para llegar a la sátira o la ridiculización como podemos apreciar en el grabado *The New Union Club*, representando la diferencia de situación y comportamiento cuando por la emancipación una sociedad de negros pueden llegar a crear un club (el de la Nueva Unión), en nada semejante a lo que ocurriría de ser británicos blancos.



Ilustración burlesca de Rolandson



The New Union Club

Nada de lo expuesto anteriormente llevaría a cambiar la visión que se tenía de los negros y, a pesar ello la hipocresía y la doble moral, se hacían continuamente presentes. Un ejemplo y referente de lo que venimos diciendo puede ser el Minstrel show o teatro cómico, nacido posiblemente en 1830, donde actores blancos disfrazados de negros representaban obritas donde personajes ignorantes, borrachos, alegres y musicales, bufones supersticiosos, vagos, juerguistas y amorales, hacían reír con los defectos que consideraba inherentes a la inferior raza negra. Pero para divertir a espectadores blancos¹⁹². Quedará

¹⁹² Esta forma de entretenimiento sobrevivió hasta 1910.

reflejado en los *scraps* de negros danzando, tocando instrumentos musicales, etc...



Músicos negros caricaturizados

Con motivo de su exposición en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga en 2008 la artista afroamericana Kara Walker declara “A la mujer negra se la relaciona con la prostitución, porque según la historia de la esclavitud, ser negro se convirtió en sinónimo de sirviente, de objeto y las dos palabras eran indistinguibles, hasta el punto de que una se apoderó de la otra. Es como en la violencia sexual. Y el racismo es una especie de violencia psíquica¹⁹³.” Es muy frecuente que la servidumbre asignada a los negros se ejemplarice en *scraps* de niños disfrazados con levitas de camareros, botones de hotel o lacayos.

Las caricaturas en aquellos espectáculos o la relación con la prostitución de la anterior declaración se basaban en las fuerzas emotivas que pueden estar causadas por prejuicios políticos o racistas que se asientan en estereotipos que se consideran propios de su especie. Naturalmente es aplicable al judío, al árabe, al negro o al indio a los que había que identificar por el rostro, la vestimenta o sus costumbres.

La imagen de los negros intentará crear un parecido fácilmente identificable, pero con rasgos de humor gráfico: para ello se abultarán labios o cejas, se ridiculizarán aspectos del comportamiento o modales, bien de grupos o individuales. Más que sátira intentará causar comicidad al comparar una maternidad de blancos con otra de negros e incluso con la distorsión que supone un niño negro ofreciendo un ramo de flores cuando lo habitual sería de la raza blanca. El máximo ejemplo de la sátira que nos ocupa, podemos encontrarlo en aquellos *scraps* donde contemplamos a un niño negro desnudo y sonriente dentro de un balde de agua acompañado de una pastilla de jabón que aun así le impedirá ser blanco.

¹⁹³ DIAZ GUARDIOLA, Javier. “no todo el mundo está dispuesto a comunicar con el corazón”. En: ABC de las Artes y las Letras, semana del 5 al 11 de julio, 2008.

10.2.5 Los imaginarios.

Además de su función de juego, con algunos cromos la mente infantil puede entrar en mundos nuevos o desconocidos, en la tierra de las maravillas donde es posible a los niños interactuar con pájaros o bestias, por ejemplo. Es el mundo de lo onírico, de lo surreal. Insectos que interactúan con humanos, niños que vuelan montados en mariposas o cabalgan sobre palomas (Fig. 68), adultos que tienen por cuerpo un tonel, damas cuyos cuerpos emergen de una flor que se confunde como vestido, soles que nos guían, lunas crecientes que balancean a niños, aves que usan sombreros como señoras, humanos que son clavados con alfileres por mariposas o permanecen encerrados en jaulas mientras un pájaro los contempla desde el exterior..., todo lo imaginado se puede mezclar con lo onírico (Fig. 69). Elementos de la naturaleza, plantas o animales se fusionan con personajes de fábulas, mitos o cuentos como hadas, elfos o dioses etc...podríamos continuar hasta cansarnos poniendo ejemplos de un mundo extraño, irracional e ilógico que nos aportan algunas imágenes de los cromos y que nos amenazan con traspasar los límites del mundo cotidiano, donde las conductas se han tergiversado aunque la ética o la moral no aparezcan. Lo imaginario es totalmente libre porque solo existe en la imaginación, imposible de comprobar en la realidad. Son inmateriales. Su ontología se basa en su suficiente inexistencia en la realidad. Es el siglo XIX, en el que la anormalidad se relacionaba con la genialidad. En este sentido, lo onírico que observamos en algunos cromos se adelanta al surrealismo, rechazan la razón y la lógica, pertenecen al mundo de la imaginación o quizás al subconsciente, al mundo de los sueños. A veces el discurso infantil se acerca al de los pueblos primitivos permitiendo el encuentro con lo insólito y lo maravilloso, aceptando como válido lo mágico.



Figs. 68 y 69

Con todo este bagaje no sabríamos si estamos entrando en el mundo de la creatividad, de los símbolos, del juego o de lo onírico. Estas imágenes pasan de un mundo a otro casi imperceptiblemente sin establecer diferencias, confundiéndonos. ¿En qué campo, exposición o intencionalidad podríamos enmarcar ciertos cromos? La creatividad en los cromos está dirigida por sus dibujantes, creadores, etc., por tanto, lo surreal lo inconsciente o el subconsciente no sería aplicable a los niños cuya libertad mental e imaginativa es superior a la de los adultos. Ocurre que el creador de estas imágenes sabe perfectamente conectar con esa característica de la infancia o bien se están manifestado a sí mismos.

Al igual que los escritores de todas las épocas, los creadores de este tipo de imaginería en los cromos han tenido presente la relación entre el sueño y la creación. En literatura, el sueño ha sido el motivo o recurso más extendido para la transgresión categorial, paso de un mundo real hacia uno fantástico, o viceversa, ya que la literatura copia la vida en el sentido de que es el sueño el vehículo más utilizado para adentrarnos en el inconsciente, en la locura o perversidad de la propia interioridad, en la prisión o en el único camino posible de libertad. ¿Acaso Lewis Carroll no recurrió a la enigmática Alicia para contrarrestar la prisión de la moral victoriana e incluso con los principios anglicanos de su propia familia

aunque le trajera problemas? Dodgson no hizo más que utilizar el mensaje infantil aparente sin el cual no habría podido traspasar la estrecha puerta de la censura victoriana, como Alicia.

De todas formas Jung (1982) distinguirá entre el pensamiento dirigido y el simbólico. Ambos pueden dirigirnos a la literatura y el arte. El primero se refiere a la realidad, consciente, verbal, instrumento de cultura. El segundo se mueve hacia atrás, hacia las materias primas del recuerdo, se asocia con el sueño, con la fantasía y el mito. Pero, en general, en nuestros cromos imaginarios se funden ambos. El primero es evidente en su exposición. El segundo, el simbólico, hay que rastrearlo en cada caso. A veces el símbolo es admitido culturalmente así la flor como símbolo de la belleza de la mujer que se multiplica en los cromos, pero, en muchas ocasiones el símbolo permanece en el campo de lo onírico como categoría existencial relacionada con el subconsciente y fuente de conocimiento, de enigmas, de imágenes que escapan a la voluntad, al control. Mediante ellas se asciende y se desciende a zonas desconocidas: el ser se desarticula temporalmente aproximando realidades, buscando respuestas en torno a la propia individualidad o a la naturaleza. Se crean así una serie de imágenes aparentemente contradictorias y absurdas que contienen un material de pensamientos y que, analizadas, a veces tienen un sentido claro, pero corremos el peligro de realizar una incursión en lo freudiano a través de lo simbólico. En algunos, es evidente el sentido doble de la imagen. En otros, es hartamente difícil. Nos detenemos en algunos de ellos. ¿Tienen un sentido claro lo onírico en Alicia en el país de las maravillas?, ¿o simplemente debemos aplicarlo a sus creadores?¹⁹⁴, por otra parte ¿buscaba L. Carroll la libertad que su tiempo le impedía?

¹⁹⁴ Relacionamos nuestros cromos con el personaje de Alicia utilizando las palabras de Borges que al tratar de su soledad dice:

“Las obras de Carroll hacen gala de una imagería que obliga al lector a la figuración, pues crea personajes que no tienen precedentes o bien a nivel icónico, o bien en la conceptualización que hace el autor de su personalidad, afectando simultáneamente la mente del lector, induciéndolo a la reflexión e incitándolo a la confrontación de las propias ideas”. Borges, Jorge Luis. *El sueño de Lewis Carroll*. En: *El País*, 19 de febrero 1986

Tanto Alicia como los personajes de los cromos que hemos llamado “*imaginarios*” viven en la dimensión de lo fantástico¹⁹⁵. Animales y cosas se humanizan (Fig. 70). No asistimos a lo contrario. La imaginación permanece controlada, puede mover a su antojo personajes o cosas, pero siempre manteniendo la relación y similitud con lo humano. No vamos a encontrar monstruos como los de los comics actuales en los que lo físico, acciones o actitudes sobrepasan lo humano, sean robots u otros seres (superhéroes, etc.). Aun así, hiperbólicamente se exageran algunos rasgos, cualidades, sucesos o situaciones que ayudan al juego imaginativo. Aunque los personajes se integren con cierta naturalidad en el mundo de lo fantástico (Fig. 71). Por ejemplo: una caja de cerillas, una regadera o una pandereta son objetos usuales, pero se convierten en algo mágico cuando de ellas sale un gato; la parte superior de una sirvienta está ocupada por un molinillo de café, pero además nos ofrece una taza; un cocodrilo lee periódicos; una cigüeña mece un bebé; de una ostra no sale una perla sino flores; un pequeño ángel lleva un ramo de flores pero tiene prisa y va montado en un velocípedo (origen de las actuales bicicletas tan populares hacia 1890); dos pájaros con algunos atuendos humanizados presentan alimentos en bandejas: él, vino –no puede haber confusión de géneros- ella, fruta, pero además lleva encajado en un ala una barra con pollos asados, un conejo abraza un huevo, ambos símbolos de la fertilidad. A veces, los animales, el ratón, el pato, la oruga, interactúan entre ellos, con juegos como niños o asistiendo a una clase.



Figs. 70 y 71

¹⁹⁵ Tolkien decía que “*La fantasía es la más alta expresión del arte, la forma más pura y potente*”.

10.2.6 La infancia.

10.2.6.1. Los niños.

Como recuerda el filósofo norteamericano Niel Postman en su excepcional ensayo *Construyendo un puente hacia el siglo XVII*¹⁹⁶, la noción de infancia no ha existido siempre, sino que fue una construcción deliberada de la Ilustración. El racionalismo excesivo propio de autores como Voltaire en lucha continua contra la vulgaridad y mediocridad de aquella Francia derivará en el descubrimiento de la infancia como tema sentimental y familiar y sobre todo en su aspecto educativo. El candor, la inocencia de los niños juega un papel didáctico del que deben aprender o al menos inspirar a los adultos (Fig. 72).

Hasta entonces, los niños eran humanos más pequeños, tanto para lo bueno como para lo malo. Los que no estaban condenados por nacimiento, podían llegar a estarlo por hechos cometidos desde la ignorancia de sus pocos años. A partir de ahora y unido a la feminización que adopta parte de las manifestaciones artísticas y la búsqueda de la intimidad, encontramos una estética que deriva hacia la inocencia, la ternura, lo anecdótico y no la culpabilidad, como si de adultos se tratara. Defenderá la inocencia, pero que puede culminar con el amor. Estos temas se polarizarán con el romanticismo posterior.



Fig. 72

¹⁹⁶Fuente: NARODOWSKI, M. *Nuevas Infancias y adolescencias*, en Revista Educación y Pedagogía, Vol. 23 n°60. Mayo-Agosto, 2011.

¿Qué queremos decir con esto? A veces nos resulta difícil aislar la total inocencia que muestran los rostros infantiles expresados en las cromotipias, por la ambigüedad amorosa implícita en ellos. Amor a los animales, a la naturaleza, a los padres, al juego, a los cuentos, a los amigos. Pero ¿por qué la reticencia de hacerlos aparecer en parejas, con actuaciones a veces que emulan las relaciones entre adultos que se regalan ramos de flores o se envían misivas cuyos textos desconocemos¹⁹⁷? ¿Qué ocultan esos mensajes? Habría que descodificarlos o a lo sumo interpretarlos. Es posible que detrás de todo ello se pueda rastrear la literatura cortesana de base medieval. Al menos, es una imitación de la conducta de los adultos, pero de los adultos de los cromos, cuyo mundo y existencia siempre permanecerá en oposición y en falseamiento con la vida real. Siempre permanecerán en un mundo mágico. Es la magia la que soluciona los problemas. ¿Magia o recurso para evitar la férrea moral victoriana que soslaya la posibilidad de otro tipo de amor entre niños o púberes¹⁹⁸?

En la historia del arte, la infancia siempre ha sido un tema recurrente. No es nuevo en el mundo de los cromos. Sin embargo, aportarán un sentido o significación muy distintos al que se le pudo dar en estéticas anteriores. Si Rafael los acerca a los dogmas católicos plasmando la infancia de San Juan o de Jesús en una línea neoplatónica como corresponde a su tiempo, Rosso Florentino (1494-1540) los individualiza como acompañantes de figuras sacras mientras que Pontormo (1494-1557), con grandes

¹⁹⁷ En su tragedia *Tancredède* (1759) en un escenario oriental, Voltaire utiliza como personajes principales a dos niños totalmente inocentes que se prometen amor, futura unión y lealtad, muy dudosa en la práctica. Este tema sería utilizado por Rossi que escribe el texto y Rossini (1813) la partitura de la ópera *Tancredi*. Ella, la valiente Amenaide, siendo incluso niña, luchará por el amor, con lo que se demuestra que todo lo heroico se forja cuando son niños. De ahí la grandeza de la inocencia y el candor que no debe romperse.

¹⁹⁸ A pesar de que ya Sigmund Freud trató la sexualidad infantil desde un punto de vista científico, sigue siendo un tabú moral en nuestra sociedad: se sigue teniendo miedo del sexo, especialmente del sexo “antes de tiempo”.

efectos de teatralidad y sensualidad, acercándolos a la pubertad, los hace jugar en escenarios decorativos. Aunque la infancia no era reconocida como tal en el siglo XVII en el Barroco español, por ejemplo, esta iconografía se elevará a la categoría de “*santa*”, por ejemplo, cuando Murillo utiliza la imagen infantil como Niño Jesús, San Juanito, etc. O bien la sitúa en plena hambre y pobreza como “*Niños comiendo uvas*”. En el primer caso diremos que fue la misma Iglesia la que fomentó la devoción a las figuras infantiles. Vaya todo esto como ejemplos introductorios. Porque desde nuestra perspectiva la primera impresión que podemos tener de los niños de los *scraps* es la de seres de aire pueril que se debaten entre lo tierno y lo esperpéntico, entre la sensiblería y lo ridículo.

La forma en cómo los niños se representaban en la literatura infantil del siglo XIX, influyó en la forja de la inocencia infantil de aquella época. Así, al igual que para Lewis Carroll en su literatura, asistimos en la plástica de los cromos a unos rostros infantiles que delatan un estado de perfección moral, estética o física, un estado de gracia, de una inocencia edénica y perdida que había que recuperar (Fig. 73), usada, aunque en el fondo simbolicen la búsqueda humana del gozo y el juego.



Fig.73

10.2.6.2. La educación infantil:

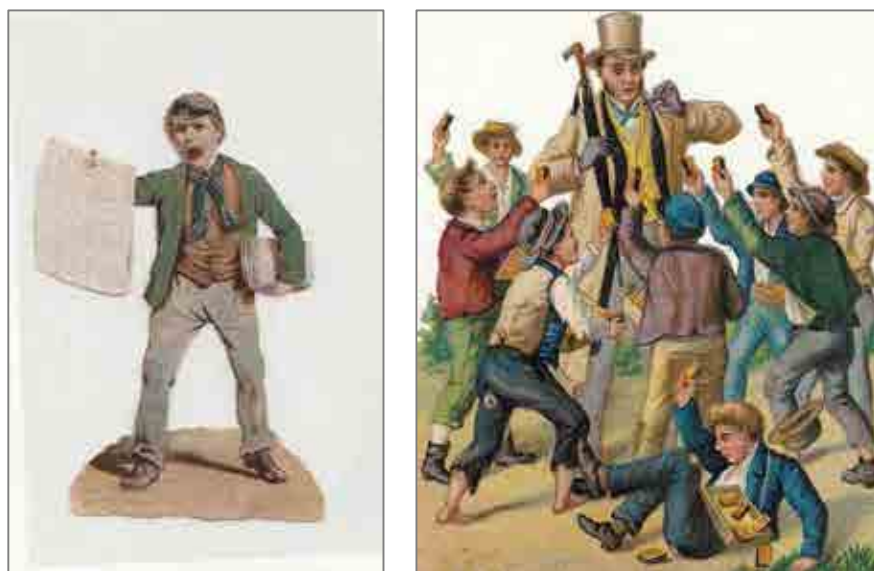
Con anterioridad al siglo XIX y para la educación de los hijos de los nobles en el Antiguo Régimen existieron libros destinados a tal fin, siempre convergentes en la misma aristocracia¹⁹⁹. En el siglo XIX los niños serán bien recibidos en las familias y el interés por la formación y transmisión de nuevos y diferentes valores a aquellos se ampliarán a las clases intermedias, más populares, hasta ahora desconectadas de la cultura. La proliferación de los cromos coincide con la aparición de los primeros libros educativos destinados a la educación de niños y niñas de la clase media del siglo XIX. Podemos entender que los valores e ideología contenidos en aquellos libros educativos quedaban ejemplarizados también en los cromos donde, en gran cantidad de ellos, las imágenes de los niños suelen ser sus protagonistas. Simplemente respondían a una misma escala de valores.

Una de las funciones del arte, como de la cultura en general, es crear o potenciar la identidad de cualquier grupo humano, estamento o clase, y esto era muy necesario para las nuevas clases emergentes: la burguesía del siglo XIX. Y será el cromo uno de los medios para establecer esa identidad. Decimos burguesía porque a pesar del sindicalismo, los falansterios, o el liberalismo, las clases bajas permanecieron sin acceso a la cultura.

Cuando en un cromo vemos a un niño pobre, irá descalzo, mal vestido, cubierto de harapos, pasará frío rodeado de nieve pregonando periódicos (Fig. 74) o vendiendo cerillas (Fig. 75) o embobados ante un escaparate con juguetes que no tendrán

¹⁹⁹ En el siglo XVI y para a educación de las niñas existieron obras como *El carro de las donas*, del maestro Francesc Eiximenis: (Tesis doctoral de Carmen Clausell Nàcher. *Carro de las donas (Valladolid, 1542): Estudio preliminar y edición anotada*. Valladolid 2005). En el tema que proponemos ver también *Instrucción de la mujer cristiana* de Juan Luís Vives., 1523 (Rivera, Olga. *Juan Luis Vives y Erasmo de Rotterdam: La formación moral y doméstica en la retórica de la crianza de las hijas*. Kent State University, Cincinatti Romance Review 32.

jamás. Es evidente que servirá como uso y comparación para que los infantes burgueses vean las diferencias. En esta línea abundan tanto en cromos como en libros, ilustraciones o textos, el claro mensaje de familia rica a la lumbre del hogar en invierno, decorando el árbol de Navidad, sus juegos, o disfrutando de las estaciones anuales.



Figs. 74 y 75

Encontramos significativas las diferencias que se les concede a niños y niñas en su tiempo y, por tanto, en los *scrap*s. Efectivamente, destacamos que aunque existe paridad en los juegos o en las escenas de jardines, aunque a ambos se les rodea e incluso se les confunde con flores, intercambiando simbología con la naturaleza, es cierto que mientras los niños juegan, abundan aquellos en los que las niñas cuidan a bebés. Por tanto va a existir un determinismo de género que se perpetúa.

Aunque la idea de que el arte está esencialmente relacionado con el juego es de Schiller, fue Herbert Marcuse quien la popularizó en los años sesenta del pasado siglo. Otros artistas como Alighero

Boetti²⁰⁰ se la toman en serio reivindicando no solo el ocio y la diversión, la inocencia y la ingenuidad del arte, sino afirmándola asimismo, explícitamente y en forma de juegos infantiles, a partir de los que construye muchas de sus obras.

Casi nunca se les aprecia en actitud de aprender con o sin profesores. Es una determinación de la infancia en sí misma donde el hecho de aprender los acercaría al mundo de los adultos o a su preparación para serlo²⁰¹; decir infancia es decir presente sin repercutir en el futuro. No interesa el paso del tiempo, sino el ahora. De ahí que la protección de la infancia sea un tema tan recurrente en los *scraps*.

Sin embargo, aunque puede estar cerca de la sátira, puede causar extrañeza observar cómo animales humanizados reciben educación sentados en pupitres sin faltar incluso el papel del profesor.

Es muy frecuente encontrar niños en situaciones familiares, acompañados o no de sus madres o hermanos, en juegos o lecturas. Hay que tener en cuenta que la familia en la era victoriana era el lugar del ocio, la calma y la meditación, necesarios para afrontar los estragos de la aceleración que fuera de sus muros estaban ocurriendo o se avecinaban. Por el contrario, casi nunca aparecen los padres, de cuyo papel por género tendríamos que tratar en otro momento.

Con gran teatralidad se realizaban en la Antigüedad triunfos o desfiles victoriosos. Estos temas, estas extrañas procesiones, serían recogidos después por el Renacimiento²⁰² tanto en el arte

²⁰⁰ Artista italiano conceptual, miembro del Arte Povera (1940-1994).

²⁰¹ En cambio sí encontramos cromos con una leve escenografía donde un niño judío es enseñado por un profesor de su misma religión.

²⁰² Inspirados en las fiestas callejeras e influenciados por algunos motivos encontrados en la Domus Aurea, desde el siglo XVI los cortejos solemnes y triunfales se convirtieron en repertorios iconográficos que se extenderían por toda Europa. Sería el contrapunto perfecto a la iconografía plasmada en las Danzas de la Muerte. Los encontraremos en

como en auténticos festejos por las calles. Nuestro asombro fue comprobar cómo el sincretismo usado por la imaginaria de los cromos se había atrevido a tanto. Ahora, con falsa solemnidad y participando de un gran juego escénico, en los cromos victorianos no serán héroes, *putti*, o sátiros los que acompañen a las carrozas; sino niños, simplemente, que alegremente y en actitudes danzantes a veces, son transportados por carros adornados con multitud de flores aunque algunos de ellos son arrastrados, a la manera antigua, por tigres o animales exóticos. Podríamos indicar como su significado el despertar de la naturaleza, o ser alegoría de la vida o el culto a la primavera, pero realmente nos mantenemos en su no significado discursivo, se limitan a significar lo que no son (Figs. 76, 77, 78, 79 y 80).



Figs. 76, 77, 78, 79 y 80

algunos frescos franceses del siglo XVII, traspasará el rococó y sus *chinoserías*, reducidos a monerías y a estampados a la *grecque*, llegando incluso a las *bagatelles* del gusto neoclásico. Es evidente que reducidos a un papel decorativo volveremos a encontrarlo en estos cromos de cortejos infantiles.

10.2.7 La mujer.

El concepto de familia adquirió a comienzos del siglo XVII un nuevo significado, aunque no supusiese un cambio profundo en el concepto del matrimonio según los principios bíblicos y religiosos según San Pablo, sino una apertura hacia el valor de la cotidianidad. El cabeza de familia lo es porque actúa como padre para algunos de los miembros de la familia y reemplaza al padre de los demás allegados o participantes dentro del hogar. No habrá diferencias entre sus funciones domésticas y económicas, una suerte de esposo doblado en empresario.

La figura de la mujer se engrandeció: la esposa es una socia que dirige a la familia, se encarga de los alimentos y gobierna a los sirvientes. Pero seguirá subordinada porque es mujer y esposa, madre y sustituta de la madre para el resto. Este hecho designa el problema de la vida matrimonial en el mundo puritano, un problema abordado por la pintura holandesa y que encontró su explicación metafórica en el *Paraíso perdido*²⁰³ de John Milton.

La vida conyugal era la bóveda del edificio social. El matrimonio debía bendecirse con el nacimiento de numerosos hijos. No nos debe extrañar el temor a la ruptura matrimonial. El divorcio dividió Europa entre católicos contrarios a su aplicación y protestantes proclives a aceptar algunos motivos que justifiquen la ruptura de un matrimonio ya roto. ¿En qué sentido roto? Así la sinceridad se convirtió en el principal valor de la juventud. Nadie querrá un matrimonio falso, sin amor. Un estoicismo sensato contribuyó a la orientación emocional de una sociedad atrapada entre las obligaciones y los sentimientos²⁰⁴.

Recordemos que en las pinturas sobre La Sagrada Familia, siempre aparece el Niño Jesús, la prole. Nunca la Virgen y San José. Había que refrendar el matrimonio con la prole, aunque fuera divina.

²⁰³ MILTON, John. *El paraíso perdido*. Madrid: Cátedra, 1999.

²⁰⁴ RUIZ-DOMÉNEC, J. Enrique. *La ambición del amor*. Madrid: Aguilar, 2003

En cuanto al tema de la sinceridad, es un hecho que ha llegado hasta nuestros días entendiéndose que un matrimonio sin esa sinceridad no es tal. El problema en este siglo XXI no está en la sinceridad, sino que el matrimonio en sí, como relación, ha perdido buena parte de su sentido original.

Si consideramos al cromo como marco referencial, su época de esplendor situaba a la mujer como inmersa en un sistema de valores donde la educación las limitaba al ámbito familiar.

Podemos afirmar, también, que la indumentaria es un lenguaje, individual, utilizado para reconocer a la persona en el grupo al que pertenece, para identificarse con los demás y para identificarse consigo mismo como ser original. También tendrá la moda una función moral. De ahí, las ropas largas que en la mujer simbolizarán honestidad e inmovilidad.

Detectamos que posiblemente las figuras más hieráticas mantienen bastante bajo el borde de sus vestidos o quizás haga referencia a la edad, siendo jóvenes o adolescentes las que portan los vestidos más cortos. Comenta J.M. Solé²⁰⁵ que *“Muchos escritores se han explayado en elogios de los bellos pies de las españolas, pero la verdad es que llevan los trajes tan largos que resulta difícil imaginar cómo han podido vérselos. Y no es que se trate de una moda reciente; los pies de las señoras españolas siempre han sido invisibles”*.

Es interesante constatar cómo en la cultura occidental los cambios en la imagen y el papel de la mujer en la sociedad van paralelos a otros logros sociales o políticos²⁰⁶. Es en el siglo XII y comienzos del XIII en el Languedoc francés, el reino de Aragón y el noroeste de Italia, cuando se avanza dándose cartas de emancipación a los burgos, surgiendo así las primeras ciudades y una gestión municipal protodemocrática; también la

²⁰⁵ SOLÉ, José María. *La tierra del breve pie. Los viajeros contemplan a la mujer española*. Ed. Veintisiete letras. Madrid, 2007.

²⁰⁶ SAURET, Teresa. *La Española cuando besa: Tendencias y realidades en la imagen femenina finisecular*. Málaga: Serv Pub. UMA, 2010

lectura y la escritura salieron de los monasterios y comenzaron a ser habituales entre la nobleza y los burgueses. Y sobre todo, en el terreno que nos afecta, nuestra modernidad empieza con el nacimiento de las nociones de libertad, felicidad, individualismo y una nueva visión del papel de la mujer. Los trovadores enaltecían a las damas y al Amor Cortés. Este periodo duró casi un siglo.

El matrimonio entró en crisis en la década de 1870 por las denuncias realizadas por los escritores progresistas sobre la agobiante atmósfera doméstica en la que vivían las mujeres. El sexo sería el tema de conversación predilecto. Baudelaire, Verlaine o Rimbaud soñaron un mundo donde la franqueza triunfaba sobre la hipocresía. Los versos adquirieron un doble sentido y la vida real se trasladó al universo del arte. La esposa debía elegir entre el afecto conyugal y el amor romántico. Pero la educación mundana de la heroína era bastante deficiente (existen muchos cromos donde la imagen de la mujer responde a un estereotipo victoriano gazmoño y asexuado, de una ingenua languidez en niñas o adultas, en actitud de leer, poses, etc...), quizás sea ejemplo de *la buena educación*, tan preconizada, que incluso llega a ser un valor muy a considerar en los personajes femeninos de la época o del siguiente siglo XX. Recordemos que los conocimientos de una mujer *honest*, en las clases medias o altas debían pasar por saber coser, bordar en varios estilos, tocar el piano, saber francés y poco más. No es de extrañar que todo esto fuera síntoma de una época clasista y de encorsetada moral, laica o religiosa. Lo prueba que en España el fenómeno se extiende hasta la llegada de la constitución. Es el *angelismo*, donde a la mujer se la compara con un ángel, se la concibe para convertirse en un ser protegido. Es la misma exaltación de la virginidad que se nos ofrece entre 1846 a 1871. Esto no implica ausencia de carácter. El personaje de La dama de las camelias de Alejandro Dumas hijo, el mismo de la ópera La Traviata, signifique *la descarriada*. Descarriada porque transmuta su vida. Es decir, aún con fragilidad de espíritu, Violeta se liberará de su vida pasada por el amor, por la purificación de sus pecados. Esto es lo que le queda a una mujer libre: su sacrificio. Y la mujer no conviene que lo sea porque, igual que Violeta, sucumbirá, la sociedad la castigará, morirá aún vencida por el amor. Por tanto a la mujer solamente le queda amar pero

nunca descarriada sino virgen.²⁰⁷ Porque Eros y Thanatos van siempre de la mano, sobre todo para la mujer.

Y en esta gran convulsión se difundió la ideología del feminismo, que incidió sobre la vida conyugal con su combativa tesis de que la diferencia de papeles entre el marido y la mujer procede de la tradición religiosa y tenía poco que ver con la naturaleza humana.

Este desmontaje ideológico de la armonía conyugal conseguido gracias al sometimiento de las mujeres se convirtió en una prioridad en los escritos de Virginia Wolf: nunca más suicidios por sentirse apesadas en la calumnia social; nunca más la dejación de las llamadas del corazón para mantener viva una institución sin sentimiento. El modernismo fue un revival de los ideales románticos, aunque se interesó más por los valores del cuerpo que por los de la mente. No es una casualidad que en esos años, los hombres y las mujeres se despojaron de los pesados vestidos para ponerse una ropa más libre y desde luego más cómoda (tenemos cromos donde aparecen imágenes de mujeres encorsetadas en pesados ropajes, propios de la era victoriana y también posteriores, con sedas y transparencias más propias del simbolismo o modernismo).

El ideal del cuerpo sano, los ejercicios deportivos, los baños en el mar y las vacaciones se convirtieron en el elemento central del imaginario de los europeos, mucho más que el conocimiento de los clásicos, el aprendizaje musical o la lectura (cromos con representaciones de mujeres jugando al polo, golf, equitación... varios deportes). Los modernistas recuperaron los rituales órficos de iniciación. Oscar Wilde y Walter Pater restauraron un orden universal basado en la sabiduría de los mitos clásicos frente a la opresión procedente de la matriz judeocristiana. El matrimonio se convirtió entonces en el centro de los debates. ¿Es posible ser moderno y mantener una vida conyugal sana? ¿Qué papel tendrá el matrimonio en esa nueva época? Tenemos cromos donde no sabemos si las miradas son de pícaras u honestas. Es interesante constatar cómo en los que podríamos intuir más antiguos abundan escenas de amantes en

²⁰⁷ Es interesante ver cómo en 1854 la Pura Concepción de María se acepta como doctrina oficial de la Iglesia romana.

actitud de manifestar su amor, con ramo de flores portados por ellos, en situación iniciática casi furtiva y fugaz pero bastante alejadas de un erotismo expreso. Una vez más, como en el cine clásico posterior, existía una normativa implícita por consenso que negaba la representación de necesidades orgánicas humanas o la sexualidad que era negada por ser tabú.²⁰⁸ Si las pinturas de Watteau pudieron influir en estas puestas en escena hay que reconocer que la estética de los cromos deriva hacia lo ingenuo, por no decir simplista. Es el amor no consumado, en sus momentos previos. Porque en el amor a principios del siglo XIX hay puestas grandes esperanzas. Ya vendrán tiempos posteriores donde el amor será algo recordado o perdido. Habrá que esperar poco tiempo para que aparezcan damas que se manifiestan en una singularidad expresiva y formal, sin la necesidad del esposo o *partenaire*.

Ya el humanismo del siglo XV preconizaba expulsar fuera de la realidad las formas de sexualidad no sometidas a un principio propiamente reproductor. Y los hace por diversos motivos: para evitar las viejas inclinaciones de la cultura cortés hacia las fantasías adúlteras, para controlar la parte peligrosa de la conducta femenina, para asegurarse de la imposibilidad de cualquier contaminación; de ese modo acorrala a los disidentes, configura una disciplina del cuerpo (la del placer), que es el origen del mundo moderno. Este planteamiento responde a los grandes peligros que asaltaban las prácticas sexuales de la sociedad del siglo XV, la pasión por el adulterio de los jóvenes de las clases acomodadas; las estrechas relaciones existentes entre la homosexualidad femenina, la anorexia y la santidad y, finalmente, la violencia existente en el mundo de la prostitución. Una lacra social, necesaria, pero que era preciso combatir. Pero ahora estamos en la segunda mitad del siglo XIX, la moral victoriana se apropia de la accessis expuesta antes y entramos en una etapa de represión con el gravamen de que ésta no fue impuesta por la religión o la política, sino que fue un movimiento de autorrepresión, que es mucho peor e inducido por un mercado burgués que instaura una

²⁰⁸ Es interesante constatar cómo la sexualidad negada o la muerte han sido los ejes principales de la historia de la censura aunque el cine clásico recurría a elipsis o metáforas para aludir a la violencia física, la enfermedad o la muerte.

versión mercantil y cerebral de la mujer de acuerdo con los sintagmas emocionales del hombre. No deja de ser una corrupción del papel de la mujer en la Historia.

La sensibilidad del Siglo de las Luces exaltaba la actividad creativa por encima de las instituciones sociales, incluido el matrimonio. La generación nacida en las guerras napoleónicas exageraba su inclinación por el misticismo, la vaguedad y la confusión. Se avivó el debate entre el sueño romántico y la moral victoriana.

El sueño romántico se articula en torno a dos importantes fenómenos: la exaltación de la mujer libre y la ambigüedad sexual²⁰⁹:

Exaltación de la mujer libre: alrededor de heroínas literarias como la Amalia de Schiller, la Alcmena de Von Kleist o la Matilde de Novalis. Atraídas todas por la nostalgia de la flor azul. No es más que la recuperación del mito de las grandes diosas del paganismo propuesta por el poeta Hölderlin al reclamar el auxilio de Diotima. Esta exaltación de la mujer será un anhelo de la nueva generación por encontrar un sentido a la vida más allá de los valores del matrimonio.

Todas estas historias consolidan la moral victoriana en las que el romanticismo alcanzó un límite peligroso: ése es el telón de fondo del mundo literario de las hermanas Brontë: el de la quebradiza Jane Eyre en el caso de Charlotte, el del rudo Hetchcliff de Cumbres borrascosas en el caso de Emily. Más que ensalzar el amor, los victorianos buscaron la respetabilidad de la vida conyugal. La poesía de los Browning glorificaría

²⁰⁹ Extraído de GUASCH Andreu, Óscar. *Género y sexualidad. Una perspectiva social y política*. En: Archipiélago, nº 67, Barcelona: 2005. Tras el Siglo de las Luces, las ciencias de la salud y de la conducta recogen y argumentan de forma científica la perspectiva moral judeocristiana sobre sexualidad. En términos de *marketing*, es la clásica estrategia para relanzar un producto que pierde cuota de mercado. Se cambia el envoltorio de manera que la psiquiatría sustituye a la presentación religiosa, pero apenas se toca el contenido y se reproducen los antiguos prejuicios. Las ciencias sociales rompen con ese punto de vista porque tienen su propia tradición intelectual y parten de la premisa de lo normal, lo patológico, saludable o reprochable.

la ternura, la fidelidad y la devoción entre los esposos; mientras que Tennyson y los prerrafaelistas destacarían desde su idealizada Edad Media la dimensión espiritual del cariño entre esposos.

Victorianos contra románticos. Para Michel Foucault la perversión de la sexualidad occidental culmina en la moral victoriana caracterizada por un poder sin rostro, basado en el lenguaje y en las instituciones disciplinarias (escuela, cárceles, fábricas, internados, etc); para Lionel Trilling, en cambio, la imaginación liberal frenó el impulso destructor del alma romántica. El autocontrol se tornó un principio de identidad social, adoptado libremente por numerosos hombres y mujeres. La sociedad europea del siglo XIX observó con intranquilidad el acervo debate entre románticos y victorianos: unos a favor de un misticismo amoroso sin límites, otros atentos a las virtudes propias del afecto conyugal. Los relatos de la época nos aclaran muchos aspectos ignorados de esa encrucijada vital de los europeos de hace ciento cincuenta años.

El Imperio Británico alcanzó su máximo poder durante los treinta años de creación del modelo victoriano (1835-1865). Una vez viuda, la Reina Victoria perderá el impulso de su modelo, atemorizada por los graves sucesos de aquellos años que, sin su príncipe, no supo resolver (el recurso al escocés Owen no hizo más que desacreditar sus ideas). La casualidad ofreció a los acontecimientos un significado inesperado, pero también paradójico. Victoria y Alberto se sumergieron en una elaboración de la historia y de la sociedad absolutamente nueva y original, sin duda reaccionaria en muchos aspectos, pero no en todos: y aquí es donde aparece la paradoja. El carácter puritano del matrimonio y la vida sexual desencadenó un contrapunto cultural extraordinario.

La sociedad inglesa empezó a cambiar. La mujer despierta y cultivada del siglo XVIII, y que aún vemos en Jane Austen, que tenía su propio salón político y marcaba la agenda social por propia voluntad, con sus fiestas galantes, con sus glamurosos caballeros y sus hijos ilegítimos, dio paso a la esposa abnegada, al ángel del hogar, una madre irreprochable, que atiende a sus hijos, les cuida, e incluso les quiere. La austeridad se apoderará del guardarropa: no más vestidos insinuantes, pechos al descubierto, encajes que advierten la sexualidad. Lo propio es un estricto

traje oscuro sin miriñaques ni escotes; los hombres, levita negra con alzacuellos sin chorrera ni encajes. Luego, los hijos de Victoria, el príncipe de Gales, impondrá una ropa más cómoda, la chaqueta corta y el pantalón recto.

La separación de los papeles de las mujeres y de los hombres es el principal objetivo del modelo victoriano: ellas deben ser recatadas, frágiles, ajenas a las pulsiones sexuales, disciplinadas en las expresiones (ni una sola palabra soez debía aparecer en sus labios), una *figura de porcelana* que evita los movimientos bruscos, que se sofoca con facilidad, que está pendiente de sus jaquecas. Nada de política ni de deporte, ellas se dedican a las obras de caridad, junto a los párrocos de las iglesias, y junto a los obispos anglicanos, que les aconsejan cómo deben comportarse en el dormitorio. Muchos hijos, poco sexo...

Los intelectuales hubieron de buscar un modelo que sirviera de pauta a la moral que Victoria y Alberto querían imponer a Londres, a todo su reino y a toda Europa dado el imperialismo británico. Había que buscarle un pasado brillante. Había que indagar en la historia de las costumbres sociales:

No servían los presupuestos del continente, revolucionarios e ideales de 1789 y que los ingleses identificaban con Napoleón.

No servía el libertino siglo XVIII.

Tampoco el Renacimiento y el Barroco, recordaba al *Rojo y negro* de Stendhal, indeseable, como si la virtud fuera sencillamente la pasión sexual.

Quedaba la Edad Media, la época preferida del príncipe Alberto. No en vano pasaba sus veranos en el castillo de Coburgo. Las universidades fueron dotadas con cátedras para los estudios medievales, y además estaba John Ruskin.

Concluimos por tanto con el neogótico. Inglaterra se llenó de casas, palacios, iglesias, reconstruidos siguiendo el modelo neogótico. El rigor arqueológico no existía. La política obligaba a pensar en la Edad Media

como antecedente del modelo victoriano y allí se fueron a buscar mujeres sometidas, abnegadas, temerosas ante la presión de los confesores. Pero la Edad Media acercaba a la gente al catolicismo, pero esto se subsanó: lo importante era el mensaje que llegaba del pasado, no el pasado mismo. El neogótico no es una copia, es una mejora. Es el ideal de progreso del s. XIX. Ruskin tenía respuesta para todo. El proyecto fue todo un éxito, hasta el punto de que más tarde, cuando se comenzó a derribar el modelo victoriano en el Londres eduardiano, los críticos también se lanzaron contra la Edad Media pensando que aquella época histórica no era lo que los profesores universitarios y los asesores de Alberto habían dicho de ella. Surge así algo decisivo en la historia del siglo XX: la tesis y la antítesis de un sistema es el sistema mismo.

Estos cambios se matizarán a finales del siglo XIX. En esta búsqueda de sentido se puede llegar a lo esperpéntico. Veamos la postura de los personajes que se propone en la ópera *El enano o el cumpleaños de la infanta* de Alexander Zemlinsky (1876-1942), basada en una tragedia de Oscar Wilde. El personaje de la Infanta, tras conocer las propuestas del enano, que representa el amor, no sólo lo desprecia y ridiculiza, sino que, cruel y despiadada, corre con sus damas hacia el jardín buscando nuevos motivos de diversión mientras el enano muere besando la rosa que aquella le había regalado. Es decir, la Infanta busca nuevas rutas existenciales fuera del establecido matrimonio y en contra de aquel amor tan enfatizado de principios de siglo²¹⁰. Simplemente, la mujer ha

²¹⁰ Antes de este final, el enamorado enano llega a decir “*Aunque hubiera en este círculo las más graciosas mujeres del Paraíso: estoy ciego por una deslumbrante luz; si, aunque ellas me prometieran todos los placeres, y tú mi muerte... ¡Te elijo a ti, Princesa!*”.

Por tanto el enamorado presupone que el objeto de su amor le puede causar la muerte. Nos acercamos a la femme fatale del fin del siglo XIX.

También: “*Muchacha, toma esta naranja de sangre, que en mi jardín maduró, ¡tómala!...Soy pobre, tiene mi jardín un solo arbolillo, y en él ha madurado esta naranja de sangre. ¡tómala!*” *La muchacha tiene una risa orgullosa y dura, toma la aguja de plata de su cabello tan sedoso, y la clava, riendo, en la corteza de su naranja de sangre, hiriéndola profundamente. Muchacha, ay, tu risa y tu aguja no han herido a una naranja sanguina, tu punzante aguja y tu fiera risa me han herido a mí, mira, yo muero, porque la naranja de sangre era mi corazón.*

cambiado y esto también lo comprobaremos en las figuraciones, iconografía, posturas y hasta vestuario que se representan en los cromos de este fin de siglo.²¹¹ En otra ópera, “Una tragedia florentina”, del mismo autor y basada en una narración del mismo Oscar Wilde, la esposa de un mercader juguetea con un noble florentino, lo cita y lo besa, juguetea con él ante la sorpresa de su propio marido quien en defensa de su propiedad, su esposa, acaba matando al noble. Al finalizar la obra y ante el yacente cadáver, Bianca (ojo con la significación del nombre de la dama) abraza a su marido y le pregunta por qué nunca le había dicho que era tan fuerte. El mercader la besa y le pregunta, a su vez, por qué ella nunca le había dicho que era tan bella. En Conclusión, apreciamos que están cambiando los conceptos de castidad, lealtad matrimonial al tiempo que se cuestiona el significado del matrimonio ante la presencia de otro amor.

Siempre la búsqueda, la reafirmación del propio ser femenino, lejos de encorsetados destinos. Es la época en que las viajeras británicas visitan países considerados exóticos como España y Norte de África.²¹²

La ambigüedad sexual descansa en la idea de que sólo se podía avanzar hacia adelante destruyendo los obstáculos del pasado. Había que romper con los prejuicios sociales. Se crea un modelo perfecto de la pareja romántica. Ese honor se lo repartieron dos parejas bien distintas y desgraciadas. Mary Godwin Wollstonecraft (Mary Shelley) y el poeta Percy Bysshe. Él escribe un poema, el *Epipsychidon*, donde el peregrino del

²¹¹ En la vida real esta ruptura con los esquemas románticos o victorianos se polarizan en las vivencias de Alma Mahler (1879-1964). Se casa y rompe matrimonios o “liaison” continuamente. Mujer culta, buena pianista, compositora de algunos Lieder, pintora, escritora de sus memorias...Es un ejemplo de la nueva mujer que alejada de amores platónicos no tiene escrúpulos en seducir y luego abandonar al pintor Gustav Klimt, al director teatral Max Burckhard, a los compositores Gustav Mahler y a Alexander Zemlinsky, al arquitecto Walter Gropius y al pintor Oscar Kokoschka. Lo mismo Podríamos decir de la bailarina y musa Isadora Duncan que, coincidiendo con el fin de siglo, llega a Europa desde Estados Unidos cuando Londres era la meca de la modernidad.

²¹² MORALES PADRÓN, Francisco. *Viajeras extranjeras en Sevilla en el siglo XIX*. Sevilla: Edit. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones, 2000.

amor se deja llevar por mujeres celestiales. Y ella escribe Frankenstein, inquietante metáfora sobre los límites del conocimiento. La segunda pareja fue la formada por la escritora George Sand y el músico Frédéric Chopin. En ambos casos la ambigüedad sexual era patente. En el primer caso, el poeta estaba demasiado cerca de su amigo Lord Byron. En el segundo G. Sand vestía de hombre. Parejas perfectas, matrimonios inseguros. ¿Era ése el futuro?²¹³

Una vez más, las crisis, fuesen del tipo que fueran, determinan los cambios sociales, en este caso el feminista. No somos libres.

Esta moral tuvo que reforzar esta imagen de la mujer, simplona y añorada, porque además le convenía a la burguesía²¹⁴. De ahí que el cromo, con sus imágenes icónicas, se mantuviera todo el siglo XIX.

Es interesante constatar que el control de la natalidad a partir de los años setenta del s. XIX casi corre paralelo a la disminución de los cromos, al menos en sus aspectos más genuinos.

Sólo la madre es moral. Se ve perfectamente en los cromos. Hay gran cantidad de imágenes de madres con niños (Fig 81).



Fig. 81

²¹³ Es interesante observar cómo la iconografía masculina de estos cromos nos ofrece un perfil de masculinidad nada enfatizado, con rostros casi añorados, amuñecados, más cerca de lo femenino que de la angulosidad masculina. También en sus posturas y acciones

²¹⁴ Banks, J. A. y O. *Feminism and Family Planning in Victorian England*, Nueva York: 1964

Si en Inglaterra la moral, el poder, victoriano, luchó contra las libertades de la mujer, en los países católicos sería la Iglesia romana por otros intereses. De ahí el *revival* de cruces, angelitos, virgencitas, etc. que vemos en los cromos franceses o españoles.

Esto coincide con los logros sociales y femeninos en los últimos veinte años del siglo XIX que influye en el descenso en la producción de cromos y en el cambio de imagen de la mujer (Figs. 82 y 83).



Figs. 82 y 83

Al igual que en la pintura decimonónica, en los cromos, el paisaje junto a la imagen de la mujer, alcanzarán un gran protagonismo en lo que a significados se refiere en comparación con la figura masculina. Es muy posible que través de la experiencia del *Grand Tour*, el viaje “educacional” por Italia de los jóvenes aristócratas ingleses, la armonía física de los modelos utilizados por los maestros italianos y que tanta aceptación tuvo en Inglaterra desde el siglo XVIII fuera la que influyera en la apariencia femenina que observamos en los cromos.

En el siglo XIX la autoridad masculina dirigirá a la familia, quedando la mujer enmarcada en un sistema patrilineal, y ocupará un papel relevante

en duelos, ceremonias fúnebres o asistencia a los enfermos. Ahora bien, en los cromos, esa función aparecerá ausente, no porque la mujer estuviera alejada de esas dedicaciones, sino porque la imaginería del cromo es un canto a la vida, a la lozanía de la juventud y al gozo de la existencia; por tanto no interesa nada que refleje la decrepitud del tiempo o la enfermedad. Se rompe así el ritual del ciclo de la vida y la muerte. Si bien aparecen rostros de ancianas, estos estarán dirigidos a la sátira, la caricatura o la risa: lo grotesco en definitiva. Es cierto que encontramos escasos cromos en los que aparece la reina Victoria asistiendo a un enfermo, pero esta actitud habría que enmarcarla en una humanización del personaje o un acercamiento al pueblo, con fines propagandísticos del poder más que reales.

A la mujer se le seguirá adjudicando el rol de madre nutricia y protectora, bien de la vejez acompañando a ancianas, o de la infancia, dedicadas a la crianza de los hijos. Así, en los cromos las madres los acompañarán en juegos y distracciones, nunca las abuelas. Estas, por excepción, aparecerán sentadas junto a los niños en actitud reverente indicando la importancia de estos y matizando el papel que a su género se les ha concedido. Será la madre la que enseñe a leer a los hijos porque las hijas, niñas, pasarán el tiempo entre flores o pequeños animales. Siempre sumisas, la mujer realizará ese papel personalmente, ha sido educada y preparada para ello y de ahí que su representación en los cromos deba ser individual y casi siempre anónima. Sin embargo, ese anonimato quedará roto cuando se trate de “retratar” a la aristocracia o a la realeza pero, en estos casos importará más la imagen en sí, el retrato, que su papel a desarrollar en la sociedad. No vamos a encontrar muchas escenas colectivas de mujeres dialogando, por ejemplo, aunque con la liberación que se avecina podemos asistir a varias y juntas que hacen deporte como el golf o montan en bicicletas. Tampoco queda evidente la relación filial o la fraternidad entre mujeres porque, como hemos dicho, interesa más el aspecto y papel individual de los personajes, más que su entorno social o su origen (ya hemos mencionado que el cromo, en general, es una continua imagen de personajes o elementos aislados) incluidos los varones.

El programa iconográfico de los cromos en el apartado que ahora contemplamos implica una exaltación de la fertilidad y de la infancia. El primero se evidencia no tanto en la ausencia de abuelas o ancianas como en el tratamiento que se hace de la belleza de la mujer, captada en un segmento de edad concreto, que podría ir desde la infancia –de tres o cuatro años- hasta alcanzar los límites que la biología permite para ser madres. Nunca serán reflejadas en su embarazo quizás por su privacidad o por el aspecto deformante que implica en el cuerpo femenino.

Lo que es evidente es que la mujer, más que su papel en la sociedad, su imagen, será exaltada a cotas muy altas, bien como poseedoras de relevantes valores morales (la justicia, la ley) como símbolo de valores patrios (representando a Inglaterra por ejemplo)(Fig. 84) o conceptos eternos como el paso del tiempo o las estaciones y siempre como imagen de juventud y lozanía evitando la creencia de que las mujeres, tras la pubertad, estaban siempre al borde de caer enfermas.



Fig. 84

El viejo concepto de la supuesta naturaleza del eterno femenino se reafirmó en el siglo XIX por circunstancias económicas y sociales. En la familia preindustrial todos sus miembros, incluidas las esposas de agricultores o artesanos, juegan un papel útil para la producción²¹⁵ pero a partir de la revolución industrial, la mujer, sobre todo las burguesas urbanas de clase media o alta, ve reducidas sus responsabilidades y dependerá económicamente de sus maridos, tendrá tiempo libre, no tendrá que suministrar los artículos domésticos de primera necesidad sino que los comprará. Por tanto es lógico que se les adjudique el papel de esposas y educadoras de sus hijos y, sobre todo, madres, aspecto no especialmente valorado en siglos anteriores. Serán “mujeres de interior”, amas de casa, soberanas y protectoras del hogar y de la familia burguesa.²¹⁶ Y así aparece en los cromos.

Establecíamos anteriormente la ausencia de mujeres en cinta, pero también señalamos que en la imaginería femenina de los cromos, en proporción, vamos a encontrar menos maternidades que aquellas que muestran a infantes o personajes femeninos aislados. ¿Qué significa todo esto? Sencillamente que se apoya la existencia de niños (el futuro) y por tanto la maternidad, pero que posiblemente, por la aparición de un

²¹⁵ Flora Tristán estudiará este tema y sobre todo la teoría sobre la inferioridad de la naturaleza de la mujer respecto a la del varón. Teoría que será aceptada por la ley, la ciencia o la misma Iglesia. Si desde pequeñas no van a la escuela dedicándolas a las tareas de la casa, para acunar a los niños, hacer recados, cuidar la comida, etc... todo está en relación con su explotación económica. Naturalmente, su discurso va dirigido a las mujeres de la clase obrera y no tiene aplicación sobre aquellas de clase alta que, por permitírsele su economía, sí pueden acceder a la educación y al tiempo libre.

²¹⁶Sigmund Freud dirá a este respecto, refiriéndose a su futura esposa: “*Sé cuán dulces eres, hasta qué punto sabrás convertir una casa en un paraíso, en qué medida compartirás mis intereses, cómo serás feliz y trabajadora. Te dejaré gobernar nuestro hogar con entera libertad y tú me recompensarás con tu dulce amor y elevándote por encima de todas esas flaquezas por las que, con tanta frecuencia, las mujeres resultan insoportables.*” En: FIGES, Eva. *Actitudes patriarcales: las mujeres en la sociedad*. Madrid: Alianza. Por otra parte Proudhon opina que la principal ambición de la mujer: «*Les femmes n'aspirent á se marier que pour devenir souveraines d'un petit Etat qu'elles appellent leur ménage*»: En: FLAMANT-PAPARATTI, D. *Bien-Pensantes*. París: 1984.

feminismo paternalista o por una tradicional misoginia se sublimará a la mujer más que a las madres, como una criatura llena de encanto, bondad y delicadeza. Es tierna, débil, compasiva, tímida y coqueta. Pero, a veces, cuesta trabajo discernir la ingenuidad de su rostro de la frivolidad de aquellas “*Lorettes*” parisinas, libres de espíritu y de amo pero tan relacionadas con artistas y periodistas y que tanto éxito tendrán en la novela francesa (“*La dama de las camelias*”) o en óperas (“*La Traviata*”).

Habría que preguntarse si este papel exento de responsabilidades que no fueran las familiares fue aceptado, sentido o padecido por aquellas mujeres burguesas. Por otra parte, además del papel de madre y esposa, en nuestros cromos vamos a encontrar la imagen de una mujer ociosa, pasiva. Aun alcanzada esta «corona», nunca la mujer burguesa se ha visto más desprovista de responsabilidades de otro orden que no sea el referido al estricto espacio doméstico. El famoso *ennui* del decadente, aunque de otra calidad y procedencia, era el mismo que debieron sentir -y padecer- muchas de las esposas de la opulenta sociedad bien pensante del siglo²¹⁷.

Muchas lo solucionaron sublimando su papel, revistiendo de ideal y de misión las funciones a las que habían sido destinadas. A esta sublimación contribuyó, sin duda, la aparición de un feminismo paternalista que se reveló como la única alternativa a la tradicional misoginia²¹⁸. En estas nuevas teorías la mujer aparece como una criatura llena de encanto, bondad y delicadeza, es “*tierna, débil, compasiva, tímida y coqueta Galatea*²¹⁹” (Figs. 85-90).

Años más tarde, alrededor de la mitad del siglo, los intelectuales franceses, Jules Michelet y Auguste Comte, se harán eco de esta nueva

²¹⁷ J. K. Huysmans, relata en *A rebours*, cómo la madre de Des Esseintes muere de consunción.

²¹⁸ Sobre este tema ver P. Darmon. *Mythologie de la femme dans l'ancienne France*. Éditions du Seuil, 1983.

²¹⁹ Roussel, P. *Système physique et moral de la femme ou Tableau philosophique de la constitution de l'état organique, du tempérament, des mœurs et des fonctions propres au sexe*, París, 1775. (Citado por P. Darmon), El libro del doctor Roussel, reeditado varias veces en el siglo XIX, se convertirá en la Biblia de los feministas paternalistas.

concepción del eterno femenino -una vez más el cómo y quién es *ella*²²⁰-, y ahondando en la misma, van a proclamar su cristiana misión y a cantar los elogios de una mujer-monja, cuyo convento sería el hogar de la familia burguesa.

Michelet, en una panegírica obra, llega a describirla como la esencia misma de la pureza no terrenal y afirma, categóricamente «*La femme est une religion*²²¹». El papel de la mujer, a la que sitúa en un lugar más alto que el hombre, es el de la entrega absoluta, el de salvar a los otros: «*Elle est la flamme d'amour et la flamme du foyer (...) Elle est l'autel*²²²».

²²⁰ Ernest Jones en su biografía de Freud relata que éste una vez le dijo a María Bonaparte: “La pregunta fundamental que nunca ha tenido respuesta y que yo mismo no puedo contestar aún, a pesar de mis treinta años de investigación sobre el alma femenina, es ésta: “¿*qué es lo que quiere la mujer?*”

²²¹ *La femme*, París, 1859. Los escritos de este historiador sobre la mujer y sobre el amor tuvieron una alta difusión no sólo en Francia, sino también en otros países, incluido Estados Unidos.

²²² Dijkstra, B. *Idols of Perversity. Fantasies of feminine Evil in Fin-de-Siècle culture*, Nueva York: 1986. La imposibilidad de tener una esposa-monja o una moderna madonna, a la manera de un doble de la Inmaculada Concepción, debió de ser, desde luego, un enojoso inconveniente que, al parecer A. Comte intentó superar. Ello explicaría el que en el volumen IV de su obra *System of Positive Polity (1854)*, y con una audacia de mente que anticipaba la realidad de los logros científicos del siglo xx, Comte sugiriera la «atrevida hipótesis», según la calificó él mismo, de que se investigase en el campo de la inseminación artificial con el propósito de tener a la mujer lo más próxima posible a aquel ideal de Virgen, pero sin privarla de seguir ejerciendo sus funciones de madre. Para Comte, esta idea representaba, asimismo, un entusiasta «*presentimiento del grado en que la mujer, incluso en sus funciones físicas, podía llegar a ser independiente del hombre*».



Figs. 85-90

Cuadro 11:

Las Viajeras.

Hubo algunas mujeres viajeras que a su vuelta a Europa aportaban gran cantidad de muestras e investigaciones sobre la naturaleza que iban descubriendo, es decir, si unían su deseo de aprender y su curiosidad a un estímulo intelectual, era sencillamente porque tenían que justificar en gran medida sus viajes sobre lo mismo hecho por los hombres, a una necesidad de autoafirmarse, lo cual incidió en un incipiente feminismo. Abundan las de nacionalidad británica²²³ lo que nos hace

²²³ No exentas de gran prurito social y de bastante etnocentrismo, la *Quarterly Review* afirmaba que otras naciones “no tienen ese tipo de mujeres instruidas, de ideas firmes, madrugadoras, aficionadas al dibujo, de pies ligeros, de cuerpo esbelto y con sombrero de paja, educadas en el refinamiento de las clases altas y dotadas del sentido práctico de las clases bajas”.

pensar que este fenómeno no distaba mucho de cierto “aire” colonialista así como el espíritu aventurero que emanaba tras la lectura de libros de viajes. Inglaterra estaba inmersa en una temprana revolución industrial lo que produjo una estabilidad política y económica que favoreció la existencia de viajes de placer a colonias exóticas, africanas o asiáticas,

Aunque a muchas de las viajeras-exploradoras las podríamos considerar como *idle women*, es decir, como mujeres desocupadas u ociosas, otras simplemente intentaban huir del encorsetado mundo victoriano que se oponía a su sentido de la libertad.

Hay casos como el de Marianne North (1830-1890) que supo unir su sensibilidad a su conocimiento de la pintura, en un tiempo en el que el uso de la fotografía no estaba lo suficientemente extendido. Aportó gran cantidad de datos visuales sobre plantas exóticas. Su estética, composición y colorido se aproximan bastante a lo plasmado en los cromos victorianos, con su brillante colorido y el espíritu (toque) femenino que caracteriza toda su producción.

En la misma línea consideramos lo aportado por los dibujos de plantas, insectos y paisajes realizados por Louisa Anne Meredith (Inglaterra 1812 -1895)²²⁴ o los estudios y pinturas de plantas e insectos tropicales que la alemana Maria Sibylla Merian aportó en su estancia en la Guayana Holandesa en 1705²²⁵. También hay que nombrar a la francesa Jeanne Baret (1740-1807).

A otras exploradoras les impulsaba la beneficencia, el procurar el bien a los demás como es el caso que indujo a la británica Kate Marsden (1859-1931) a buscar una planta que creía que ayudaría a los leprosos.

Una línea bastante importante de los cromos en la creación de formas extraídas de la naturaleza es el diseño de mariposas. Al igual que la fidelidad a la botánica, los cromos de mariposas nos deleitan con todo un desglose de formas y colores de estos lepidópteros. Una aportación importante la encontramos en los dibujos de la coleccionista de mariposas Margaret Fountaine (1862-1940) que recorrió más de medio mundo buscando a estos insectos²²⁶.

La zoología también ocupará un papel importante en la producción de cromos. Al igual que lo dicho referente a las mariposas, muchas viajeras decimonónicas en tierras tropicales aportarán a Europa un imaginario que después sería llevado a los cromos. Así nos encontramos con la inglesa Mary Kingsley.

²²⁴ Louise A. Meredith utiliza el nuevo proceso de la cromolitografía, como los *scraps*.

²²⁵ Anna Maria Sibylla Merian (Alemania 1647-1717) es una de las primeras naturalistas que observó realmente los insectos. Los dibujos de plantas, serpientes, arañas iguanas, etc. son considerados como auténticas obras de arte.

²²⁶ Margaret Elizabeth Fountaine. Inglaterra, Norwich, 1862- Trinidad, 1940).

Fountaine, M. *El tiempo de las mariposas*. Mondadori, 1999.

Cater, W.F. *Love among the Butterflies. The travels and adventures of a Victorian Lady*. Collins, 1980.

Respecto a la motivación etnológica, Harriet Martineau no está exenta de paternalismo o etnocentrismo si se quiere cuando afirma que a los indígenas “los tratábamos como a niños y el resultado era perfecto²²⁷”. Peor se nos aparece Emily Eden (1797-1869) que manifiesta una visión burlesca de las costumbres de un país extraño para ella como era la India²²⁸.

La misma sensación de superioridad maternal debió sentir Anna Maria Falconbridge cuando dirigiéndose a Jamaica en un barco negrero estima el “buen trato que recibían los esclavos, cómo eran alimentados bastante bien, sus alojamientos eran espaciosos, limpios siendo el único fallecimiento el de un joven que ya estaba enfermo antes de zarpar²²⁹”.

10.2.8 La representación etnográfica: España, Andalucía y el romanticismo como paradigmas.

10.2.8.1 El cromo etnográfico.

El cromo recrea y a veces recupera las imágenes con las que pseudocientíficos y pseudoantropólogos decimonónicos apoyaban desequilibradas teorías que defendían la supremacía del pueblo colonizador sobre el colonizado, de unas razas sobre otras y, lo peor, usando la poética de las imágenes apropiándose de formas subculturales, étnicas, regionales o populares. Hoy lo vemos como una barbarie exportada desde el corazón del supuesto mundo civilizado, el de las grandes potencias coloniales europeas; en aquellos casos de batallas entre nativos y europeos, casi siempre

²²⁷ Harriet Martineau (Norwich 1802-Ambleside 1876) En su obra *Eastern life, Presente y pasado* (3 volúmenes; Edward Moxon, 1848) recoge datos sobre su viaje a tierras orientales como Egipto, Palestina y Siria.

²²⁸ Escribiendo sobre los *sij*s añade “*Esas pobres criaturas ignorantes no son en absoluto conscientes de que una mujer inglesa es algo muy superior. En todo caso nos consideran despreciables, lo cual es un error por su parte*”. Eden, Emily, *Up the country: Letters Written to Her Sister from the Upper Provinces of India*. Richard Bentley, 1866.

²²⁹ Falconbridge, Anna Maria (Inglaterra. Bristol 1769- Islas Vírgenes, Tortola 1816). *Narrative of two voyagers to the river Sierra Leone*. Liverpool University Press. 2000.

ingleses, las imágenes potencian la crueldad demostrando incluso ante los receptores de los cromos, como los niños, la superioridad del hombre blanco. Si se recurre a la antropología o a la etnología no quiere decir que el cromo dé la espalda al arte, aunque nos limitemos a profundizar, analizar e identificar solamente el hecho icónico de nuestros cromos. Al mismo tiempo ¿proyectan estos cromos la imagen del noble y buen salvaje? Sí, porque al cromo no le interesa profundizar en la identidad del “salvaje”, lo que le importa es su imagen. De otra manera supondría implicación, cosa, que no le interesa al hombre occidental. Según la tradición burguesa, tanto el arte en general, como la novela, esa gran manifestación del siglo XIX, intentan estar dirigidos y exponer el alma o el destino humano. La pregunta que nos hacemos es si el público al que iban destinados los cromos podía emitir algún juicio sobre el ser humano sin haber estado nunca en parajes coloniales, desiertos o en la misma España, por ejemplo. Consideramos que se basa en un corrosivo antropocentrismo, todo visto desde la perspectiva del país o cultura emisora, pero como decíamos, sin implicaciones. Antropocentrismo y miedo a perder la identidad nacional o cultural, amenazada por las diferencias de aquellas razas o pueblos que comenzaban a tener contacto con los occidentales británicos.

Desde el punto de vista antropológico, y en lo que a la representación de los pueblos mediterráneos se refiere, tanto la de tipos españoles, italianos, etc., pudieron estar influidos o condicionados por el *Grand Tour*; es decir, aquella “literatura de viajes” puesta de moda por los jóvenes ingleses al acabar sus estudios universitarios, como Lord Byron²³⁰.

²³⁰ En una carta a Francis Hogson, le dice: “Cádiz es el primer lugar de la creación (...) las gaditanas son tan superiores a las mujeres inglesas como los españoles son inferiores a los ingleses en cualquiera de las cualidades que ennoblecen la condición humana”. En: SOLÉ, J. M. *La tierra del breve pie. Los viajeros contemplan a la mujer española*. Madrid: Ed. Veintisiete letras, 2007.

10.2.8.2 España y Andalucía en los cromos.

Aunque el origen de las estampillas a las que llamamos cromos es ciertamente foráneo a España, sin embargo, la estética, iconografía y toda la visión expresada en los cromos españoles, fabricados o no en el país, pueden tener como antecedentes suyos los motivos y personajes que en algunas ocasiones aportaba el teatro y que engrosarían las estampas que se vendían por aquellos años de personajes populares de finales del siglo XVIII. Es cierto que la representación de escenas o tipos populares han existido en toda la historia del Arte. Será a partir de Carlos III (1759-1788) cuando por influencia de la ideología ilustrada y las transformaciones sociales y económicas que acarrea, se pretenda dar una imagen más realista de los tipos españoles, un mejor conocimiento de la diversidad peninsular, sus costumbres, sus fiestas, etc. llegando a adquirir personalidad propia a principios del siglo XIX. Que se mantendrá hasta el primer cuarto del siglo XX, Cambios sociales y de mentalidad, así como el imparable progreso tecnológico pudieron dar fin a una estética y a un producto de masas que ya decaía con anterioridad.

En 1777 los hermanos Juan y Manuel de la Cruz Cano y Holmedilla representaron en su Colección de trajes de España, estampas que precedieron a otras muchas difundiendo el gusto por lo popular, la curiosidad del público y que se dieron a conocer en toda Europa. Igualmente, en 1801, el artista valenciano Antonio Rodríguez, contando con la colaboración de grabadores como Joseph Vázquez, Francisco de Paula Martí o Manuel Albuerne, publica la Colección General de los Trajes. En la misma línea de similitudes o comparaciones situamos a Miguel Gamborino²³¹ que con sus *Gritos de Madrid* (Calcografía Nacional, 1809-1817) nos aporta algo más de costumbrismo en el acercamiento a las

²³¹ Miguel Gamborino fue un grabador español que desarrolló su obra en el siglo XIX. Se conocen pocos datos sobre su vida y obra, pero lo más relevante fue que plasmó varias escenas de la Guerra de Independencia (Fig. 91).

cromotipias así como la concepción vertical de las figuras, el estar captadas de frente, de perfil o de tres cuartos, la acumulación descriptiva del vestuario y de elementos etnográficos, la falta de expresividad gestual y corporal,...



Fig. 91: *Asesinato de cinco monjes en Valencia*. Miguel Gamborino

El arsenal identitario y singular de lo español que se nos ofrece en estas obras, partiendo de diferencias técnicas, coinciden con el cromo, si no del todo en:

El gusto colectivo por la contemplación de los personajes populares reflejados en el teatro y más tarde en las estampas. Tipos populares y afición que después serían recogidos por los cromos.

El hecho de ser un material repetitivo e industrializado no determina su invalidez iconográfica pues el cromo, perteneciente al género costumbrista, participa de la misma iconografía de género que los pintoescos cartones para tapices de Goya.

En la ausencia aérea, el recortarse en el espacio, sobre el plano, que en unos es simplemente el papel y en las cromotipias es el vacío; asimismo en la situación de la perspectiva ya que al estar muy bajo el punto de fuga, incide en el realce de las figuras apenas apoyadas sobre una escasa base del terreno al que se le dedica escasa precisión. Es simplemente una insinuación espacial del paisaje.

En este estudio comparativo destacamos la similitud que supone la ausencia de escenas que conlleva la incomunicación de los personajes, obligando al espectador a detenerse en cada uno de ellos, por separado.

Con precedentes conocidos, desde la Ilustración se manifiesta un gran interés por colocar a los personajes representados en el centro de la estampa, casi siempre verticales, sin otros individuos para comunicarse.

Una vez más la similitud con los cromos es evidente en el carácter detenido y descriptivo, el detallismo, en el atuendo u objetos, que sirven para identificar al individuo o tipo.

De esta forma el observador se detendrá forzosamente en la figura escueta en la que se han *descrito* aquellos detalles individuales que interesan, no así la fisonomía del rostro. Por tanto estamos ante personajes irreales y anónimos que nos aleccionan sobre indumentaria, tipismo en el vestuario o singularidades etnográficas. Si los grabadores mencionados se acercan a una caracterización de personajes o tipo, ofreciéndonos una muestra de pregoneros, criadas, pescaderas, aguadoras, modistas, arrieros (Fig. 92), etc., el cromo, sin embargo, se detiene, casi exclusivamente, en el costumbrismo prácticamente despersonalizado y tópico de toreros o flamencas, algún personaje de ópera (Carmen) y tipos regionales.



Fig. 92.

Aunque el costumbrismo²³² ya empieza a manifestarse en el siglo XVII será en la centuria siguiente cuando va tomando fuerza, siendo su época de esplendor las décadas centrales del siglo XIX cuando el espíritu romántico se desborda en todas las disciplinas y llegando a penetrar en el siglo XX. El rígido afán pedagógico y descriptivo, propios de la Ilustración, seguiría manteniéndose en el retrato y en la pintura religiosa que aún dominan las esferas académicas y cortesanas. Aún se percibe en la obra de los grabadores antes mencionados que actúan como puente dando paso al costumbrismo propio del movimiento romántico. Género menor, con el romanticismo se exalta al individuo y el nacionalismo aunque las representaciones mantengan cierto aire goyesco, donde asistimos a un cambio en el gusto y en el lenguaje plástico de una época que se irá abriendo a la modernidad. Efectivamente, hacia mediados de siglo pintores, grabadores, escritores e incluso fotógrafos extranjeros descubren el pasado legendario español considerándolo exótico, sobre todo el andaluz.

No sólo los viajeros europeos del romanticismo ávidos de curiosidad y exotismo, sino también los artistas locales imbuidos del interés manifestado por aquellos, participarán de este género. Así, en Andalucía, encontramos ya en la primera mitad de la centuria una pléyade de pintores como José Domínguez Bécquer, Manuel Cabral o Aguado Bejarano, que aportan un folklorismo estereotipado de temas populares, de acuerdo con los parámetros románticos de la época.

Cuadro 12:

El cromo español

Los dibujos de los artistas españoles fueron muy apreciados por los coleccionistas británicos. Esto indujo a su vez a escritores ingleses como Richard Ford, en su *Handbook for travellers in Spain* (1845), a

²³² SAURET GUERRERO, Teresa (ED). *Usos Costumbres y esencias territoriales*. Málaga: Ministerio de Ciencia e Innovación. Serv. Pub. UMA. 2010

estudiar la historia y la cultura española. En 1846 el British Museum adquirió un importante grupo de dibujos españoles en la subasta del vizconde de Castel Ruiz. Más tarde, el *connoisseur* John Charles Robinson formó una colección de dibujos en sus viajes por España que vendió en 1860 al hacendado escocés John Malcolm of Poltalloch, a cuya muerte fue adquirida por el British Museum, en 1895.

Tradicionalmente se ha sostenido que los artistas españoles no se interesaron mucho por el dibujo. Sin embargo, esta idea ha sido objeto de revisión en los últimos años. El dibujo es fundamental en el arte español.

El romanticismo hizo de España un lugar de destino más que de partida. A ojos europeos, la península ibérica era un territorio por descubrir, impregnado de misterio y exotismo, donde aún pervivían tradiciones ancestrales y lugares con el encanto de lo ignoto. No hay más que leer los relatos de Alexandre Dumas (1802-1870) o de George Sand (Un invierno en Mallorca, 1842) (Aurore Dupin, 1804-1876) para confirmar tales extremos.

“...poco a poco se fue acercando al alma hispana, percibida en Europa como ejemplo fiel del movimiento romántico de la primera mitad del XIX. María descubrió un país que avanzaba al margen de las revoluciones industriales que transformaban Europa, como la de Francia y el Piamonte,..., o la de Inglaterra...le sorprendía ese mito romántico, ese país de profundas pasiones, toreros bandoleros, cantaoras y honda religiosidad. Leyó textos que escribían una España valiente e indómita, en lucha perenne por la libertad contra tiranos e inquisidores”.

“...se adentró en otros autores que, por el contrario, hablaban de un ideal de defensa de la fe y de la tradición amenazadas por el ateísmo revolucionario; disfrutaba con los libros de viajeros de mediados del XIX que detallaban una España ignorante y supersticiosa por la que sentían atracción y rechazo al tiempo y al que también les servía para huir de las formalidades burguesas. María del Pozzo se adentró en la España de Carmen, la novela que Prospero Merimén había publicado en el mismo año en que ella nació. Esa patria de gitanos y hombres fuera de la ley, de fandangos y voluptuosas bailarinas, de fiesta, pereza, placer, una sociedad alejada de la ética del trabajo y del dominio de la razón; un mundo anclado en el pasado en el que la modernidad aún no había corrompido la inocencia que ya había perdido Europa.”

En: GALLARDO, C. *La reina de las lavanderas*. La esfera de los libros. Madrid: 2013:

Los temas españoles gozaron, durante el Romanticismo, de un enorme prestigio entre los artistas instalados en París. En los gitanos españoles encontraron la posibilidad de retratar una realidad tan cercana como diferente, a través de principios estilísticos heredados de la tradición de Velázquez y Goya. Buena muestra de esta tendencia son dos obras

de Sargent, Campamento gitano y El baile español, que reflejan la fascinación por nuestro país.

Las grandes remociones sociales que se gestan y desarrollan en tiempos decimonónicos harán que en la segunda mitad del siglo XIX la imagen tópica costumbrista sufra una evolución o depuración traspasando el realismo y no concretándose en un individuo histórico, al que describieran en atuendo o conducta, contemporáneo o no sino que las *escenas* devienen en *tipos*, quizás con la intencionalidad de abarcar y analizar a la sociedad adscribiendo el personaje popular al contexto, grupo social o regional al que pertenece. Por tanto, no sólo interesarán los tipos andaluces sino de muchas otras regiones españolas; De todas formas el costumbrismo, entendido bajo los parámetros antes expuestos, tendrá su fin a finales del siglo XIX por dos razones: primero porque la estética del realismo de finales de la centuria exige la individualización del motivo, del personaje o de la narración que se quiere manifestar, mientras que los tipos costumbristas van ser anónimos y representantes de un colectivo, de la tradición, modelos de la ciudad, representantes de los diversos oficios y de distintos estratos sociales. A partir de ahí la sociedad española irá evolucionando hacia una modernización donde el costumbrismo será un hecho trasnochado.

Con gran variedad y elasticidad el costumbrismo aportado por los cromos conecta totalmente con el apreciado en otras manifestaciones artísticas románticas.

Prescinde de la religiosidad provinciana del decadente barroco tardío y del academicista y rígido Neoclásico. Sin embargo hemos de admitir en algunos de ellos un ilusionista aire Rococó, exento de pintoresquismo pero no por ello alejados de la anécdota o de la vivaz narración donde aristócratas goyescos juegan a ser majos y majas.

La sensibilidad del europeo de finales del siglo XVIII y a través del siglo XIX, ya no se identifica con los modelos tardobarrocos que algunas culturas como la española aún mantienen. Esa renuncia al hermetismo religioso a la que aludíamos en líneas anteriores tendrá que abrirse a nuevas visiones más piadosas. Conviene que la religión renuncie al patetismo anterior, se modere, conciliando el placer sensorial con la moral ascética cristiana. Lo devocional debe ser algo cercano y familiar aunque se caiga en lo profano. Cualquier referencia a lo religioso será intimista. ¿Y qué más intimista y familiar que el concepto que se tenía de lo femenino, de la infancia, de las cosas pequeñas? Para conseguir el mensaje religioso a través de lo mundano se recurre entonces a figuras religiosas en actitudes ligeras, a la contención expresiva, nada de escorzos o visiones rebuscadas, con ademanes elegantes y delicados en las divinidades. San Juanitos, el Agnus Dei, Vírgenes Inmaculadas siempre o niñas lectoras, Sagrados Corazones etc. se materializarán rodeados por guirnaldas de flores o palomas en formas y soportes de pequeños trozos de papel (Figs. 93 y 94).



Figs. 93 y 94

Es necesario mantener adeptos mezclando Religión e Ilustración. La Iglesia empieza a darse cuenta de que, peligrosamente, la teología empieza a independizarse de la estética. Lo importante es que la virtud se consiga y mantenga aunque sea a través de formas voluptuosas o mundanas.

El pintoresquismo²³³ dieciochesco de los cromos (Fig. 95) participa del gusto por la observación, por lo próximo, lo cotidiano, por los cambios, las diferencias y la diversidad en la indumentaria, las costumbres, las fiestas, el paisaje, etc..., alejándose del idealismo que se había considerado norma de belleza y del orden jerárquico que consideraba el costumbrismo y el paisajismo en último lugar.



Fig. 95

Otros posteriores se acercan más al romanticismo pintoresco y costumbrista de tipos populares identificadores de lo colectivo y de lo cotidiano, cercanos al espectador pero sin caer en el realismo que individualiza a los personajes.

A lo expuesto anteriormente responde posiblemente la despersonalización (aunque descriptiva) de los tipos con indumentarias regionales (Fig. 96) representados en los cromos posteriores a los grabados antes mencionados. Un individuo será un tipo leonés o valenciano pero no se señala su profesión como antes, ni viene acompañado de sentencias morales o satíricas. Es decir, interesará más lo común, lo colectivo, la contextura social tan cambiante en esta centuria, más que lo particular. Por tanto la cronología de los cromos españoles tendremos que situarla en la segunda mitad de siglo.

²³³ GÓMEZ GÓMEZ, Ana Julia; RUIZ SAN MIGUEL, Javier. *Las Casas baratas de Bilbao*. Bilbao: Polidore, 2004.



Fig. 96

En los cromos existe una intencionalidad básica: la de sorprender, el reportaje, la de captar algo que es cambiante y efímero. Es su tendencia documental o histórica, si se quiere, presentando fragmentos de vida urbana o rural española del s. XIX. Exaltan regiones determinadas, lo típico, el folklore (Figs. 97 y 98), el paisaje, los personajes autóctonos, sus costumbres, sus oficios, su indumentaria, etc.

Por otra parte y en línea con el costumbrismo, el sentido narrativo de los cromos es de enorme valor, porque va paralelo al nacimiento de la novela moderna auspiciada en su origen por el realismo. Coincidimos con lo que J. Fernández Montesinos manifiesta para la literatura costumbrista del siglo XIX al establecer que lo *español* había que buscarlo en el pasado o en las periferias. No se representa a la aristocracia, al alto clero o al ejército. Los tipos regionales, salvo los de Andalucía, suelen estar vistos desde Madrid y únicamente las clases populares están tratadas sin trabas ni preocupaciones. Así también la iconografía de nuestros cromos.



Figs. 97 y 98

Pero nos sorprende aún más el discurso narrativo e incluso el moralizante que rodean ambas manifestaciones aún separadas en el tiempo.

Aunque los personajes difieren en el vestuario recordando unos el usado por las clases populares a finales del siglo XVIII y la cercanía a la vestimenta regional en los cromos, insinuada y gestante en el siglo XIX, en ambos destaca el gusto por los personajes callejeros. Una clara diferencia radica en que los personajes de Gamborino han de ser totalmente reconocibles y detectados por el espectador informando icónicamente sobre ellos; mientras que el anonimato general de personajes o autores de los cromos nos lleva a establecer que los primeros fueron ejecutados para un público nacional o extranjero culto, mientras que en los cromos se anuncia posiblemente una respuesta a una visión foránea y tópica de lo español.

Otra característica aportada en los grabados de Gamborino es la diferenciación geográfica. El naranjero será murciano o el vendedor de espárragos es de Aranjuez. Sin embargo y posiblemente por influencia de la labor realizada por el ministro Javier de Burgos²³⁴, en los cromos de finales del siglo XIX sí encontramos una adscripción explícita a la provincia y al detallismo minucioso del vestuario más que del oficio del personaje representado.

El siglo XIX español es un siglo convulso social y políticamente. La Guerra de la Independencia supuso un retroceso de tres décadas económica, política y demográficamente. Si ya Inglaterra o Francia contaban con una burguesía asentada y abierta a la revolución industrial, España, analfabeta y carente de industria, en decadencia económica y social, se debatía entre fuerzas reaccionarias y tradicionalistas de un pasado moribundo y un progresismo que intentaba modernizarla y conectarla con el resto de Europa.

Esta situación convulsa y crítica no exime del conocimiento sobre la identidad colectiva española que ya existía antes de la Guerra de la Independencia. Identidad que ciframos en la ocupación del mismo territorio geográfico durante cuatro siglos, la pervivencia de una monarquía católica, el haber sido durante siglo y medio el poder dominante en Europa y la fuerza de la religión.

Cualquier celebración o representación hiperbólica de la identidad de lo ajeno supone una peligrosa usurpación no sólo de su imagen sino también de su realidad. En el caso de los cromos, la imagen se convertirá en un *souvenir*, en un fetiche de gran rendimiento para la industria y para los mismos autores. La imagen que aparece en los cromos de España, y de Andalucía en concreto, sin llegar a lo esperpéntico, intenta describir e interpretar lo que se considera la estructura inmutable, la identidad, que configura el

²³⁴ Secretario de Estado de Fomento bajo el Reinado de Isabel II. Responsable en 1833 de la división del estado por provincias

país. Así se reflejará un mundo intemporal tendente a lo agreste, pueblerino y rural, agrícola y campesino más que industrial. Se enaltece la patria chica más que la patria en sí. Cervantes, bandoleros o el pasado oriental se consideran eje vertebrador de nuestra historia. No presentan precisamente un país pobre o atrasado. En todo caso y con gran colorido se enfatizan las costumbres, el vestuario, las poses en definitiva. Y dentro de las costumbres, no todas. Por ejemplo, existen imágenes de los toros, flamencos, etc. pero no de la religiosidad católica, Semana Santa... o aquellas que pudieran rozar aspectos de la economía. Por tanto, este cosmos de las cromotipias redonda una vez más en una visión parcial y no comprometida de la realidad. No a la hambruna. No a la miseria. No a las guerras carlistas. No a la revolución del 68, las revueltas agrarias andaluzas o el cantonalismo. No, en definitiva, a lo que une a las naciones cultas. Sí a todo aquello que, sin caer en censuras aparentes, en crítica social más o menos explícita, nos diferencia y separa del resto de Europa sobre todo de lo inglés o de lo francés. Es cierto que se aprecia cierto aire entre censor y protector cuando no de superioridad. Es posible que la aversión inglesa desde los tiempos de Felipe II, con el trasunto de la leyenda negra y a pesar de la alianza hispano-inglesa (Wellington) se mantuviera. Y también es evidente que para la Francia romántica y otros países nordeuropeos, *l'Espagne* estaba aún detenida en lo medieval y posiblemente entregada al oscurantismo de la religión. Desgraciadamente, los diseñadores de estos cromos no supieron ver que la identidad colectiva española era tan fuerte como podía ser la de Inglaterra, por ejemplo. Obviamente los prejuicios colectivos confirmaban e influían más en la visión que sustraían de España los dibujantes de cromos que en la personalidad individual de cada uno de ellos. Y esto se manifiesta en las diferencias estilísticas o en el detenimiento más o menos concienzudo en diferentes aspectos de lo representado. Aunque condicionados, se percibe en ellos un amplio conocimiento de la Historia, el paisaje, los tipos o el atuendo de los españoles. Pero para el observador poco avezado nada de lo expuesto está inserto en los cromos. ¿Por qué? Porque ni censuran ni elogian, porque,

simplemente, eran productos e imágenes para una clase social que no quería compromisos, o iban destinados a la infancia y a un público iletrado. No es cierto, Tras un análisis nada exhaustivo afirmamos que, en los cromos regionalistas españoles prevalecen los valores ideológicos sobre una no muy extensa gama de temas e iconografía. De todas formas, incluso para nosotros, hombres del siglo XXI, no dejan de reflejar un mundo entrañable y, por qué no, cierto encanto familiar impregnado de imparcialidad histórica.

En los llamados cromos victorianos no aparecen monumentos o escenas históricas del pasado español. Si lo hacen es de soslayo. Ese sesgo pedagógico sería tildado de Ilustración propio del finiquitado siglo XVIII. Sin embargo, es el espíritu romántico, ávido de lo pintoresco y típico, de lo gratuito y sin complicaciones ideológicas aparentes o estructurales, el que fluye en estos trozos de papel. Enaltecen un casticismo que ya estaba gestado porque la Ilustración nunca penetró a fondo en las clases populares que permanecían en un ochenta y cinco por ciento de analfabetismo. Efectivamente, ante el peligro de unificación de los gustos bajo la batuta del Clasicismo que asediaba a toda Europa desde la segunda mitad del siglo XVIII, en España, como en otros lugares, y como defensa de la identidad colectiva, se exacerban las tendencias nacionalistas – en música, arte, literatura...- aportando todo un perfil estereotipado de tiranas, manolas, carambas, tonadilleras, bandoleros o majos que con sarcasmo y con su imagen y actitudes intentaban ridiculizar a ilustrados o aristócratas ávidos de cualquier novedad que llegara de fuera, sobre todo de Francia. Esta situación se mantendrá a lo largo del siglo XIX fundamentalmente en los grandes núcleos de población como dicotomía social, económica y cultural.

Será el casticismo de las clases populares el que interesaba encumbrara los románticos posiblemente porque era la imagen costumbrista la que a los extranjeros les interesaba proyectar. O simplemente no son más que la imagen que de España se tiene y que llegaría a ser asumida por los mismos españoles. En este

sentido hay que destacar que esta apariencia proyectada desde la época fernandina por dibujantes y libros de viajes persistiría durante décadas, quizás por la lentitud con que cambia la imagen que un país se forma de otro. Y así el concepto desvirtuado de lo español, pletórico de toreros, embozados en capas, guitarras o rejas, figuraría hasta la saciedad en los cromos aunque estos fueran diseñados o impresos en la segunda mitad del siglo XIX. Si bien esta descripción pudo ser cierta para finales del siglo XVIII o la primera mitad del siglo siguiente en la que coincide el traje popular, por ejemplo, con el usado por toreros o majas, no es recurrente extrapolarlo a tiempos posteriores ya que costumbres o usos iban cambiando a la par que España se abría a Europa. Pero no importa. En las últimas décadas del siglo XIX y en el primer tercio del XX tanto en el arte, la literatura o la pintura, como en los cromos, se seguirá cultivando el anacronismo. Muchos autores provincianos, seguirán cultivando el costumbrismo de Andalucía o el casticismo de Madrid sin tener en cuenta que los perfiles sociales aparentemente casi idénticos a tiempos pasados en el fondo eran bien distintos. En pintura, artistas testigos de su tiempo como Valeriano Domínguez Bécquer, son conscientes de que el costumbrismo folklórico se va perdiendo, que los tipos representados nos parecerán caricaturas de sus antecesores de 100 años (Fig. 99). Simplemente era la sociedad española la que paralelamente estaba viviendo una irremediable modernización.



Fig. 99

No forma parte de nuestra reflexión si el levantamiento de 1808 fue una pura efusión emocional y reaccionaria contra lo francés, la galofobia, o si por el contrario los españoles consideraban que todo lo francés era lo auténticamente liberal, la galomanía de los afrancesados. Tratar del uso de la libertad en la iconografía de los cromos contra el Antiguo Régimen nos parece bastante atrevido. Es cierto que es a partir de 1808 cuando empieza realmente el siglo XIX español, siglo que significa un progresivo acercamiento a la realidad europea, tan deseada por los liberales, y que culmina durante la Restauración. Y esto a pesar de la presencia de la Triple Alianza y la invasión de los cien mil hijos de San Luis, o los diferentes gobiernos represivos que significaron tiempos no precisamente liberales. Es posible que la dicotomía entre liberalismo y conservadurismo reaccionario subyazca en los cromos en el afán por la escenificación retórica y el culto a la representación e imagen que los españoles querían dar ante y de sí mismos, pero hemos de admitir que al pertenecer los cromos a bien entrada la segunda mitad del siglo XIX, algo de conservadurismo (moral) se aprecia en ellos, aunque el liberalismo de costumbres pueda verse en algún atuendo o pose de las figuras. ¿Era el liberalismo simplemente un proyecto ideológico? Al representar y estar destinados los cromos a un amplio espectro poblacional no convenía entrar en disquisiciones en las que el mismo pueblo no entraba y más cuando daban una visión del país según las filias extranjeras, sobre todo francesas o inglesas.

De acuerdo con la propuesta de José Alberich en *Del Támesis al Guadalquivir*²³⁵, es la primera mitad del siglo XIX el periodo en que se escriben los mejores relatos de viajeros ingleses y norteamericanos (Ford, Borrow, Mackenzie, Washington Irving). También, obras maestras de autores franceses como Gautier (*Voyage en Espagne*) o Mérimée (*Lettres d'Espagne*). El

²³⁵ ALBERICH, José. *Del Támesis al Guadalquivir: antología de viajeros ingleses en la Sevilla del siglo XIX*. Sevilla: Univ. De Sevilla, 2000

pintoresquismo y rareza española era lo más deseado por los viajeros románticos de esta primera mitad.

La imagen que dieron los viajeros anteriores a la guerra de la Independencia mana del siglo anterior, el siglo XVIII, por tanto nada de costumbrismo ni casticismo. Además, hay que tener en cuenta que en el caso español, se debe situar el nacimiento del cromo en fechas posteriores.

En el segundo periodo los militares que con Wellington lucharon en la contienda anti-francesa, o los paisanos, no se caracterizaron por dar ninguna imagen de España. Demasiadas penurias, hambre y frío soportaron como para además dar o relatar el paisaje o los tipos españoles. Simplemente no les interesaba. Por otra parte, su nivel cultural en general, dejaba que desear como para detenerse ante lindezas españolas.

En el tercer periodo ha acabado la guerra. España vive un período de recuperación y aislamiento. Inglaterra también estaba convaleciente por la guerra y el bloqueo continental impuesto por Napoleón. España no interesa a los viajeros ingleses y su proyección en imágenes es nula.

Cuarto período o década ominosa: represión, silencio y exilio. Aislamiento de España. Apenas hay viajeros extranjeros. Pero vienen poco a poco y, muy interesante, en 1826 aparece el marino norteamericano Alexander Slidell, llamado Mackenzie, (*A Year in Spain*, publicado en Londres) que es el único que asiste a un atraco de bandoleros. Este dato nos parece interesante por lo que tiene de costumbrista, aunque no hayamos encontrado imágenes de sucesos parecidos en los cromos. Conforme avanza el siglo, en 1849, el viajero Clark en su obra *Gazpacho* admite que su viaje estuvo desprovisto de peligros (sic). Parece como si el establecimiento del ferrocarril o la creación en 1845 de la guardia civil, ya en tiempos de Isabel II, favoreciera la seguridad de los viajeros a la par que va perdiéndose la impronta de lo pintoresco que acabaría reducido a unas imágenes descafeinadas que son las

que observamos en los cromos. Es más casi podríamos afirmar que los diseñadores de estos cromos *costumbristas* nunca visitaron el país y que serían alemanes o franceses los que se encargarían de litografiar toda una serie de tipos que después, en España, servirían como apoyo para propaganda de chocolates catalanes, por ejemplo. Sin embargo, sí aparecen personajes con atuendos similares y que debieron ser la indumentaria tradicional en los varones de la época. Concluimos que el gusto por la aventura de estos viajeros pueden estar reflejados en los cromos al menos en sus aspectos más retardados y simples.

No es casual que en 1828 visitara Granada Washington Irving, dando paso a un *orientalismo* andaluz que tendría su reflejo en las imágenes de las cromotipias.

A la muerte de Fernando VII son muchos más los visitantes extranjeros. Al medio siglo son ya 53 libros de viajes.

El interés por viajar, por los descubrimientos así como por el exotismo de algunos países unido a la posibilidad de conseguir beneficios económicos incidieron tanto en el aumento de las publicaciones como en la visión que de España se haría en Inglaterra. Pero tanto en los libros como en las ilustraciones se detectan los mismos prejuicios y visión sesgada y limitada del país, lo cual redundaría en un mayor exotismo. La escasez de información y asimilación, la falta de sentido crítico y la incomunicación de los viajeros condicionaron en gran medida esta visión tópica y excesivamente usada que se manifiesta en los cromos. De todas formas no es comparable un dibujo realizado por Richard Ford, de cuya maestría y verosimilitud no se duda o la belleza fantástica, creativa, imaginativa y romántica de un dibujo de David Roberts con lo manido que observamos en los cromos quizás porque estos estaban destinados a un público menos culto y más receptivo de imágenes aunque estas no respondieran a la veracidad. No se confirma sino que se interpreta lo cotidiano como diferenciador. De aquí la gran concesión que se hace a las imágenes de toreros o de las luctuosas corridas, a los bandoleros

aunque nunca los encontraran, al orientalismo en la arquitectura, a los tipos populares como si en el país no existiera otro tipo de ciudadanos. Manteniendo los prejuicios, y quizás con cierta ironía, lo que importaba no era la realidad plasmada, sino el egocentrismo de comunicar a sus conciudadanos cómo los dibujantes extranjeros habían percibido esa realidad de acuerdo a sus propios intereses de satisfacción y reconocimiento social, vendiendo a los burgueses europeos la imagen de un oriente cercano por descubrir, aunque fuera falso. En este sentido hay que delimitar campos bien diferentes:

- Excesiva representación del sexo femenino en detrimento del masculino. Es evidente el papel de la mujer en la realidad española cuando Goya en su obra *El 2 de Mayo* muestra una gran cantidad de heroínas en torno a los combatientes de la Puerta del Sol. Sería recurrente establecer una equiparación con las imágenes masculinas o hacer un guiño a la igualdad que se persigue en nuestro siglo XXI. Simplemente es un tema que pertenece a la psicología de las masas más que a un planteamiento sociológico o histórico.
- Representación del pueblo llano plasmando sus costumbres y vestuario.
- Representación de la nobleza o de la escasa burguesía, captadas en momentos triviales y sociales como las visitas, el cortejo, etc. en la que asistimos a una escenificación a la inglesa o francesa pero con vestuario y atrezzo hispano, sobre todo andaluz. Posiblemente porque las costumbres e idiosincrasia de la clase media les parecerían extrañas cuando no exóticas fueran la razón por la que se les arropa con un vestuario “cortesano” o al menos más rico que el popular con el que dignificarlas.
- La importancia que el paisaje, el mundo animal o vegetal, tendrá en los cromos ingleses o franceses, su descripción

visual a veces minuciosa, la inserción de la figura humana en su entorno,... no lo observamos en los cromos españoles. El descubrimiento de la Naturaleza sería una característica de la Ilustración y hay que reconocer que en España sus seguidores formarían una clase privilegiada alejada del pintoresquismo que encontraremos en los cromos. Si los observamos románticamente descubriremos un entorno paisajístico o temático pero nunca un acercamiento a la naturaleza. Hay que aceptar lo referido por William George Clark al decir que los españoles no son adoradores de la Naturaleza.

- Lo oriental.
- En el caso andaluz, representaciones de flamencas o “gitanas”. Recordemos que es ahora cuando están en auge ciencias como la sociología, la antropología o la arqueología.
- Representaciones de toreros.

Si abundan las imágenes de toreros y flamencas, de majas y a veces bandoleros se debe simplemente a que el viajero romántico selecciona tipos diferenciales o a los itinerarios seguidos por los viajeros. Bien si seguían las peripecias desde Gibraltar a lo Washington Irving, bien se adentrasen por Bayona, dirección Madrid, siempre acababan o se detenían en las ciudades del Sur. El orientalismo estaba servido. Posiblemente por esto escaseen imágenes en los cromos relativas a Salamanca, León o Galicia, tierras que aparte de inhóspitas y lejanas no ofrecían el sustento islámico, la maurofilia, que tanto gustaría a los románticos y que encontraban en ciudades como Sevilla, Granada o Córdoba. Por otra parte se busca lo pintoresco, entendido como lo llamativo o sorprendente, lo gratuito, y esto no se encontraba en las llanuras castellanas ni en las dehesas extremeñas sino en el Tajo de Ronda (Fig. 100), en la Giralda o en la Alhambra. Es decir, interesaba el concepto vertical de la imagen sobre lo horizontal.



Fig. 100

En la época fernandina y buscando lo pintoresco, vinieron pintores como Wilkie o dibujantes de moda como David Roberts y John F. Lewis. Siendo posteriores, estos cromos pudieron estar influenciados por aquella estética que consistía, por ejemplo, en alargar verticalmente lo representado o en el abusivo uso de las montañas como subrayo de esa misma verticalidad. Aunque al estudio y análisis iconográfico se le dedica otro capítulo, este cromo explicita algunas ideas ya expuestas en el presente. Por ejemplo, sintetiza una serie de tópicos, falsos e incongruentes, nada verosímiles aunque sí propagandísticos. La danza parece ralentizarse con pasos de minué o un baile de salón cortesano, muy comedido y lejos de la fuerza con que el baile andaluz debió impresionar a los extranjeros. Obsérvese el detallismo con que se ha captado la pose del guitarrista, sentado lateralmente y con cierta incomodidad para apoyar la guitarra, demasiado pequeña para ser cierta. Además el guitarrista es un torero, con lo cual la misma imagen aporta dos conceptos. Igualmente el bailarín usa un fajín nada práctico con su función de torero. Demasiado bien equilibradas en la composición, la pandereta y la rosa subrayan el

carácter festivo y popular. Sin embargo, la pérgola que sustenta el emparrado bien podría ser una estructura industrial.

Con no mucha variedad de temas establecemos que en los cromos prevalecen los valores ideológicos sobre los temáticos. La atemporalidad, otro signo del romanticismo evanescente, está servida. Tengamos en cuenta que tanto la literatura como los dibujos románticos convierten a Andalucía, en lo más auténtico, lo más exótico de lo español, sobre todo en sus reminiscencias más orientales. El *alhambrismo* es casi una constante referencia. En clara alusión a un efímero decorado teatral o posiblemente una alusión a la arquitectura del hierro, un arco de medio punto se ofrece inconexo con unas pseudo-yeserías islámicas derivando la vista hacia un fondo donde se levanta una vaga imagen de la Alhambra. La insinuación a lo musulmán es evidente aunque la presencia de la extravagante bailarina anteceda a una balaustrada barroca. Con una cabellera ensortijada y sin los cuidados y afeites de una dama burguesa, la joven proyecta su brazo izquierdo hacia el fondo quizá señalando al palacio nazarí como lo más importante y significativo (Fig. 101). Nada entorpece con tal de conseguir el concepto deseado aunque sea exagerado: la creación de un imaginario colectivo y la proyección de lo español. El híbrido revoltijo historicista del primer plano y a la derecha no tiene desperdicio: un escudo de España con las tres lises borbónicas de la rama de Anjou; una escena ecuestre que se nos presenta como referente a la toma de Granada por los Reyes Católicos y un sello, difícil de catalogar, pero que presumimos con la efigie de Alfonso XII. Y para que pedagógicamente se sepa a qué país hace referencia, una filacteria tremola, ondeando entre la decoración superior el mensaje iconográfico: L'Espagne. El cromo es francés, obviamente.



Fig. 101

En la segunda mitad del siglo XIX, las rivalidades entre Inglaterra o Francia contra España van perdiendo fuerza. Al tiempo que disminuye el número de libros de viajes sobre el país aumenta el turismo extranjero más bien preocupado por dividendos económicos o temas literarios. Si las consideramos como escenas hay que precisar que la narración es inverosímil, en todo caso anecdótica, como anecdótico es el comportamiento social. El tratamiento de las figuras está lejos, tanto de la fuerza de los aguerridos bandoleros o toreros, como de la descarada gestualidad de algunas andaluzas. Muchas de estas litografías pudieron estar inspiradas en otras más relevantes de viajeros ingleses o franceses (recordemos a Ford o Doré). Quizás por esto, la ausencia de frescura que implica una gran falta de impresión y precisión iconográfica, como si la imagen fuera de segunda mano. Predomina la imagen y los temas a la italiana o a la francesa. Y así, un aire de amor cortés envuelve a las dos figuras inferiores que, salvo algún detalle indumentario bien pudieran ser de cualquier país mediterráneo (Fig. 102).

Al igual que los viajeros de la primera mitad del siglo se detenían en la descripción de los trajes regionales, los cromos de la segunda mitad del siglo, plenos de un colorido realista, hacen hincapié en esta diferenciación dejándonos toda una gama de tipos populares en los que destaca una fina observación de ajuares, tejidos, bordados, zapatos o peinados.

No es lo mismo la pose de castellano leonés o una catalana que la convulsión gestual que, según el cromo, implica a los andaluces. Posiblemente el etnocentrismo del observador y dibujante extranjero se detenía más en las diferencias entre sus países de origen y en las existentes en la misma España. Tristemente, para buscar las diferencias se detenían en el vestuario más que en lo que realmente unía a los españoles: una misma cultura. Es de observar cómo el detenimiento descriptivo en los personajes o tipos representados impide la comunicación entre ellos. La comunicación es un hecho social y cultural y posiblemente esta no les interesaba expresarla a los diseñadores de cromos. En este sentido y coincidiendo con el momento histórico, hay que recordar la fuerza con que los nacionalismos se extendían por Europa. Era una manera de reivindicar la pertenencia a unos usos, costumbres o tradiciones.

Más que detenerse en el contenido de cualquier relato, a estas figuras no le concedemos una gran originalidad en el planteamiento de poses con cierto planismo que impide la situación espacial. Sin embargo se percibe cierta espontaneidad, la expresiva personalidad de cada uno de los personajes. En todas ellas el espacio corpóreo queda marcado por el adelantamiento de un pie o la ambigüedad de colocación de brazos y cuellos.

Detectamos que posiblemente las figuras más hieráticas mantienen bastante bajo el borde de sus vestidos o quizás haga referencia a la edad, siendo jóvenes o adolescentes las que portan

los vestidos más cortos. Comenta A.J.C.Hare²³⁶ que *Muchos escritores se han explayado en elogios hacia los bellos pies de las españolas, pero la verdad es que llevan los trajes tan largos que resulta difícil imaginar cómo han podido vérselos. Y no es que se trate de una moda reciente; los pies de las señoras españolas siempre han sido invisibles.*



Fig. 102

Paralelismo o tangencialidad no importa. Lo cierto es que una vez más volvemos a encontrar la misma descripción, icónica en los cromos y literaria en el texto de A.J.C.Hare cuando al hablar de las sevillanas y sus abanicos manifiesta que *Desde aquí, a lo largo de la orilla del fangoso Guadalquivir, se extiende el agradable paseo de Las Delicias, muy frecuentado al atardecer por las bellezas de Sevilla, que se permiten lucir grandes escotes y flores en el pelo, mientras que en todas las demás ocasiones, incluso en las fiestas de noche es de rigor el escote alto. Aquí se usan toda clase de abanicos, y de todas las formas, algunos con mango, y tan grandes que sirven de sombrilla. Hay abanicos para todas las estaciones y*

²³⁶ SOLÉ, José María. *La tierra del breve pie. Los viajeros contemplan a la mujer española*. Madrid: Edit Veintisiete letras, 2007.

para todas las ocasiones. Un amigo nuestro preguntó a una señora que cuántos tenía, y ésta le contestó que «sólo treinta docenas», y que le parecían pocos. En las iglesias, donde no hay bancos ni sillas, y donde las señoras se sientan en el suelo, de manera muy pintoresca, el aleteo de los abanicos en tiempo de calor es realmente prodigioso».

Cuando Richard Ford²³⁷ se detiene en describir las costumbres andaluzas (véase, por ejemplo, lo referente a la feria de Mairena) parece implicar por su detallismo a los diseñadores de cromos de la segunda mitad de siglo. Y así, el autor inglés precisa: *la obligación del majo fino es presentarse cada día con un caballo y un traje diferente, desafiando el reto de las sonrisas, de los abanicos que se agitan y los pañuelos que ondean a su paso (...) en esas ocasiones la maja llevaba siempre su “caramba”, es decir, una cinta bordada de plata que se ataba al moño o castaña de su pelo, y el majo llevaba siempre dos pañuelos bordados por ella, asomando las puntas de los bolsillos de su chaqueta.*

Borrow también parece congratularse con este tipo de escenas al situar en las márgenes del Guadalquivir, concretamente en el parque de Las Delicias sevillano, *...cuanta belleza y bazarria encierra la ciudad. Allí las ojinegras damas andaluzas se pasean con el gracioso prendido de las mantillas de encaje...*

Quisiéramos concluir, a modo de contraste con la visión iconográfica blanda e inexpresiva que se aprecia en estas cromotipias, con la descripción literaria, acaso más próxima a la realidad, que en 1898 R.B. Cunningham Graham hace de la bailaora Aurora la Cujíñi al manifestar que *“...tenía los ojos grandísimos y brillantes, y su forma de vestir era un algo anticuada, con el pelo cayéndole sobre la frente y colgando hasta los hombros, a la moda de 1840, falda de muchos volantes, zapatos bajos con trabilla alrededor del tobillo y un mantón de la China envolviéndole*

²³⁷ FORD, Richard. *A Handbook for travellers in Spain, 2 vols.* Londres: J.Murray, 1845

el torso. Salió al centro del escenario con el aire de una yegua a punto de lanzar coques”.

CONCLUSIONES

1. Conclusiones generales.

Nuestro conocimiento del mensaje social de los cromos posiblemente haya ido proyectando una imagen excesivamente relativista. Su origen mercantil estaría lejos de proporcionarnos criterios estéticos o epistemológicos. Sin embargo, presuponemos en ellos el valor de saber nadar en las convulsas aguas de su tiempo. En su misma producción, posiblemente tengamos que señalar para nuestros cromos lo que Freud llamaría “*compulsión de repetición*”, fruto de la confusión post-ideológica que se estaba dando a finales del siglo XIX. Es posible que los cromos respondan a cierto cansancio ante las diversas y fluctuantes corrientes estéticas que se estaban sucediendo, de las que se nutren levemente; a las que observa pero no copia y, por otra parte, al carácter conservador de la cultura y de la sociedad o de sus clases dominantes en general. Posiblemente, por similitudes sociales o de pensamiento, la imagen de lo victoriano característica de los cromos siga proyectándose en la actualidad, aunque sea dentro del concepto estético del *kitsch*.

El cromo no hay que entenderlo como algo fosilizado, sino como un elemento donde la comunidad se reconocía y se identificaba, dirigidos al consumo de una burguesía bien pensante o a una clase media-baja. Por otra parte, las clases cultas serán las que se adentren en los nuevos movimientos estéticos en contraste con las menos formadas, que prefieren alimentarse de lo pasado, de una estética a la que no hacía tanto tiempo no podían acceder. Es el proceso normal que se repetirá en tiempos posteriores: los posters que reproducen el Guernica de Picasso aparecerán colgados en el entorno doméstico burgués, mientras en los dormitorios de la clase obrera encontraremos al Cristo de Dalí, con su estética leonardesca a destiempo.

La objetividad histórica total no existe. Para Nietzsche “*no hay hechos, sino sólo interpretaciones*”, y en el caso de nuestros cromos nos cuestionamos la necesidad de explicarlos, de interpretarlos cuando, al fin y al cabo, iban dirigidos a un público alienado y perplejo ante la confusa y desconcertante pluralidad de imágenes, ideas y estilos que en su época se estaban sucediendo.

Quizás la función principal del cromo consistiera en reconfigurar el vínculo entre arte y público como algo funcional, recurriendo al pasado, a las referencias históricas que le servirán para no renunciar al convencionalismo de esa misma sociedad; lo que dará significado a los cromos evitando la incertidumbre de su presente y su porvenir. Pero el porvenir estaba ahí, y resultó aplastante para la existencia de los cromos y de su público. Hemos intentado dar vida a estos pequeños trozos de papel que sucumbieron a los estragos de la modernización, aunque hayamos tenido que reconstruir su pasado utilizando los discursos del presente, atendiendo a su dimensión como medio de comunicación.

Así pues, no sería justa (ni precisa) una conclusión moral respecto al mundo de los cromos, por lo que hemos considerado mucho más determinante la exposición científica de su importancia y significado.

Walter Benjamin²³⁸ señaló la necesaria correspondencia que debe darse entre la obra de arte y los medios de producción coetáneos, y cómo aquella supone una piedra de toque insoslayable para considerar tanto la eficacia sociocultural que cabría esperar de la misma, como su pertinencia histórica. En el caso de los cromos, podemos hablar de eficacia pero no de progreso. Serían la fotografía y el cine las que sí acabarían siendo consideradas los principales exponentes del momento en lo que reproducción de la imagen se refiere.

La aceleración de la historia y la cultura desde el siglo XVIII hacía obsoleto, cada vez más deprisa, un número cada vez mayor de objetos y fenómenos, incluidos los movimientos artísticos. El siglo XIX supone un cambio en la concepción del mundo y en el modo de mirarlo, cuya aceleración no se había dado nunca hasta ese momento en la Historia. Tradicionalmente, había pervivido el concepto de “*hombre*” tal y como se contemplaba en el Renacimiento. Pero con el romanticismo, este concepto cambia como consecuencia de la transformación que se avecina, y eso produce un vértigo difícil de asumir. Vértigo que aún pervive. Pensemos que, en el plazo de tan sólo cien años, pasamos de la mirada “*clásica*”, estática, contemplativa y objetivizada, al cinematógrafo y el ferrocarril. ¿Cómo pretender que el arte no asuma esos cambios e intente reflejarlos? ¿Cómo podemos pensar que un artista que viaja en tren, atravesando los campos a toda velocidad (la de entonces), que asume principios como la

²³⁸ Benjamin, W. *El autor como productor*. 1934

subjetividad de la visión, que ha asistido al espectáculo del cinematógrafo y paseado por las grandes ciudades refleje luego lo que ve del mismo modo que Velázquez, por ejemplo?

Creados como medio de promoción de una mentalidad decadente, pero con una evidente finalidad comercial que los hace falsos y enfrentados a la realidad de su tiempo, incluido al arte, los cromos son una muestra más de lo que expresamos; ofrecen una satisfacción rápida pero decepcionante para su público que empieza a pertenecer a un sistema de medios de comunicación de masas que procesa toda la cultura como diversión. La vida del espíritu, incluido el romántico, se sustituye por el comercio de cosas que se compran y se venden. Quizás por esto los cromos son un ejemplo de ideas muertas, usadas como instauración de un nuevo orden donde lo que interesa es lo puramente mercantil. Como con los cromos nunca se alcanza la felicidad que reflejan o prometen, permanecen en una reiterada *promesse de bonheur*. Nunca supondrían una revolución artística (como la impresionista o la surrealista, por ejemplo), ni tampoco la liberación de las pasiones (como en el simbolismo), ni la liberación de la mujer. Ni siquiera supusieron una ruptura entre arte y vida. Su creación es autorreferente, reinventada, usarán una iconografía totalmente figurativa y referencial de sí mismos, aunque sea diversa. Dada la simplicidad aparente de su lenguaje, valdrá como retribución al tiempo efímero que el poseedor quiera concederle y al tiempo empleado por los medios técnicos en su producción, con lo cual y una vez más redundamos en su pertenencia al consumo fugaz²³⁹; nunca tendrían su espacio en museos o galerías²⁴⁰. Simplemente gozarían una vida relativamente breve. En ese sentido, este proyecto bien podría ser considerado como un intento de rescatarlos para la memoria colectiva de nuestros días.

²³⁹ Estas características también podríamos aplicarlas a manifestaciones artísticas actuales como determinados géneros audiovisuales, de consumo rápido y pasajero a través de la red o el mismo diseño en general, sin ir más lejos.

²⁴⁰ Gran parte de la producción usada en esta investigación, procede directamente de los *scrap albums*, lo que pone de manifiesto el interés de sus dueños por la pervivencia, de ellos mismos, de sus vidas, sus costumbres y de los propios cromos en sí. Al tiempo han sido de gran utilidad para comprender un tiempo ya concluido.

Podemos afirmar que los cromos se encuentran anclados en el sentimentalismo subjetivo de la imaginación romántica, burguesa. Tan subjetivo como el territorio del arte que no es otro que la belleza, el amor, la emoción, junto con todas sus variantes posibles. Esto es así desde que el mundo es mundo. Era así en tiempos de Homero y de Gilgamesh. Y lo seguirá siendo.

Sentimental porque se encuentra ausente de lo concreto y real abandonándose a lo idílico. De ahí su apariencia frívola y un tanto subyugante, como todo lo que se mueve entre lo real y lo imaginario, entre lo objetivo y la recreación de la memoria; de ahí que encontremos sumamente interesante el hecho de que los cromos en general carezcan de referentes textuales, negándoseles así la posibilidad de envejecer o sobrevivir, porque no responden a nada concreto. Limitan su esencia a unos cuantos esquemas icónicos, fragmentando la realidad de un modo elemental; por esto recurren a una estética autocomplaciente y que se agota con rapidez; a lo frívolo como defensa; a la resistencia icónica, como protección ante un futuro que se anunciaba particularmente incierto. La huida del cambio que representan los cromos consiste en anular el tiempo, y de ahí que estas ficciones que nos muestran tengan esa gran capacidad de evocación, mezclando un pasado que se vuelve presente con leves detalles de actualidad. La sociedad de la segunda mitad del siglo XIX sentía, más que entendía, la dialéctica entre la innovación y el deseo de recordar mezclados, produciendo una tensión entre tradición y anticipación²⁴¹. Será la misma sociedad británica, y esto es connatural a la misma, la que acepte las reformas, el presente, el cambio, pero siempre apoyada en el pasado al que continúa aferrada.

Heidegger consideraba que el presente de los pueblos e incluso de la propia identidad personal está determinado por el futuro, no por el pasado. Desde ese punto de vista ¿qué puede suceder cuando un sector de la sociedad se considera sin futuro moral o espiritual? Los cromos y el sector de la sociedad que los originó idealizaron a la mujer, a la naturaleza, a la infancia, a *su* momento, en definitiva. El significado de los cromos, su propia iconografía es una muestra de

²⁴¹Hemos sometido a nuestro análisis algunos ejemplares en los que aparecen coches, aviones o nueva maquinaria industrial o agraria. Lo que nos lleva a la conclusión de que la tradición cultural no entra en contradicción, no desestabiliza a los iconos de la modernización. Todo puede convivir, todo es compensación.

esta paradoja reflejada en la cultura de finales del siglo XIX. Desde nuestra perspectiva actual, entendemos que forman parte del legado de ese siglo.

Si en un principio nos motivó el desconocimiento de los cromos como documentos susceptibles de ser investigados, tras una intensa tarea, hemos de reconocer en ellos el descubrimiento de una nueva manera de acercarnos a las emociones, más que a las razones, de la sociedad decimonónica. Durante la investigación hemos tratado de minimizar el discurso crítico inmediato que nace como consecuencia de la banalidad que a menudo reflejan los *scraps*, optando por el análisis de su singularidad, de su delicadeza, aportándonos una nueva experiencia estética, en equilibrio entre la poesía y la comunicación, sin perder de vista este último aspecto en la orientación de nuestro análisis.

Hoy siguen existiendo como *revival* decadente, desvitalizadas caricaturas de sus orígenes, tan amanerados y retóricos como la propia sociedad decimonónica. La pregunta, pues, sería: ¿por qué siguen teniendo éxito entre una cierta parte de la sociedad de nuestros días? Los cromos son reliquias, residuos culturales de la identidad de otro tiempo; lo que supone la revelación, un tanto enmascarada, de determinados aspectos del pasado. Constituyen un universo cerrado, por momentos claustrofóbico y, por lo tanto, también surreal y mentiroso. La conexión con el espectador actual, en ausencia de referentes contextuales, es puramente icónica, por lo que solamente la mirada viva de quien los contempla les concederá el alma que necesitan para perpetuar su existencia, a través del coleccionismo, en una época en la que los objetos con alma brillan por su ausencia.

Aunque es cierto que su origen es meramente mercantil, y estando en gran medida destinados a su deshecho (su propia denominación anglosajona, *scrap*, así lo denota), tendremos que admitir que en el contexto de nuestros días el cromo bien puede suponer un referente comunicativo, visual y artístico, por momentos ilustrativo de cuanto echamos de menos en la tecnificada y apresurada cultura del siglo XXI.

2. Conclusiones específicas.

Acaso los cromos hayan sido o sean aún un sistema iniciático de socialización y de representación del mundo, proponiendo o imponiendo un modelo de *realidad* condicionada por determinados intereses. Si asistimos en nuestros días a que todo lo llamado *real* podemos hacerlo mutable desde la tecnología, el poder y los *mass media*, los cromos no dejan de ser una advertencia para toda teoría de la comunicación. Desde ese punto de vista, el *scrap* sería un primitivo eslabón de una cadena que continúa, y en cuyo estudio hemos descubierto numerosos aspectos interesantes:

- El cromo, como elemento iconográfico, es un medio-soporte más de comunicación.
- Constituye en sí mismo un hecho comunicativo no verbal y gráfico, heredero del objetivismo realista de los siglos anteriores.
- Constituye uno de los soportes primigenios de la publicidad.
- Supone un punto de abordaje interesante para la comprensión del siglo XIX en diferentes aspectos.
- Constituye un vehículo de socialización aun reflejando una realidad condicionada por elementos artificiales, ajenos a los sociales.
- Es un reflejo más del control social destinado a mantener a la mujer en segundo plano respecto al hombre y que responde a estructuras con raíces profundas y complejas para desentrañar, lo que fomenta la necesidad de profundizar en su investigación.
- Forma parte del imaginario romántico que, de España en general y de Andalucía en particular, se tenía en los países europeos más desarrollados.
- Recurre a una tecnología-manufactura de las tradicionalmente consideradas como “*artes menores*”, como exponente clarificador de teorías histórico-artísticas.

- Soporta un mensaje inmediato y directo que revela conceptos esenciales.
- Concentra los elementos de la etapa histórico-artística anterior al tiempo que anticipa movimientos y tendencias posteriores.
- Como símbolo, o conjunto de ellos, no sólo representa y justifica el contexto en el que opera, sino que además lo construye, de acuerdo con los parámetros de una parte significativa de la sociedad.
- El cromo y sus derivaciones constituyen un lenguaje en sí mismo, por lo que funciona como transmisor de un mensaje y soporte no verbal ni escrito, sino gráfico. Como todo lenguaje no deja de ser eficaz a la hora de transmitir mediante códigos conocidos y manipulados por el emisor y perfectamente reconocibles por el receptor. Aun tratándose de modestos trozos de papel, la filosofía de su lenguaje nos lleva a la praxis y al establecimiento de un campo (o corpus) teórico sobre los aspectos más relevantes y la definición de la sociedad que los produjo. Alberga detalles minúsculos, casi invisibles, y refleja rasgos sutiles de la vida cotidiana. Es por esto que se trata de imágenes susceptibles de convertirse en piezas y fragmentos de toda una época. Es muy posible que, pese a haber estado expuestos a los ojos de muchos, nunca fueran observados ni entendidos en toda su magnitud.
- Se revela como imagen y modelo iconográfico inductor y represor; publicitario, propagandístico, aleccionador y moralizante.
- El cromo es también el reflejo de una época, un tiempo y un contexto social determinado.
- Aunque hasta ahora haya sido considerado más un objeto de coleccionismo, que de representación artística o sistema de comunicación social digno de estudio; creemos que el cromo resuelve muchos aspectos ignorados de la encrucijada vital de los europeos de hace ciento cincuenta años. El omnipresente conflicto, entre la libertad de la práctica amorosa y las virtudes y valores propios de la burguesía, históricamente encarnado (principios del siglo XIX) en la confrontación entre románticos y victorianos. Estos últimos, defensores de una moral

caracterizada por un poder sin rostro y basada en un lenguaje y en una iconografía (la de los cromos, por ejemplo) a cuya interpretación, hemos tratado de contribuir.

- El cromo sintetiza una mentalidad, un tipo de sociedad y un modelo económico que determinaron el destino del mundo durante un significativo periodo de tiempo.
- Representa un eslabón más que enlaza con la etapa preindustrial y preludia los cambios que se avecinaron en la segunda mitad del siglo XIX.
- Representa un peldaño más en la investigación y la comprensión del siglo XIX.
- Supone un ejemplo válido de la represiva moral victoriana, que acabaría extendiéndose al resto de la comunidad occidental.

Por otra parte, y de manera tangencial a las conclusiones mencionadas, nuestra investigación nos ha permitido descubrir otros aspectos de notable interés académico y que bien pudieran ser el punto de partida de nuevos estudios:

- Un acuerdo-identificación entre la imagen, el símbolo y el entorno en el que se producen las cromolitografías.
- La unificación y compendio de la posible bibliografía existente.
- Reconstruir el modelo de producción del cromo como producto de consumo, objeto artístico y soporte comunicativo.
- Su conexión con los movimientos artísticos y estéticos del siglo XIX y comienzos del XX.
- Trascender la mera imagen reflejada para comprender y explicar el complejo espectro de las mentalidades propias de su época.

Respecto a su papel como medio de comunicación de masas, tradicionalmente ignorado bajo la influencia de la sociología norteamericana, que suele identificar los conceptos de *cultura popular* y *cultura de masas* en una metonimia de dudoso rigor académico; desde una perspectiva europea, hemos tratado de diferenciar: la *cultura popular* sería parte de las manifestaciones culturales procedentes del folklore y la tradición propias de las sociedades preindustriales y transmitidas espacial y temporalmente por la comunicación oral, así como por la pretecnología o la artesanía; permaneciendo vigente aún hoy día en el ámbito de las sociedades menos desarrolladas o en ciertas esferas más o menos marginales de la cultura urbana. La *cultura de masas*, en cambio, debe entenderse como la consecuencia social procedente de la difusión y consolidación, a partir del siglo XIX, de las nuevas tecnologías destinadas a perpetuar en el tiempo la información simbólica, icónica o escrita; desde la xilografía, el cartel y la fotografía, hasta la televisión y el cine... pasando por el cromo; tan cercano, inocente, frágil, íntimo, como las más bellas de las representaciones artísticas populares. Tan eficaz como soporte de comunicación global como le permitieron las modas, los hábitos de consumo, la floreciente tecnología...

Para aquella sociedad decimonónica, sobre todo para los niños, educados entre cromos que representaban sueños para algunos y añoranzas para otros, el mundo sólo estaba poblado por seres hermosos y bienhechores. Nosotros, que ya no somos poseedores de las fugaces e inmateriales imágenes que nos rodean, ¿con quién compartimos el mundo?

De todos los medios de comunicación, acaso el cromo acabe por ser el que mayor indulgencia nos demande, por cuanto tiene de próximo al corazón por encima del artificio. Porque, al contemplar su condición de criatura inventada, sabemos que tan sólo ellas son realmente inocentes.

BIBLIOGRAFÍA

AAFRANSKI, R. *Romanticismo, una odisea del espíritu alemán*. Barcelona: Tusquets, 2009.

ACASO, M. *El lenguaje visual*. Barcelona: Bolsillo Paidós, 2009.

ADORNO. T, *Teoría estética*. Madrid: Ediciones Akal, 2005.

ALBERICH, J. *Del Támesis al Guadalquivir: antología de viajeros ingleses en la Sevilla del siglo XIX*. Sevilla: Univ. De Sevilla, 2000.

ANGUERA, M. T. *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Madrid: Cátedra, 1989.

ANTAL, F. *Hogarth and his place in European Art*. New York: Basic books, inc., 1962.

ANTIGÜEDAD, M^a.D; AZNAR, S. *El siglo XIX. El cauce de la memoria*. Madrid: Istmo, 1998.

APARICIO, A. J.; Varela, E. *Modernismo y Modernidad*. Madrid: Colección ABC, 2014.

ARNALDO, J, *El movimiento romántico*. Cuaderno de Historia 16 n°. 28, 2000.

BANKS, J. A. y O. *Feminism and Family Planning in Victorian England*. Liverpool: Liverpool University Press, 1964.

BARBER, J. *Children in Victorian Times*. London: Evan Brothers Limited, 2011.

BARCUS, F. E. *A Content Analysis of Trends in Sunday Comics 1900-1959*. [s.l.] Journalist Quarterly, 1961.

- BARDIN, L. *Análisis de contenido*. Madrid: Akal, 1986.
- BARTHES, R. *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Ed., 1971.
- BATJIN, M. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza, 1987.
- BAUDELAIRE, C. *De la esencia de la risa y en general de lo cómico en las artes plásticas*. Madrid: La balsa de la medusa, 2001
- BAUDELAIRE, C. *Lo cómico y la caricatura*. Madrid: La balsa de la medusa, 2001.
- BAUDRILLARD, J. *Simulations*. [s.l.]. Semiotext(e), 1983.
- BELTING, H. *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz Editores, 2011.
- BENJAMIN, W. *El autor como productor* (1934). Mexico: Itaca, 2004.
- BENJAMIN, W. *Imaginación y sociedad (Iluminaciones I)*. Madrid: Taurus, 1998.
- BENJAMIN, W. Traducción de Jesús Aguirre. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936). Madrid: Taurus, 1973.
- BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. [s.l.] Glencoe III. The Free Press, 1952.
- BERNAL, J.D. *Historia social de la ciencia*. Madrid: Península, 1967
- BOCK, G. *La mujer en la Historia de Europa*. Barcelona: Crítica, 2001.
- BOIX LLAVERIA, S. *Elfos y hadas en la Literatura y el Arte. Los espíritus elementales del Aire*. Barcelona: Edit Morgana, 2006.
- BONITZAR, Pascal. *Desencuadres, Cine y Pintura*. Buenos Aires: Edit. Santiago Arcos, 2007.
- BOTREL, J.R. *La serie de aleluyas Mares, Minuesa, Hernando*. En: J. Díaz (dir.), *Aleluyas*. Urueña, Etnografía, 2002.

BOZAL, V. *El siglo de los caricaturistas*. Madrid. Historia del Arte, Historia 16 n° 29.

BOZAL, Valeriano. *Lo cómico y la caricatura*. Madrid: la balsa de la medusa, 2001.

BOZAL, V. *Necesidad de la ironía*, Madrid: La Balsa de la Medusa, 1999.

BREYDENBACH, B. von. *Peregrinatio in Terram Sanctam*. Zaragoza: Pablo Hurus, 1498.

BURKE, P. *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza Universidad, 1991.

CABRA LOREDO, M^a. D. *España en la litografía romántica*. Madrid: Edit. Compañía Literaria, 1994.

CALVO SERRALLER, F. *La imagen romántica de España. Arte y arquitectura del siglo XIX*. Madrid: Ed. Alianza Forma, 1995

CAPDEVILA GÓMEZ, A. *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.

CARDONA SUANZES, A. *Los espejos del alma. Paisaje alemán en el Romanticismo*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012.

CARRERE, J. S. *Retórica de la pintura*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen, 2000.

CASASÚS. J. M. *Teoría de la imagen*. Barcelona: Salvat, 1973.

CASTIÑEIRAS GONZÁLEZ, M. A. *Introducción al método iconográfico*. Barcelona: Ariel Patrimonio Histórico, 1998.

CERDA, H. *Ideología y cuentos de hadas*. Madrid: Akal bolsillo, 1984.

CHERRY, P. *La pintura de bodegón en las colecciones del Museo Cerralbo*. Madrid: Secretaría de Estado de Cultura, 2001.

CIRICI PELLICER, A. *La pintura inglesa*. Barcelona: Edit. Ramón Sopena, 1963.

CLEMENTE, M; SANTALLA, Z. *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao: Deusto, 1991.

CLINTON, A. *Printed Ephemera. Collection, organisation and access*. London: Clive Bingley, 1981.

DANTO, A. *El final del arte*. *El paseante*, N°s, 23-25. 1995.

DARMON, P. *Mythologie de la femme dans l'ancienne France*. París: Éditions du Seuil, 1983.

DE VOS, T. *Chromos, Les premieres publicités*. París: Edit. Armonía, 2007.

DEL CORRAL, J. *La vida cotidiana en el Madrid del siglo XIX*. Madrid: Ediciones La librería, 2001.

DIAZ GUARDIOLA, J. *No todo el mundo está dispuesto a comunicar con el corazón*, en ABC de las Artes y las Letras, semana del 5 al 11 de julio, 2008.

DIJKSTRA, B. *Idols of Perversity. Fantasies of feminine Evil in Fin-de-Siècle culture*. Nueva York: Oxford University Press, 1986.

DORFLES. G. *Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona: Lumen, 1968.

DUBY, G. y PERROT, M. *Historia de las mujeres. El siglo XIX*. Madrid: Taurus, 2000.

DUGAST, J. *La vida cultural en Europa entre los siglos XIX y XX*. Madrid: Paidós, 2003.

ENZENSERGER. H. M. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama, 1972.

ETTER, R. B. *Tokens of Love*. London: Abbeville Press, 1990.

FAWDRY, K y M. *Pollock's History of English Dolls & Toys*. London: William Clowes Limited, 1979

FEBVRE, L; MARTIN, H-J. *La aparición del libro*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, 2005.

FERNÁNDEZ ARENAS, J. *Teoría y Metodología de la historia del arte*. Barcelona: Edit. Anthropos, 1990.

FLAUBERT, G. *Diccionario de lugares comunes*. Madrid: Edaf, 2006.

FLAUBERT, G. *Madame Bovary*. Madrid: Alianza Ed., 1999.

FORD, B. *Richard Ford's articles and reviews*, en *Book Handbook* (1948), núm.7.

FORD, R. *A Handbook for travellers in Spain, 2 vols*. Londres: J.Murray, 1845.

FORD, R. *Granada*. Granada: Patronato de la Alhambra y el Generalife, 1955.

FRASER, R. *La maldita Guerra de España: Historia social de la guerra de la independencia, 1808-1814*. Madrid: Edit. Crítica. 2006.

FREEDBERG, D. *El poder de las imágenes*. Madrid: Cátedra, 2009.

FREUD, S. *Psicología de las masas (1920-1921)*. Madrid: Alianza, 1978.

GALÁN, E. *Construcción de género y ficción televisiva en España*. En: *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. Nº28, 2007.

GALLEGO, A. *Historia del grabado en España*. Madrid: Cuadernos de Arte Cátedra, 1999.

GARCÍA JIMÉNEZ, J. *Comunicación, imagen, sociedad*. Madrid: Colección Imagen. TVE, 1969.

GARCÍA MAHÍQUES, R. *Iconografía e iconología. La Historia del Arte como Historia Cultural*. Madrid: Ed. El Encuentro, 2008.

GARCIA MELERO, J. E. *Arte Español de la Ilustración y del siglo XIX. En torno a la imagen del pasado*. Madrid: Encuentro Ediciones, 1998.

GARCIA SÁNCHEZ, L. *Victoria I, el alma del Imperio*. En: *Historia* 16 nº.307, 2001.

GIDDENS, A. *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra, 1995.

GIMÉNEZ CABALLERO, F; LÓPEZ RODRÍGUEZ, M. *Cien anillas de calidad en la Litografía Tabacalera*. Sevilla: Ed. Giralda, 1997.

GOMBRICH, E.H. *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. New York: Phaidon, 2002.

GOMBRICH, E.H. *Arte, percepción y realidad*. Madrid: Paidós. 1972.

GOMBRICH. E. H. *Temas de nuestro tiempo. Propuestas del siglo XX acerca del saber y del arte*. Madrid: Edit Debate, 1991.

GÓMEZ GÓMEZ, A. J.; RUIZ SANMIGUEL, J. *Las Casas baratas de Bilbao*. Bilbao: Polidore, 2004.

GOMEZ, A. J.; RUIZ, F. J. *El retrato fotográfico de boda (1860-1936)*. En: Blanca y radiante. Desde la invisibilidad a la presencia en el universo femenino. Málaga: Universidad de Málaga, 2010.

GOODY, J. *La familia europea*. Barcelona: Crítica, 2001.

GROSE, F. *Principios de la Caricatura*. Madrid: Katz Editores, 2011.

GUASCH, A y OSBORNE, R. *Sociología de la sexualidad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS, Siglo XXI, 2003.

GUASCH, A. *Género y sexualidad. Una perspectiva social y política*. En: Archipiélago, nº 67. 2005

GUBERN, R. *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16, 1997.

GUBERN, R. *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen, 1974.

GUBERN, R. *Patologías de la imagen*. Madrid: Anagrama, 2004.

HADJINICOLAU, N. *Historia del Arte y lucha de clases*. Madrid: Siglo XXI, 1975.

HEGEL, G. W. F. *Obra completa*. Madrid: Biblioteca de Grandes Pensadores. Editorial Gredos, 2010.

HEILBRUN, F., PANTAZZI, M., *Album de collages de l'Angleterre victorienne*, Paris: Editions du Regard/Réunion des Musées Nationaux, 1997.

HERBERT, Z. *Poesía completa*. Barcelona: Lumen, 2012.

HERNANDO, J. *El pensamiento romántico y el arte en España*. Madrid: Ensayos Arte Cátedra, 1995.

HOLSTI, O. R. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. [s.l.]. Reading, Addison-Wesley, 1969.

HONOUR, H. *El romanticismo*. Madrid: Alianza Forma, 2007.

HORACIO, *Ars Poetica*, 1-5, en *Sátiras. Epístolas. Arte poética*. Madrid: Cátedra, 1996.

HOUFE, S. *Diccionario de 19th Century British Book Ilustradores 1800-1914*. Londres: Edit. Woodbridge, Antique collectors Suffolk Club, 1978.

HUIZINGA, J. *Homo Ludens*. Madrid: Alianza, 2000.

HUSSEY, C. *Lo pintoresco. Estudios desde un punto de vista*. Madrid: Colección Pasaje y teoría, 2013.

IBAÑEZ, A. "El autobús de Londres" en ABC de las Artes y las Letras, N° 878, semana del 29 de noviembre al 5 de octubre de 2008,

J. A. y O. Banks, *Feminism and Family Planning in Victorian England*. Liverpool: Liverpool University Press, 1964.

JEUDY, P.H. *La culture en trompe-l'oeil*. París: Exhibitions International, 1986.

JIMÉNEZ CRUZ, A. *La España pintoresca de David Roberts. El viaje y los grabados del pintor. 1832-33*. Málaga: Publicaciones de la Universidad de Málaga, 2007.

KANT, I. *Lo bello y lo sublime*. Buenos Aires: Biblioteca Virtual Universal, 2003.

KAPLAN, A. *Content analysis and the theory of signs*. Philosophy of Science, vol. 10, no 4, 1943.

KAYSER, W. Lo grotesco. Su realización en literatura y pintura. Madrid: Antonio Machado, 2010.

KLAPPER, J.T. *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid: Aguilar, 1974.

KRAMER, S. N. *La historia empieza en Súmer: 39 testimonios de la historia escrita*. Madrid: Alianza editorial, 2010.

KRIPPENDORFF, K. *Metodología del análisis de contenido*. Barcelona: Paidós, 1995.

KULKA, T. *El kitsch*. Madrid: Casimiro libros, 2011.

LANGA LAORGA, A. *La sociedad europea del siglo XIX, a través de los textos literarios*. Madrid: Istmo, 1990.

LASSO DE LA VEGA, C. *La imagen de Andalucía en el discurso publicitario*. Sevilla: Centro de estudios andaluces. Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía, 2006.

LASSWELL, H. *The Structure and Function of Communication in Society*. En: BRYSON, L. *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948.

LÁZARO MILLA, N. *La virgen y el Niño con guirnalda de flores: copiando a Daniel Seghers*. Madrid: Museo Cerralbo, 2012.

LAZARFELD, P. F.; BERELSON, B.; MCPHEE. *Voting: A study of Opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: Chicago University Press, 1954.

LESSING, D. *Autobiografía. Un viaje por la sombra*. Madrid: Debolsillo, 2008.

LEWIS, J. *Printed Ephemera. The changing uses of type and letterforms in English and American printing*. Woodbridge, Suffolk: Antique Collector's Club, 1990.

LINDON MARTÍNEZ, C. *Litografía Industrial en el Norte de España. 1800 a 1950*. Madrid: Edit. Trea, 2005.

LÓPEZ FERNÁNDEZ, M. *La imagen de la mujer en la pintura española. 1890-1914*. Madrid: La balsa de la Medusa, 2006.

LÓPEZ-ARANGUREN, E. *El análisis de contenido*. En: GARCÍA FERRANDO, M; IBÁÑEZ, J; ALVIRA, F. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* Madrid: Alianza Universidad Textos, 1994.

MANCOFF, D. N. *The pre-raphaelite language of flowers*. New York: Library of Congress, 2002.

MANRIQUE SABOGAL, V. *El esplendor de la fealdad*. Diario El País, 5 de Enero de 2008.

MANUEL, A. *Leer imágenes*. Madrid: Edit. Alianza, 2003.

MARTÍNEZ RUIZ, E; MAQUEDA ABREU, C. *La Historia y las Ciencias Humanas. Didáctica y técnicas de estudio*. Madrid: Istmo, 1989.

MATTHEWS, J. *El arte de la infancia y la adolescencia*. Barcelona: Paidós, Arte y Educación, 2002.

MEGGS, P. M y PURVIS, A. W. *Historia del diseño gráfico*. [s.l.] Edit. Rm Verlag, 2009.

MELOT, M. *Breve historia de la imagen*. Madrid: Siruela, 2010.

MILTON, J. *El paraíso perdido*. Madrid: Cátedra, 1999.

MORALES PADRÓN, F. *Viajeras extranjeras en Sevilla en el siglo XIX*. Sevilla: Edit. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones, 2000.

MORATÓ, C. *Las reinas de África*. Barcelona: Plaza y Janés, 2011.

MORRIS. C. *Signos, lenguaje y conducta*. Buenos Aires: Losada, 1962.

MORSE, P, V. *Triumph of Romanticism*. New York: Columbia S.S., 1970.

MORTON NORTON. C, *Lewis Carroll: A biography*. New York: Vintage Books. 1995.

NIETZSCHE, F. *Aforismi*. Roma: Ed.Tabula Fati, 1999.

NOCHLIN, L. *El Realismo*. Madrid: Alianza Forma, 2004.

- PÄCHT, O. *Historia del arte y metodología*. Madrid: Alianza Forma, 1977.
- PÉREZ RIOJA, J. A. *Diccionario de símbolos y mitos. Las ciencias y las artes en su expresión figurada*. Madrid: Ediciones Tecnos, 2008.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. En: *Revista Estudios de Sociolingüística*, nº 3, 2002.
- PLATÓN. *El Banquete*. Madrid: Alianza Editorial, 1999.
- POSADA KUBISSA, T. *El arte nórdico en el Prado*. Madrid: Museo Nacional del Prado, 2012.
- PUELLES, L. *Nada bajo los pies*, En *El factor grotesco*. Málaga: Catálogo de la exposición con el mismo título en el Museo Picasso de Málaga, 2012.
- PUNSET, E. *Cara a cara con la vida, la mente y el universo. Conversaciones con los grandes científicos de nuestro tiempo*. Barcelona: Edit. Destino, 2008.
- QUENTIN, B. *Bloomsbury*. Londres: Futura Publications, 1974.
- QUILES FAZ, A., *Los álbumes de señoritas: sujetos y objetos femeninos en el siglo XIX*. En: Quiles Faz, A; Sauret Guerrero, T. (coords.), *Prototipos e imágenes de la mujer en los siglos XIX y XX*. Málaga : Universidad de Málaga, 2002.
- RAMÍREZ, J.A. *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cuadernos de Arte Cátedra, 1992.
- RAMOS PÉREZ, R. *Ephemera. La vida sobre papel*. Madrid: Colección de la Biblioteca Nacional. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Catálogo de la exposición, 2004.
- REVILLA, F. *Diccionario de iconografía y simbología*. Madrid: Cátedra, 2010.
- RICKARDS, M; TWYMAN, M. *The Encyclopedia of Ephemera: A Guide to the Fragmentary*. New York: Psychology Press, 2000.
- ROIZ, J. *El desarrollo de la ciencia política empírica*. En: GARCÍA COTARELO, R y PANIAGUA SOTO, J. L. *Introducción a la Ciencia Política*. Madrid: UNED, 1991.

ROMÁN GUTIÉRREZ, I; PALEQUE, M. *Pintura, Literatura y Sociedad en la Sevilla del siglo XIX: el álbum de Antonia Díaz*. Sevilla: Colección Arte Hispalense n°. 83, 2008.

ROMERO TOBAR, L, *Manuscritos poéticos españoles: índice de doce álbumes*. En: Trabajos de la Sociedad Española de Bibliografía, SÁNCHEZ MARIANA, M (coord.), 1993.

ROMERO TOBAR, L., *Los álbumes de las románticas*. En: *Escritoras románticas españolas*, MAYORAL, M. (ed.). Madrid : Fundación Banco Exterior, 1990.

ROSEN CHARLES ZERER, H. *Romanticismo y realismo. Los mitos del arte del siglo XIX*. Madrid: Edit. Blume, 1988.

ROSENKRANZ, K. *Estética de lo feo*. Madrid: Julio Ollero editor, 1992.

ROUGEMONT, D. *El amor y Occidente*. Barcelona: Kairós, 2006.

RUIZ SANMIGUEL, J. *Imagen fija. Fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco (1978-1992)*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001.

RUIZ-DOMÉNEC, J. L. *La ambición del amor*. Madrid: Aguilar, 2003.

RUIZ-DOMÉNEC. J.L., *Europa, las claves de su historia*. Barcelona: RBA, 2010.

SATUÉ, E. *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 2012.

SAURET GUERRERO, T (ED). *Usos Costumbres y esencias territoriales*. Ministerio de Ciencia e Innovación. Málaga: Serv. Pub. UMA, 2010.

SAURET GUERRERO, T. *La Española cuando besa: Tendencias y realidades en la imagen femenina finisecular*. Málaga: Serv Pub. UMA, 2010.

SCHELLING, F. W.I. *Las relaciones de las artes figurativas con la naturaleza*. Buenos Aires: Aguilar, 1972.

SCHILLER, F. *Poesía ingenua y sentimental*. Buenos Aires: Nova, 1963.

SCHNEIDER, H.: *Naturaleza muerta*. Koln: Taschen, 2003.

SCHNURR, P. P. *A Methodological Note on Content Analysis: Estimates of Reliability*. New York: Journal of Personality Assessment, 1986.

SCHUBERT, A. *Historia social de España (1800-1990)*. Madrid: Nerea, 1998.

SIMMEL, G. *Filosofía del paisaje*. Madrid: Casimiro, 2013.

SOLÉ, J. M. *La tierra del breve pie. Los viajeros contemplan a la mujer española*. Madrid: Ed. Veintisiete letras, 2007.

SOUTER, N y T. *El arte de la ilustración*. Madrid: Lisma Ediciones, 2008.

SRIAU, E. *La correspondencia de las artes*. México: FCE, 1965.

STEIER, S; BRAUN, D. *El arte de la ilustración: Francesc Brundage*. Atglen: Schiffer Pub. Ltd., 1999.

THOM, R. *Parábolas y Catástrofes*. Barcelona: Tusquets, 1985.

THOREAU, H. D. *Colores de Otoño*. Palma de Mallorca: Torre de viento, 2002.

TRENC BALLESTER, E. *Las artes gráficas de la época modernista en Barcelona*. Barcelona: Gremio de Industrias Gráficas, 1977.

TURNER, J. *The Dictionary of Art*. New York: Oxford University press, 1996.

TURSEN, H. *Manual de Litografía*. Barcelona: Blume Ediciones, 1993.

TZVETAN, T. *Elogio de lo cotidiano*. Barcelona: Galaxia Gutemberg, 2013.

VÉLEZ, R. *El cromo a Catalunya. 1890-1936*. Molins de Rei: Ajuntament de Molins de Rei, 1998.

VILLA, N. *Allumettes et boites d'allumettes*, Paris : Flamme et fumées, 1962.

VILLAFANE, J. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide, 1985.

VITTA, M. *El sistema de las imágenes. Estética de las representaciones cotidianas*. Barcelona: Edit. Paidós, 2003.

VV.AA *Andalucía en la estampa. Grabados y Litografías siglos VI- XIX*. Sevilla: Ed. Junta de Andalucía, 1984.

VV.AA. *De princesas, señoras y otras clases de mujeres*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2001.

VV.AA. *Diccionario del dibujo y la estampa*. Madrid: Edit. Real Academia de San Fernando, 1996.

VV.AA. *Guía para el estudio de la Historia del arte*. Madrid: Cuadernos Arte Cátedra, 1992.

VV.AA. *La vida familiar desde la Revolución Francesa hasta la Primera Guerra Mundial (1789-1913)*. Madrid: Paidós, 2003.

VV.AA. *Luchas de género en la historia a través de la imagen*. Ponencias y comunicaciones, vols. I y II. Málaga: Servicio de Publicaciones, Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga (CEDMA), 2001.

WALPOLE, H. *Ensayo sobre la jardinería moderna*. Barcelona: Edit. El Barquero, 2003.

WETERING, VAN de. E. *Rembrandt: The Painter at Work*. Amsterdam: University of Amsterdam, 2000.

WHITE, G (ed). *The Studio. An Illustrated Magazine of Fine and Applied Art. Vol I. N°3*. Londres, 1894.

WOLFANG, K. *Lo grotesco. Su realización en literatura y pintura*, Madrid: Machado Libros, 2010.

YÁÑEZ, M. A. *Casajús, V. M. Introdutor de la litografía y el daguerrotipo en Sevilla*. Sevilla: Edit. Sociedad de Historia de la Fotografía española, 1987.

ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid: Ed. Cátedra / UPV, 1992.

ANEXO I.

CUADROS DE CATEGORÍAS Y VARIABLES

VARIABLES INDEPENDIENTES: PARÁMETROS CONTEXTUALES Y MORFOLÓGICOS

A. PERÍODO	A.1. EDUARDIANO (1800-1850)
	A.2. VICTORIANO (1850-1880)
	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)
	A.4. DECLIVE (1900-1920)
B. IMPRESOR	B.1. DETERMINADO
	B.2. INDETERMINADO
C. NACIONALIDAD	C.1. REINO UNIDO
	C.2. ALEMANIA
	C.3. FRANCIA
	C.4. ESPAÑA
	C.5. EEUU
	C.6. OTRO
D. DIMENSIONES	D.1. PEQUEÑO (<4 CMS)
	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)
	D.3. GRANDE (>15 CMS)
E. PROPORCIÓN	E.1. RECTANGULAR
	E.2. CIRCULAR
	E.3. CUADRADO
	E.4. OVALADO
	E.5. IRREGULAR
F. ORIENTACIÓN	F.1. HORIZONTAL
	F.2. VERTICAL
G. DIMENSIONALIDAD	G.1. BIDIMENSIONAL
	G.2. TRIDIMENSIONAL
H. SOPORTE	H.1. PAPEL
	H.2. MIXTO
I. SERIALIDAD	I.1. PLIEGOS
	I.2. ÚNICO

VARIABLES DE CARÁCTER DENOTATIVO: COMPOSICIÓN, ESPACIO Y TIEMPO DE LA REPRESENTACIÓN

J. FIGURA PRINCIPAL	J.1. PRESENCIA	J.1.1 HUMANA	J.1.1.1. MUJER
			J.1.1.2. NIÑO/A
			J.1.1.3. HOMBRE
			J.1.1.4. ANCIANO/A
		J.1.2 NATURALEZA	J.1.2.1. ANIMAL
		J.1.2.2. VEGETAL	
		J.1.3.OBJETO	
	J.2. AUSENCIA	J.2.1. PAISAJE	J.2.1.1. NATURAL
			J.2.1.2. RURAL
			J.2.1.3. URBANO
J.2.1.4. EXÓTICO			
J.2.2.BODEGÓN		J.2.2.1. NATURAL	
	J.2.2.2. ARTIFICIAL		
	J.2.3. CONJUNTO HUMANO		
K. ENCUADRE	K.1. PLANO DETALLE		
	K.2. PRIMER PLANO		
	K.3. PLANO MEDIO		
	K.4. PLANO TRES CUARTOS		
	K.5. PLANO GENERAL		
	K.6. PLANO DE CONJUNTO		
	K.7. GRAN PLANO GENERAL		
L. POSICIÓN DE LA FIGURA PRINCIPAL	L.1. FRONTAL		
	L.2. ESPALDAS		
	L.3. PERFIL		
	L.4. TRES CUARTOS		
M. GRADO FIGURATIVO	M.1. REALISTA		
	M.2. CARICATURA		
N. ESPACIO CONTEXTUAL	N.1. DOMÉSTICO	N.1.1. INTERIOR	
		N.1.2. EXTERIOR	
	N.2. LABORAL	N.2.1. INTERIOR	
		N.2.2. EXTERIOR	
	N.3. URBANO		
	N.4. RURAL		
N.5. NATURAL			
N.6. INDETERMINADO			
Ñ. TIEMPO CONTEXTUAL	Ñ.1. DETERMINADO	Ñ.1.1. PASADO	
		Ñ.1.2. PRESENTE	
	Ñ.2. ATEMPORAL		
O. NARRATIVIDAD	O.1. SENTIDO NARRATIVO		
	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO		
	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL		
P. REFUERZO TEXTUAL	P.1. SI		
	P.2. NO		

VARIABLES DE CARÁCTER CONNOTATIVO-INTERPRETATIVO

Q. REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD	Q.1. REALISTA	
	Q.2. ALEGÓRICA	
	Q.3. SIMBÓLICA	
R. REPRESENTACIÓN DE LA ACCIÓN	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	
	R.2. DINÁMICA	
S. TEMÁTICA	S.1. NATURALEZA	
	S.2. INFANCIA Y JUVENTUD	
	S.3. VIDA DOMÉSTICA	
	S.4. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	
	S.5. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	
	S.6. RELIGIÓN	
	S.7. POLÍTICA	
	S.8. PROFESIONES-OFICIOS	
	S.9. VALORES MORALES	
	S.10. MILITAR	
	S.11. EDUCATIVA	
	S.12. LÚDICA-FESTIVA	
	S.13. RURAL	
	S.14. MITOLÓGICA	
	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	
	S.16. CIENCIA-TECNOLOGÍA	
	S.17. ARTES	
	S.18. FANTASÍA	
	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	
	S.20. SENTIMENTAL	
	S.21. ORNAMENTAL	
	S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	
	S.23. COMERCIAL	
	S.24. MODA-BELLEZA	
		S.25. ETNOGRÁFICA
	S.25.2. NEGROS	
	S.25.3. INDIOS AMERICANOS	
	S.25.4. HINDÚES	
	S.25.5. ANDALUCES-HISPANOS	
	S.25.6. OTROS	
T. ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL	T.1. MUJER	T.1.1. AMA DE CASA
		T.1.2. OBJETO DE DESEO
		T.1.3. TRABAJADORA-PROFESIONAL
		T.1.4. AMANTE-SEDUCTORA
		T.1.5. AMANTE-SUMISA
		T.1.6. HEROISMO-LIDERAZGO
		T.1.7. DOMINANTE
		T.1.8. MADRE
		T.1.9. ARTISTA
		T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA
		T.1.11. VIRTUOSA-EDUCADA

		T.1.12. AFABLE-JOVIAl
		T.1.13. MELANCÓLICO-TRISTE
		T.1.14. SATÍRICO-CÓMICO
		T.1.15. CAMPESINA
		T.1.16. DEPORTISTA
		T.1.17. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
		T.1.18. REPRESENTATIVO
		T.1.19. ILUSTRE
		T.1.20. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO
		T.1.21. FESTIVO-LÚDICO
		T.1.22. OCIOSO
		T.1.23. DIVINO-SAGRADO
		T.1.24. FANTÁSTICO
		T.1.25. OTRO
	T.2. NIÑO/A	T.2.1. HIJO-BEBÉ
		T.2.2. JUEGO-DEPORTE
		T.2.3. TRAVIESO
		T.2.4. VIRTUOSO-EDUCADO
		T.2.5. AFABLE-JOVIAl
		T.2.6. VICIOSO-MALEDUCADO
		T.2.7. HACENDOSO-TRABAJADOR
		T.2.8. PIADOSO-RELIGIOSO
		T.2.9. MELANCÓLICO-TRISTE
		T.2.10. ADULTIZADO
		T.2.11. FESTIVO-LÚDICO
		T.2.12. REPRESENTATIVO
		T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
		T.2.14. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO
		T.2.15. CAMPESINO
		T.2.16. SATÍRICO-CÓMICO
		T.2.17. OCIOSO
		T.2.18. ARTISTA
		T.2.19. DIVINO-SAGRADO
		T.2.20. FANTÁSTICO
		T.2.21. OTRO
	T.3. HOMBRE	T.3.1. PADRE
		T.3.2. PROTECTOR
		T.3.3. AMANTE-SEDUCTOR
		T.3.4. AMANTE-SUMISO
		T.3.5. TRABAJADOR-PROFESIONAL
		T.3.6. TONTO-IGNORANTE
		T.3.7. CÓMICO-SATÍRICO
		T.3.8. HEROISMO-LIDERAZGO
		T.3.9. CORTÉS
		T.3.10. DOMINANTE
		T.3.11. MILITAR-BÉLICO
		T.3.12. GRUÑÓN-HOSTIL
		T.3.13. AFABLE-JOVIAl
		T.3.14. MELANCÓLICO-TRISTE

		T.3.15. ARTISTA
		T.3.16. PIADOSO-RELIGIOSO
		T.3.17. VICIOSO-MALEDUCADO
		T.3.18. VIRTUOSO-EDUCADO
		T.3.19. CORNUDO
		T.3.20. CAMPESINO
		T.3.21. DEPORTISTA
		T.3.22. AVENTURERO
		T.3.23. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
		T.3.24. REPRESENTATIVO
		T.3.25. ILUSTRE
		T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO
		T.3.27. FANTÁSTICO
		T.3.28. DIVINO-SAGRADO
		T.3.29. FESTIVO-LÚDICO
		T.3.30. OCIOSO
	T.3.31. MELANCÓLICO-TRISTE	
	T.3.32. OTRO	
	T.4. ANCIANO/A	T.4.1. ABUELO/A
		T.4.2. AFABLE-JOIVAL
		T.4.3. VICIOSO-MALEDUCADO
		T.4.4. GRUÑÓN-HOSTIL
		T.4.5. FESTIVO-LÚDICO
		T.4.6. CÓMICO-SATÍRICO
		T.4.7. REPRESENTATIVO
		T.4.8. ILUSTRE
		T.4.9. ARTISTA
		T.4.10. TRABAJADOR-PROFESIONAL
		T.4.11. TONTO-IGNORANTE
		T.4.12. AFABLE-JOIVAL
		T.4.13. MELANCÓLICO-TRISTE
		T.4.14. PIADOSO-RELIGIOSO
T.4.15. VIRTUOSO-EDUCADO		
T.4.16. CAMPESINO		
T.4.17. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO		
T.4.18. FANTÁSTICO		
T.4.19. DIVINO-SAGRADO		
T.4.20. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO		
T.4.21. OCIOSO		
T.4.22. OTRO		
T.5. ANIMAL	T.5.1. PROPIO	
	T.5.2. HUMANIZADO	
	T.5.3. FANTÁSTICO	
U. NATURALEZA DEL MENSAJE	U.1. EDUCATIVO	
	U.2. MORALIZANTE	
	U.3. IRÓNICO	
	U.4. ESPIRITUAL-RELIGIOSO	
	U.5. ILUSTRATIVO	

	U.6. CÓMICO
	U.7. CRÍTICO-DENUNCIA
	U.8. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
	U.9. ÉPICO
	U.10. NARRATIVO
	U.11. SENTIMENTAL
	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
	U.14. PERSUASIVO-COMERCIAL
	U.15. REPRESENTATIVO-INSTITUCIONAL
	U.16. DESCRIPTIVO
	U.17. ERÓTICO
	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
	U.19. REIVINDICATIVO
	U.20. POLÍTICO-IDEOLÓGICO
	U.21. LAUDATORIO
	U.22. INDETERMINADO

ANEXO II.

REJILLA DE VACIADO DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO

VARIABLES INDEPENDIENTES: PARÁMETROS CONTEXTUALES Y MORFOLÓGICOS

CROMO	A. PERÍODO	B. IMPRESOR	C. NACIONALIDAD	D. DIMENSIONES	E. PROPORCIÓN	F. ORIENTACIÓN	G. DIMENSIONALIDAD	H. SOPORTE	I. SERIALIDAD
C001	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C002	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C003	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C004	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.3.	FRANCIA	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C005	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C006	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.3.	FRANCIA	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C007	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C008	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C009	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C010	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C011	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C012	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.2. ALEMANIA	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C013	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C014	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C015	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C016	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C017	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C018	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C019	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C020	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C021	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C022	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C023	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C024	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C025	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C026	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C027	A.4. DECLIVE (1900-1920)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C028	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C029	A.1. EDUARDIANO (1800-1850)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C030	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C031	A.4. DECLIVE (1900-1920)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C032	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C033	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C034	A.1. EDUARDIANO (1800-1850)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C035	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C036	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C037	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.3.	GRANDE (>15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C038	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C039	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C040	A.4. DECLIVE (1900-1920)	B.2. INDETERMINADCC.2.	ALEMANIA	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C041	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C042	A.1. EDUARDIANO (1800-1850)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.1.	PEQUEÑO (<4 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C043	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C044	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.1. HORIZONTAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C045	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C046	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C047	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINADCC.1.	REINO UNIDO D.2.	MEDIANO (4-15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS

VARIABLES INDEPENDIENTES: PARÁMETROS CONTEXTUALES Y MORFOLÓGICOS

C240	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINAD	C.4. ESPAÑA	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C241	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINAD	C.4. ESPAÑA	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C242	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINAD	C.1. REINO UNIDO	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C243	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C244	A.4. DECLIVE (1900-1920)	B.1. DETERMINADO	C.1. REINO UNIDO	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.4. OVALADO	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C245	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.1. DETERMINADO	C.2. ALEMANIA	D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.1. BIDIMENSIONAL	H.2. MIXTO	I.2. ÚNICO
C246	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINAD	C.1. REINO UNIDO	D.1. PEQUEÑO (<4 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C247	A.2. VICTORIANO (1850-1880)	B.2. INDETERMINAD	C.1. REINO UNIDO	D.1. PEQUEÑO (<4 CMS)	E.3. CUADRADO	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.1. PLIEGOS
C248	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINAD	C.1. REINO UNIDO	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO
C249	A.4. DECLIVE (1900-1920)	B.1. DETERMINADO	C.2. ALEMANIA	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.1. RECTANGULAR	F.2. VERTICAL	G.2. TRIDIMENSIONAL	H.2. MIXTO	I.2. ÚNICO
C250	A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	B.2. INDETERMINAD	C.1. REINO UNIDO	D.3. GRANDE (>15 CMS)	E.5. IRREGULAR	NO APLICA	G.1. BIDIMENSIONAL	H.1. PAPEL	I.2. ÚNICO

CROMO	J'. FIGURA PRINCIPAL	J'. FIGURA PRINCIPAL	J". FIGURA PRINCIPAL	K. ENCUADRE	L. POSICIÓN FIGURA PRINCIPAL	M. GRADO FIGURATIVO	N. ESPACIO CONTEXTUAL	N'. TIEMPO CONTEXTUAL	O. NARRATIVIDAD	P. REFUERZO TEXTUAL
C001	J1.2. PAISAJE	J2.1.4. NATURAL	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C002	J1.1. HUMANA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C003	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1. DETERMINADO	N1.1. PASADO	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C004	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C005	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K7. GRAN PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C006	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C007	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C008	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C009	J1.1. PRESENCIA	J1.1.2. NATURALEZA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M2. CARICATURA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C010	J1.1. PRESENCIA	J1.2. NATURALEZA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. EXTERIOR	N1.1. PASADO	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C011	J1.1. PRESENCIA	J1.2. NATURALEZA	K1. PLANO DETALLE	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C012	J1.1. PRESENCIA	J1.1.4. ANCIANO/A	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M2. CARICATURA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C013	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M2. CARICATURA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C014	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M2. CARICATURA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C015	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C016	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C017	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C018	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.1. PASADO	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C019	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. PASADO	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C020	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. NIÑO/A	K7. GRAN PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C021	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.1. PASADO	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C022	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C023	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C024	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C025	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C026	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C027	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K4. PLANO TRES CUARTOS	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C028	J1.1. PRESENCIA	J1.1.4. ANCIANO/A	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.1. PASADO	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C029	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M2. CARICATURA	N2. LABORAL	N2.1. INTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C030	J1.1. PRESENCIA	J1.1.4. ANCIANO/A	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M2. CARICATURA	N4. RURAL	N4.1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C031	J1.1. PRESENCIA	J1.1.2. NIÑO/A	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C032	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. ANIMAL	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N2. ATEMPORAL	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C033	J1.1. PRESENCIA	J1.2.2. VEGETAL	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C034	J1.1. PRESENCIA	J1.1.4. ANCIANO/A	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M2. CARICATURA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C035	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K2. PRIMER PLANO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C036	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. PASADO	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C037	J1.1. PRESENCIA	J1.2.2. VEGETAL	K2. PRIMER PLANO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C038	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K2. PRIMER PLANO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C039	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C040	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C041	J1.1. PRESENCIA	J1.1.2. NIÑO/A	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C042	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C043	J2.2. PAISAJE	J2.1.2. RURAL	K7. GRAN PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C044	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C045	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C046	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C047	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C048	J1.1. PRESENCIA	J1.1.2. NIÑO/A	K3. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C049	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K3. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C050	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K3. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C051	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. ANIMAL	K3. GRAN PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M2. CARICATURA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C052	J2.2. PAISAJE	J2.1.4. NATURAL	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C053	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C054	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C055	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C056	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C057	J1.1. PRESENCIA	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C058	J2.2. PAISAJE	J2.1.2. RURAL	K7. GRAN PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C059	J2.2. PAISAJE	J2.1.2. RURAL	K7. GRAN PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N4. RURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C060	J1.1. PRESENCIA	J2.1.2. RURAL	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C061	J1.1. PRESENCIA	J1.2. NATURALEZA	K5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.1. SI
C062	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1.1. PASADO	N1.2. PRESENTE	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C063	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1.1. PASADO	N1.2. PRESENTE	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C064	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N4. RURAL	N2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C065	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N4. RURAL	N1. DETERMINADO	N1.1. PASADO	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C066	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. PASADO	NO APLICA	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C067	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. PASADO	NO APLICA	O.1. SENTIDO NARRATIVO	P.1. SI
C068	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N3. URBANO	N1.1. PASADO	NO APLICA	O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	P.2. NO
C069	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N1. DETERMINADO	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C070	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C071	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. ANIMAL	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C072	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. ANIMAL	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C073	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M1. REALISTA	N2. LABORAL	N2.2. EXTERIOR	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C074	J1.1. PRESENCIA	J1.2.1. ANIMAL	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C075	J1.1. PRESENCIA	J1.1.3. HOMBRE	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C076	J1.1. PRESENCIA	J1.1.4. ANCIANO/A	K5. PLANO GENERAL	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C077	J1.1. PRESENCIA	J1.1.2. NIÑO/A	K3. PLANO MEDIO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C078	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K3. PLANO MEDIO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C079	J2.2. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.3. PERFIL	M1. REALISTA	N6. INDETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C080	J1.1. PRESENCIA	J1.3. OBJETO	K6. PLANO DE CONJUNTO	L.4. TRES CUARTOS	M1. REALISTA	N5. NATURAL	N1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C081	J1.1. PRESENCIA	J1.1.1. MUJER	K5. PLANO GENERAL	L.1. FRONTAL	M2. CARICATURA	N3. URBANO	N1. DETERMINADO	N1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO

	J.1. PRESENCIA	J.1.2. NATURALEZA	J.1.2.1. ANIMAL	K.5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M.1. REALISTA	N.6. INDETERMINADO	NO APLICA	N.2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C246	J.1. PRESENCIA	J.1.2. NATURALEZA	J.1.2.1. ANIMAL	K.5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M.1. REALISTA	N.6. INDETERMINADO	NO APLICA	N.2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C247	J.1. PRESENCIA	J.1.2. NATURALEZA	J.1.2.1. ANIMAL	K.5. PLANO GENERAL	L.3. PERFIL	M.1. REALISTA	N.6. INDETERMINADO	NO APLICA	N.2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C248	J.2. AUSENCIA	J.2.3. CONJUNTO HUMANO	NO APLICA	K.6. PLANO DE CONJUNTO	L.2. ESPALDAS	M.2. CARICATURA	N.3. URBANO	NO APLICA	N.1. DETERMINADO	N.1.2. PRESENTE	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO
C249	J.2. AUSENCIA	J.2.2. BODEGÓN	J.2.2.1. NATURAL	K.6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M.1. REALISTA	N.5. NATURAL	NO APLICA	N.2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.1. SI
C250	J.2. AUSENCIA	J.2.2. BODEGÓN	J.2.2.1. NATURAL	K.6. PLANO DE CONJUNTO	L.1. FRONTAL	M.1. REALISTA	N.6. INDETERMINADO	NO APLICA	N.2. ATEMPORAL	NO APLICA	O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	P.2. NO

CROMO	Q. REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD	R. REPRESENTACIÓN DE LA ACCIÓN	S. TEMÁTICA	S'. TEMÁTICA	T. ROL DE LA FIG. ANIMADA PPAL.	T. ROL DE LA FIG. ANIMADA PPAL.	U. NATURALEZA DEL MENSAJE
C001	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C002	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO	U.05. ILUSTRATIVO
C003	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.6. OTROS	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C004	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.6. OTROS	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.05. ILUSTRATIVO
C005	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.21. FESTIVO-LUDICO	U.02. MORALIZANTE
C006	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.6. OTROS	NO APLICA	NO APLICA	U.05. ILUSTRATIVO
C007	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.16. CIENCIA-TECNOLOGIA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C008	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.15. ARTISTA	U.05. ILUSTRATIVO
C009	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.03. AMANTE-SEDUCTOR	U.11. SENTIMENTAL
C010	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.02. MORALIZANTE
C011	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C012	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.20. ALEGÓRICO-SIMBOLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C013	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUCADO	U.03. IRÓNICO
C014	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.06. TONTO-IGNORANTE	U.03. IRÓNICO
C015	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.01. AMA DE CASA	U.03. IRÓNICO
C016	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.06. RELIGION	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	U.02. MORALIZANTE
C017	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.4. HINDUES	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.16. DESCRIPTIVO
C018	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.06. RELIGION	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	U.02. MORALIZANTE
C019	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1.19. ILUSTRE	T.1.19. ILUSTRE	U.15. REPRESENTATIVO-INSTITUCIONAL
C020	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HAGENDOSO-TRABAJADOR	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C021	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.10. MILITAR	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.25. ILUSTRE	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C022	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HAGENDOSO-TRABAJADOR	U.02. MORALIZANTE
C023	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.10. MILITAR	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C024	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.10. MILITAR	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C025	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROISMO-LIBERAZGO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C026	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROISMO-LIBERAZGO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C027	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.21. FESTIVO-LUDICO	U.11. SENTIMENTAL
C028	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.03. VIDA DOMESTICA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.01. ABUELO/A	U.02. MORALIZANTE
C029	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.15. ARTISTA	U.03. IRÓNICO
C030	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	NO APLICA	T.4.10. CAMPESINO	U.03. IRÓNICO
C031	Q.3. SIMBOLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.18. FANTASIA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.13. ALEGÓRICO-SIMBOLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C032	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C033	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C034	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.03. VICIOSO-MALEUCADO	U.03. IRÓNICO
C035	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.25. ILUSTRE	U.21. LAUDATORIO
C036	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.1. ORIENTALES	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.01. EDUCATIVO
C037	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C038	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.19. ILUSTRE	U.21. LAUDATORIO
C039	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C040	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.06. RELIGION	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.19. DIVINO-SAGRADO	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C041	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.02. JUEGO-DEPORTE	U.06. COMICO
C042	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.09. ARTISTA	U.03. IRÓNICO
C043	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.20. CAMPESINO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C044	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C045	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.29. FESTIVO-LUDICO	U.10. NARRATIVO
C046	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C047	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C048	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HAGENDOSO-TRABAJADOR	U.02. MORALIZANTE
C049	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.1. ORIENTALES	T.1. MUJER	T.1.04. AMANTE-SEDUCTORA	U.01. EDUCATIVO
C050	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HAGENDOSO-TRABAJADOR	U.02. MORALIZANTE
C051	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.3. INDIOS AMERICANOS	T.1. MUJER	T.1.20. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.01. EDUCATIVO
C052	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C053	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFIA-VIAJES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C054	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.6. OTROS	T.1. MUJER	T.1.08. MADRE	U.01. EDUCATIVO
C055	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.6. OTROS	T.3. HOMBRE	T.3.20. CAMPESINO	U.01. EDUCATIVO
C056	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFICA	S.25.4. HINDUES	T.1. MUJER	T.1.20. ILUSTRATIVO-ETNOGRAFICO	U.01. EDUCATIVO
C057	Q.3. SIMBOLICA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SATRIRICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.03. TRAVIESO	U.03. IRÓNICO
C058	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.08. MADRE	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C059	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.19. ILUSTRE	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C060	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.20. CAMPESINO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C061	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C062	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTORICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.25. ILUSTRE	U.02. MORALIZANTE
C063	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.02. PROTECTOR	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C064	Q.3. SIMBOLICA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.01. EDUCATIVO
C065	Q.3. SIMBOLICA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.10. NARRATIVO
C066	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.06. RELIGION	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C067	Q.3. SIMBOLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.11. SENTIMENTAL
C068	Q.3. SIMBOLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.16. CIENCIA-TECNOLOGIA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C069	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.02. MORALIZANTE
C070	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.02. MORALIZANTE
C071	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFIA-VIAJES	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C072	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFIA-VIAJES	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO

VARIABLES DE CARÁCTER CONNOTATIVO-INTERPRETATIVO

C073	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C074	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	S.25.3. INDIOS AMERICANOS	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C075	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFÍA	S.25.2. NEGROS	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	U.01. EDUCATIVO
C076	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFÍA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.17. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	U.01. EDUCATIVO
C077	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C078	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.11. SENTIMENTAL
C079	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRAFÍA	S.25.1. ORIENTALES	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.01. EDUCATIVO
C080	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.10. MILITAR	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MULTAR-BÉLICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C081	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.14. SATÍRICO-CÓMICO	U.03. IRÓNICO
C082	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.22. AVENTURERO	U.10. NARRATIVO
C083	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.01. EDUCATIVO
C084	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.09. MELANCÓLICO-TRISTE	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C085	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C086	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.09. MELANCÓLICO-TRISTE	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C087	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUDICADO	U.02. MORALIZANTE
C088	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.21. DEPORTISTA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C089	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.21. DEPORTISTA	U.06. CÓMICO
C090	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.06. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.19. REVINDICATIVO
C091	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.02. MORALIZANTE
C092	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.11. SENTIMENTAL
C093	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.17. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C094	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.06. RELIGIÓN	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.14. PIADOSO-RELIGIOSO	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C095	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C096	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.02. MORALIZANTE
C097	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.01. EDUCATIVO
C098	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BÉLICO	U.01. EDUCATIVO
C099	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.09. CORTÉS	U.02. MORALIZANTE
C100	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALEZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C101	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.01. NATURALEZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C102	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.18. VIRTUOSO-EDUCADO	U.06. CÓMICO
C103	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.05. AFABLE-JOVIAL	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C104	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.06. CÓMICO
C105	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.17. ARTES	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C106	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.1.1. MUJER	T.1.14. SATÍRICO-CÓMICO	U.03. IRÓNICO
C107	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.03. IRÓNICO
C108	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.12. LÚDICA-FESTIVA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C109	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	U.05. ILUSTRATIVO
C110	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUDICADO	U.07. CRÍTICO-DENUNCIA
C111	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.10. ADULTIZADO	U.06. CÓMICO
C112	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C113	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C114	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.15. CAMPESINA	U.02. MORALIZANTE
C115	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HACENDOSO-TRABAJADOR	U.02. MORALIZANTE
C116	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.03. IRÓNICO
C117	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.10. ADULTIZADO	U.06. CÓMICO
C118	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUDICADO	U.02. MORALIZANTE
C119	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.03. IRÓNICO
C120	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.03. IRÓNICO
C121	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.03. AMANTE-SEDUCTOR	U.11. SENTIMENTAL
C122	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C123	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUDICADO	U.02. MORALIZANTE
C124	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.07. DOMINANTE	U.19. REVINDICATIVO
C125	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.10. ADULTIZADO	U.02. MORALIZANTE
C126	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEUDICADO	U.03. IRÓNICO
C127	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRAFÍA	S.25.4. HINDUIES	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C128	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. COMICO-SÁTIRICO	U.03. IRÓNICO
C129	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.11. SENTIMENTAL
C130	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.13. RURAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C131	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.25. ILUSTRE	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C132	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.04. GRUÑÓN-HOSTIL	U.02. MORALIZANTE
C133	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C134	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C135	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.10. NARRATIVO
C136	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.02. PROTECTOR	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C137	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.16. CIENCIA-TECNOLOGÍA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C138	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.25. ILUSTRE	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C139	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALEZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C140	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.02. MORALIZANTE
C141	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C142	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C143	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. COMICO-SÁTIRICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.01. AMA DE CASA	U.03. IRÓNICO
C144	Q.3. SIMBÓLICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LÚDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.20. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C145	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALEZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA

VARIABLES DE CARÁCTER CONNOTATIVO-INTERPRETATIVO

C146	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEDUCADO	U.03. IRÓNICO
C147	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.18. FANTASIA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.20. FANTASIA	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C148	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.10. MILITAR	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C149	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.16. DEPORTISTA	U.19. REVINDICATIVO
C150	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.13. AFABLE-JOYAL	U.06. CÓMICO
C151	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.05. FESTIVO-LÚDICO	U.02. MORALIZANTE
C152	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C153	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.13. RURAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C154	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.15. CAMPESINA	U.05. ILUSTRATIVO
C155	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.06. RELIGIÓN	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.24. FANTASIA	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C156	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.02. MORALIZANTE
C157	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.04. AMANTE-SEDUCTORA	U.19. REVINDICATIVO
C158	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C159	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.03. VIDA DOMÉSTICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	U.02. MORALIZANTE
C160	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.13. AFABLE-JOYAL	U.02. MORALIZANTE
C161	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.06. RELIGIÓN	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.23. DIVINO-SAGRADO	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C162	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.1.23. DIVINO-SAGRADO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C163	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.01. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C164	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.01. NATURALLEZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NACIONALISTA
C165	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C166	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.20. SENTIMENTAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.03. AMANTE-SEDUCTOR	U.11. SENTIMENTAL
C167	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	U.06. CÓMICO
C168	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C169	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C170	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.09. VALORES MORALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.02. MORALIZANTE
C171	Q.3. SIMBÓLICA	R.2. DINÁMICA	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.06. CÓMICO
C172	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C173	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.11. MILITAR-BELICO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C174	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.17. ARTES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.15. ARTISTA	U.06. CÓMICO
C175	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.06. RELIGIÓN	NO APLICA	T.4. ANCIANO/A	T.4.19. DIVINO-SAGRADO	U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO
C176	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.17. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C177	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALLEZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C178	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C179	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA
C180	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.01. HIJO-BEBÉ	U.02. MORALIZANTE
C181	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.09. VALORES MORALES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.08. MADRE	U.02. MORALIZANTE
C182	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.23. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C183	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.15. ARTISTA	U.03. IRÓNICO
C184	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.16. DEPORTISTA	U.02. MORALIZANTE
C185	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.02. MORALIZANTE
C186	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.24. MODA-BELLEZA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.02. OBJETO DE DESEO	U.02. MORALIZANTE
C187	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.02. MORALIZANTE
C188	Q.3. SIMBÓLICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.29. FESTIVO-LÚDICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C189	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.22. AVENTURERO	U.10. NARRATIVO
C190	Q.3. SIMBÓLICA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C191	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.24. REPRESENTATIVO	U.02. MORALIZANTE
C192	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.06. TONTO-IGNORANTE	U.03. IRÓNICO
C193	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.07. HAGENDOSO-TRABAJADOR	U.02. MORALIZANTE
C194	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.14. MITOLÓGICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C195	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.09. ARTISTA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C196	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.17. VICIOSO-MALEDUCADO	U.03. IRÓNICO
C197	Q.3. SIMBÓLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO
C198	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.12. LAUDATORIO
C199	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.1.06. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.21. LAUDATORIO
C200	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	U.21. LAUDATORIO
C201	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.08. HEROÍSMO-LIDERAZGO	U.02. MORALIZANTE
C202	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C203	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.06. CÓMICO
C204	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.01. EDUCATIVO
C205	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.16. SATÍRICO-CÓMICO	U.06. CÓMICO
C206	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.19. CÓMICO-SATÍRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.03. IRÓNICO
C207	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C208	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C209	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C210	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C211	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C212	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.01. EDUCATIVO
C213	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALLEZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NACIONALISTA
C214	Q.3. SIMBÓLICA	R.2. DINÁMICA	S.12. LUDICA-FESTIVA	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.19. DIVINO-SAGRADO	U.02. MORALIZANTE
C215	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. CÓMICO-SATÍRICO	U.10. NARRATIVO
C216	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.18. VIRTUOSO-EDUCADO	U.10. NARRATIVO
C217	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. CÓMICO-SATÍRICO	U.10. NARRATIVO
C218	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.07. CÓMICO-SATÍRICO	U.10. NARRATIVO

VARIABLES DE CARÁCTER CONNOTATIVO-INTERPRETATIVO

C219	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.10. DOMINANTE	U.02. MORALIZANTE
C220	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C221	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C222	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.08. PATRIOTICO-NACIONALISTA
C223	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	U.02. MORALIZANTE
C224	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.08. PROFESIONES-OFICIOS	NO APLICA	T.3. HOMBRE	T.3.29. FESTIVO-LUDICO	U.02. MORALIZANTE
C225	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.13. RURAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C226	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C227	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.24. MODA-BELLEZA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.02. OBJETO DE DESEO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C228	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.01. NATURALIZA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA
C229	Q.3. SIMBOLICA	R.2. DINÁMICA	S.15. NARRATIVO-LITERARIA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.10. NARRATIVO
C230	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.05. AFABLE-JOIVAL	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C231	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBOLICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C232	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.05. AFABLE-JOIVAL	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C233	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C234	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C235	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.25. ETNOGRÁFICA	S.25.3. INDIOS AMERICANOS	T.3. HOMBRE	T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	U.01. EDUCATIVO
C236	Q.3. SIMBOLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C237	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.05. AFABLE-JOIVAL	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C238	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.05. AFABLE-JOIVAL	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C239	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C240	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRÁFICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.21. FESTIVO-LUDICO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C241	Q.1. REALISTA	R.2. DINÁMICA	S.25. ETNOGRÁFICA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.21. FESTIVO-LUDICO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C242	Q.3. SIMBOLICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL
C243	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.01. EDUCATIVO
C244	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.02. OBJETO DE DESEO	U.11. SENTIMENTAL
C245	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.24. MODA-BELLEZA	NO APLICA	T.1. MUJER	T.1.05. AMANTE-SUMISA	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C246	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SATIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C247	Q.2. ALEGÓRICA	R.2. DINÁMICA	S.19. COMICO-SATIRICA	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.02. MORALIZANTE
C248	Q.3. SIMBOLICA	R.2. DINÁMICA	S.09. VALORES MORALES	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.02. HUMANIZADO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C249	Q.2. ALEGÓRICA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.2. NIÑO/A	T.2.11. FESTIVO-LUDICO	U.12. ALEGÓRICO-SIMBOLICO
C250	Q.1. REALISTA	R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	S.21. ORNAMENTAL	NO APLICA	T.5. ANIMAL	T.5.01. PROPIO	U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL

ANEXO III.

RELACIÓN DE TABLAS Y GRÁFICOS

TABLAS SIMPLES DE VARIABLES INDEPENDIENTES: PARÁMETROS
CONTEXTUALES Y MORFOLÓGICOS.

Tabla1: Distribución de la muestra por período.

Período	Número	Porcentaje
A.1. EDUARDIANO (1800-1850)	33	13,2%
A.2. VICTORIANO (1850-1880)	77	30,8%
A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)	123	49,2%
A.4. DECLIVE (1900-1920)	17	6,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 2: Distribución de la muestra por determinación del impresor/es.

Impresor	Número	Porcentaje
B.1. DETERMINADO	77	30,8%
B.2. INDETERMINADO	173	69,2%
Total general	250	100,0%

Tabla 3. Distribución de la muestra por nacionalidad.

Nacionalidad	Número	Porcentaje
C.1. REINO UNIDO	233	93,2%
C.2. ALEMANIA	7	2,8%
C.3. FRANCIA	6	2,4%
C.4. ESPAÑA	2	0,8%
C.5. EEUU	2	0,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 4. Distribución de la muestra por dimensión-tamaño del cromo.

Dimensiones	Número	Porcentaje
D.1. PEQUEÑO (<4 CMS)	55	22,0%
D.2. MEDIANO (4-15 CMS)	142	56,8%
D.3. GRANDE (>15 CMS)	53	21,2%
Total general	250	100,0%

Tabla 5. Distribución de la muestra por proporción de la forma.

Proporción	Número	Porcentaje
E.1. RECTANGULAR	112	44,8%
E.2. CIRCULAR	0	0%
E.3. CUADRADO	34	13,6%
E.4. OVALADO	11	4,4%
E.5. IRREGULAR	93	37,2%
Total general	250	100,0%

Tabla 6. Distribución de la muestra por orientación.

Orientación	Número	Porcentaje
F.1. HORIZONTAL	39	31,7%
F.2. VERTICAL	84	68,3%
Total general	123	100,0%

Tabla 7. Distribución de la muestra por dimensionalidad.

Dimensionalidad	Número	Porcentaje
G.1. BIDIMENSIONAL	244	97,6%
G.2. TRIDIMENSIONAL	6	2,4%
Total general	250	100,0%

Tabla 8. Distribución de la muestra por material del soporte.

Soporte	Número	Porcentaje
H.1. PAPEL	243	97,2%
H.2. MIXTO	7	2,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 9. Distribución de la muestra por serialidad.

Serialidad	Número	Porcentaje
I.1. PLIEGOS	160	64,0%
I.2. ÚNICO	90	36,0%
Total general	250	100,0%

TABLAS SIMPLES DE VARIABLES DE CARÁCTER DENOTATIVO:
COMPOSICIÓN, ESPACIO Y TIEMPO DE LA REPRESENTACIÓN.

Tabla 10. Distribución de la muestra por presencia de figura principal.

Figura principal	Número	Porcentaje
J.1. PRESENCIA	177	70,8%
J.2. AUSENCIA	73	29,2%
Total general	250	100,0%

Tabla 11. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura principal.

Tipo de figura principal	Número	Porcentaje
J.1.1. HUMANA	136	76,8%
J.1.2. NATURALEZA	36	20,3%
J.1.3.OBJETO	5	2,8%
Total general	177	100,0%

Tabla 12. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura humana.

Figura humana	Número	Porcentaje
J.1.1.1. MUJER	38	27,9%
J.1.1.2. NIÑO/A	28	20,6%
J.1.1.3. HOMBRE	62	45,6%
J.1.1.4. ANCIANO/A	8	5,9%
Total general	136	100,0%

Tabla 13. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura natural.

Figura natural	Número	Porcentaje
J.1.2.1. ANIMAL	30	83,3%
J.1.2.2. VEGETAL	6	16,7%
Total general	36	100,0%

Tabla 14. Distribución de la muestra por composición en ausencia de figura principal.

Composición sin figura principal	Número	Porcentaje
J.2.1. PAISAJE	14	19,2%
J.2.2. BODEGÓN	10	13,7%
J.2.3. CONJUNTO HUMANO	49	67,1%
Total general	73	100,0%

Tabla 15. Distribución de la muestra por tipo de paisaje.

Paisaje	Número	Porcentaje
J.2.1.1. EXÓTICO	1	7,1%
J.2.1.2. RURAL	5	35,7%
J.2.1.3. URBANO	3	21,4%
J.2.1.4. NATURAL	5	35,7%
Total general	14	100,0%

Tabla 16. Distribución de la muestra por tipo de encuadre.

Encuadre	Número	Porcentaje
K.1. PLANO DETALLE	2	0,8%
K.2. PRIMER PLANO	10	4,0%
K.3. PLANO MEDIO	9	3,6%
K.4. PLANO TRES CUARTOS	2	0,8%
K.5. PLANO GENERAL	122	48,8%
K.6. PLANO DE CONJUNTO	69	27,6%
K.7. GRAN PLANO GENERAL	36	14,4%
Total general	250	100,0%

Tabla 17. Distribución de la muestra por posición de la figura principal o la acción respecto al espectador.

Posición	Número	Porcentaje
L.1. FRONTAL	115	46,0%
L.2. ESPALDAS	9	3,6%
L.3. PERFIL	66	26,4%
L.4. TRES CUARTOS	60	24,0%
Total general	250	100,0%

Tabla 18. Distribución de la muestra por grado figurativo.

Grado figurativo	Número	Porcentaje
M.1. REALISTA	218	87,2%
M.2. CARICATURA	32	12,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 19. Distribución de la muestra por tipo de espacio contextual de la representación.

Espacio contextual	Número	Porcentaje
N.1. DOMÉSTICO	23	9,2%
N.2. LABORAL	28	11,2%
N.3. URBANO	38	15,2%
N.4. RURAL	35	14,0%
N.5 .NATURAL	61	24,4%
N.6. INDETERMINADO	65	26,0%
Total general	250	100,0%

Tabla 20. Distribución de la muestra por determinación del tiempo contextual.

Tiempo contextual	Número	Porcentaje
Ñ.1. DETERMINADO	184	73,6%
Ñ.2. ATEMPORAL	66	26,4%
Total general	250	100,0%

Tabla 21. Distribución de la muestra por ubicación del tiempo contextual.

Tiempo contextual	Número	Porcentaje
Ñ.1.1. PASADO	42	22,8%
Ñ.1.2. PRESENTE	142	77,2%
Total general	184	100,0%

Tabla 22. Distribución de la muestra por narratividad.

Tipo de narratividad	Número	Porcentaje
O.1. SENTIDO NARRATIVO	16	6,4%
O.2. SENTIDO ILUSTRATIVO	207	82,8%
O.3. SENTIDO TESTIMONIAL	27	10,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 23. Distribución de la muestra por refuerzo textual.

Refuerzo textual	Número	Porcentaje
P.1. SI	87	34,8%
P.2. NO	163	65,2%
Total general	250	100,0%

TABLAS SIMPLES DE VARIABLES DE CARÁCTER CONNOTATIVO-INTERPRETATIVO.

Tabla 24. Distribución de la muestra por representación de la realidad.

Representación de la realidad	Número	Porcentaje
Q.1. REALISTA	194	77,6%
Q.2. ALEGÓRICA	35	14,0%
Q.3. SIMBÓLICA	21	8,4%
Total general	250	100,0%

Tabla 25. Distribución de la muestra por representación de la acción.

Representación de la acción	Número	Porcentaje
R.1. ESTÁTICA (AUSENCIA DE ACCIÓN SIGNIFICATIVA)	127	50,8%
R.2. DINÁMICA	123	49,2%
Total general	250	100,0%

Tabla 26. Distribución de la muestra por temática.

Temática	Número	Porcentaje
S.01. NATURALEZA	15	6,0%
S.02. INFANCIA Y JUVENTUD	23	9,2%
S.03. VIDA DOMÉSTICA	2	0,8%
S.04. HISTÓRICO-CONMEMORATIVA	22	8,8%
S.05. SOCIEDAD-USOS SOCIALES	15	6,0%
S.06. RELIGIÓN	8	3,2%
S.08. PROFESIONES-OFICIOS	20	8,0%
S.09. VALORES MORALES	3	1,2%
S.10. MILITAR	5	2,0%
S.12. LÚDICA-FESTIVA	16	6,4%
S.13. RURAL	8	3,2%
S.14. MITOLÓGICA	7	2,8%
S.15. NARRATIVO-LITERARIA	13	5,2%
S.16. CIENCIA-TECNOLOGÍA	3	1,2%
S.17. ARTES	2	0,8%
S.18. FANTASÍA	2	0,8%
S.19. CÓMICO-SATÍRICA	37	14,8%
S.20. SENTIMENTAL	8	3,2%
S.21. ORNAMENTAL	14	5,6%
S.22. GEOGRAFÍA-VIAJES	7	2,8%
S.24. MODA-BELLEZA	3	1,2%
S.25. ETNOGRÁFICA	17	6,8%
Total general	250	100,0%

Tabla 27. Distribución de la muestra por naturaleza de la figura animada principal.

Naturaleza de la figura animada principal	Número	Porcentaje
T.1. MUJER	49	21,5%
T.2. NIÑO/A	44	19,3%
T.3. HOMBRE	91	39,9%
T.4. ANCIANO/A	10	4,4%
T.5. ANIMAL	34	14,9%
Total general	228	100,0%

Tabla 28. Distribución de la muestra por roles femeninos.

Rol de la mujer	Número	Porcentaje
T.1.01. AMA DE CASA	2	4,1%
T.1.02. OBJETO DE DESEO	3	6,1%
T.1.03. TRABAJADORA-PROFESIONAL	4	8,2%
T.1.04. AMANTE-SEDUCTORA	2	4,1%
T.1.05. AMANTE-SUMISA	7	14,3%
T.1.06. HEROISMO-LIDERAZGO	2	4,1%
T.1.07. DOMINANTE	1	2,0%
T.1.08. MADRE	3	6,1%
T.1.09. ARTISTA	2	4,1%
T.1.10. PIADOSA-RELIGIOSA	4	8,2%
T.1.14. SATÍRICO-CÓMICO	2	4,1%
T.1.15. CAMPESINA	2	4,1%
T.1.16. DEPORTISTA	2	4,1%
T.1.17. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	2	4,1%
T.1.19. ILUSTRE	3	6,1%
T.1.20. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	2	4,1%
T.1.21. FESTIVO-LÚDICO	4	8,2%
T.1.23. DIVINO-SAGRADO	1	2,0%
T.1.24. FANTÁSTICO	1	2,0%
Total general	49	100,0%

Tabla 29. Distribución de la muestra por roles infantiles.

Rol del niño/a	Número	Porcentaje
T.2.01. HIJO-BEBÉ	1	2,3%
T.2.02. JUEGO-DEPORTE	1	2,3%
T.2.03. TRAVIESO	1	2,3%
T.2.04. VIRTUOSO-EDUCADO	6	13,6%
T.2.05. AFABLE-JOVIAL	5	11,4%
T.2.07. HACENDOSO-TRABAJADOR	6	13,6%
T.2.09. MELANCÓLICO-TRISTE	2	4,5%
T.2.10. ADULTIZADO	3	6,8%
T.2.11. FESTIVO-LÚDICO	8	18,2%
T.2.13. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	7	15,9%
T.2.16. SATÍRICO-CÓMICO	1	2,3%
T.2.19. DIVINO-SAGRADO	2	4,5%
T.2.20. FANTÁSTICO	1	2,3%
Total general	44	100,0%

Tabla 30. Distribución de la muestra por roles masculinos.

Rol del hombre	Número	Porcentaje
T.3.02. PROTECTOR	2	2,2%
T.3.03. AMANTE-SEDUCTOR	3	3,3%
T.3.05. TRABAJADOR-PROFESIONAL	16	17,6%
T.3.06. TONTO-IGNORANTE	2	2,2%
T.3.07. CÓMICO-SATÍRICO	10	11,0%
T.3.08. HEROISMO-LIDERAZGO	9	9,9%
T.3.09. CORTÉS	1	1,1%
T.3.10. DOMINANTE	1	1,1%
T.3.11. MILITAR-BÉLICO	8	8,8%
T.3.13. AFABLE-JOVIAL	2	2,2%
T.3.15. ARTISTA	4	4,4%
T.3.17. VICIOSO-MALEDUCADO	8	8,8%
T.3.18. VIRTUOSO-EDUCADO	2	2,2%
T.3.20. CAMPESINO	3	3,3%
T.3.21. DEPORTISTA	2	2,2%
T.3.22. AVENTURERO	2	2,2%
T.3.23. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	1	1,1%
T.3.24. REPRESENTATIVO	1	1,1%
T.3.25. ILUSTRE	5	5,5%
T.3.26. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	6	6,6%
T.3.29. FESTIVO-LÚDICO	3	3,3%
Total general	91	100,0%

Tabla 31. Distribución de la muestra por roles de ancianos/as.

Rol del anciano/a	Número	Porcentaje
T.4.01. ABUELO/A	1	10,0%
T.4.03. VICIOSO-MALEDUCADO	1	10,0%
T.4.04. GRUÑÓN-HOSTIL	1	10,0%
T.4.05. FESTIVO-LÚDICO	1	10,0%
T.4.14. PIADOSO-RELIGIOSO	1	10,0%
T.4.16. CAMPESINO	1	10,0%
T.4.17. ILUSTRATIVO-ETNOGRÁFICO	1	10,0%
T.4.19. DIVINO-SAGRADO	1	10,0%
T.4.20. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	2	20,0%
Total general	10	100,0%

Tabla 32. Distribución de la muestra por rol animal.

Rol animal	Número	Porcentaje
T.5.01. PROPIO	21	61,8%
T.5.02. HUMANIZADO	13	38,2%
Total general	34	100,0%

Tabla 33. Distribución de la muestra por naturaleza del mensaje.

Naturaleza del mensaje	Número	Porcentaje
U.01. EDUCATIVO	31	12,4%
U.02. MORALIZANTE	41	16,4%
U.03. IRÓNICO	27	10,8%
U.04. ESPIRITUAL-RELIGIOSO	6	2,4%
U.05. ILUSTRATIVO	6	2,4%
U.06. CÓMICO	12	4,8%
U.07. CRÍTICO-DENUNCIA	1	0,4%
U.08. PATRIÓTICO-NACIONALISTA	31	12,4%
U.10. NARRATIVO	10	4,0%
U.11. SENTIMENTAL	9	3,6%
U.12. ALEGÓRICO-SIMBÓLICO	20	8,0%
U.13. ESTÉTICO-ORNAMENTAL	26	10,4%
U.15. REPRESENTATIVO-INSTITUCIONAL	1	0,4%
U.16. DESCRIPTIVO	1	0,4%
U.18. ECOLOGISTA-NATURALISTA	18	7,2%
U.19. REIVINDICATIVO	4	1,6%
U.21. LAUDATORIO	6	2,4%
Total general	250	100,0%

CRUCE DE VARIABLES: RELACIÓN DE GRÁFICOS

RELACIÓN PERÍODO / TEMÁTICA DEL CROMO

(Variables A/S)

PERÍODO A.1. EDUARDIANO (1800-1850)

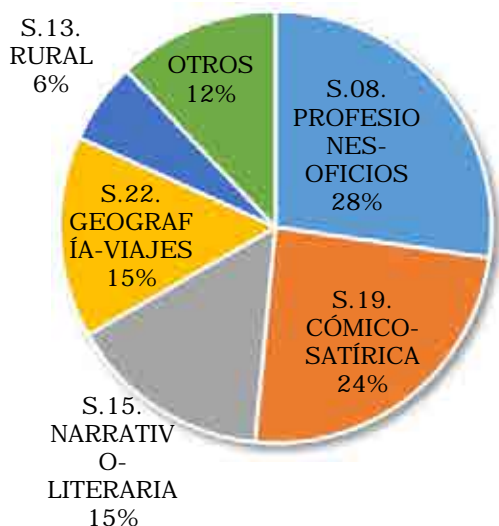


Gráfico 1

PERÍODO A.2. VICTORIANO (1850-1880)

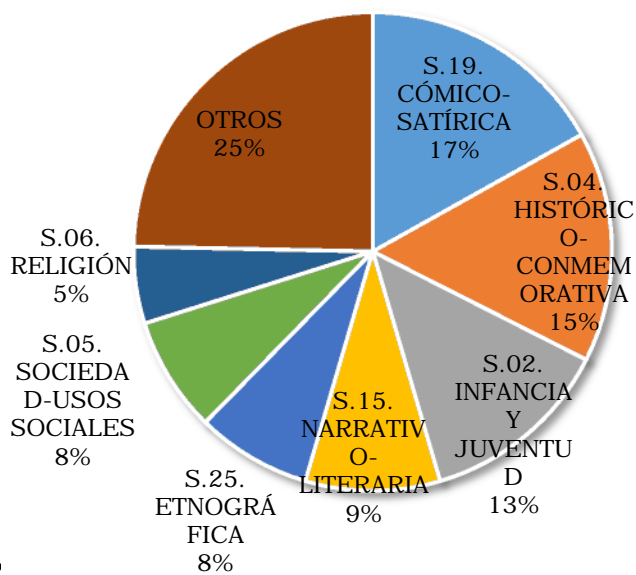


Gráfico 2

PERÍODO A.3. EDAD DE ORO (1880-1900)

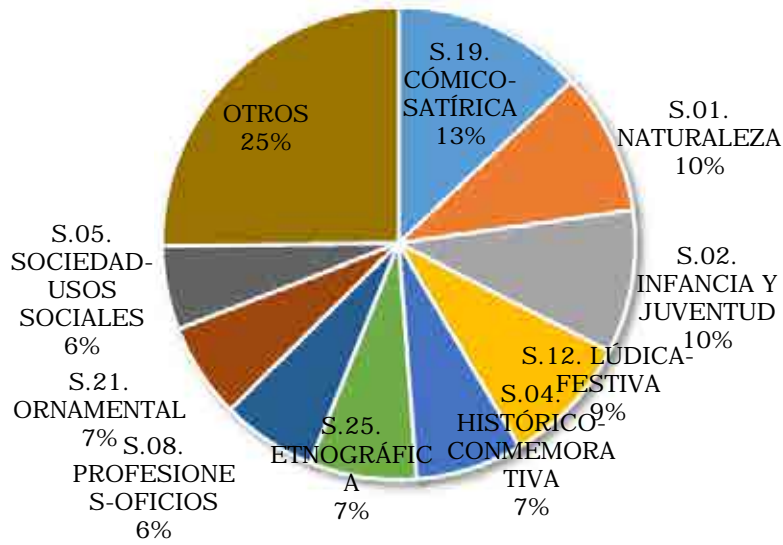


Gráfico 3

PERÍODO A.4. DECLIVE (1900-1920)

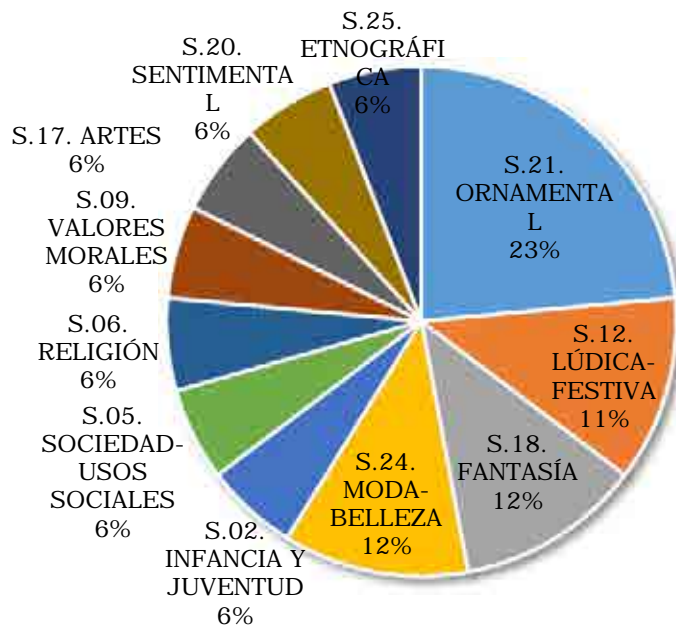


Gráfico 4

RELACIÓN PERÍODO / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables A/T)

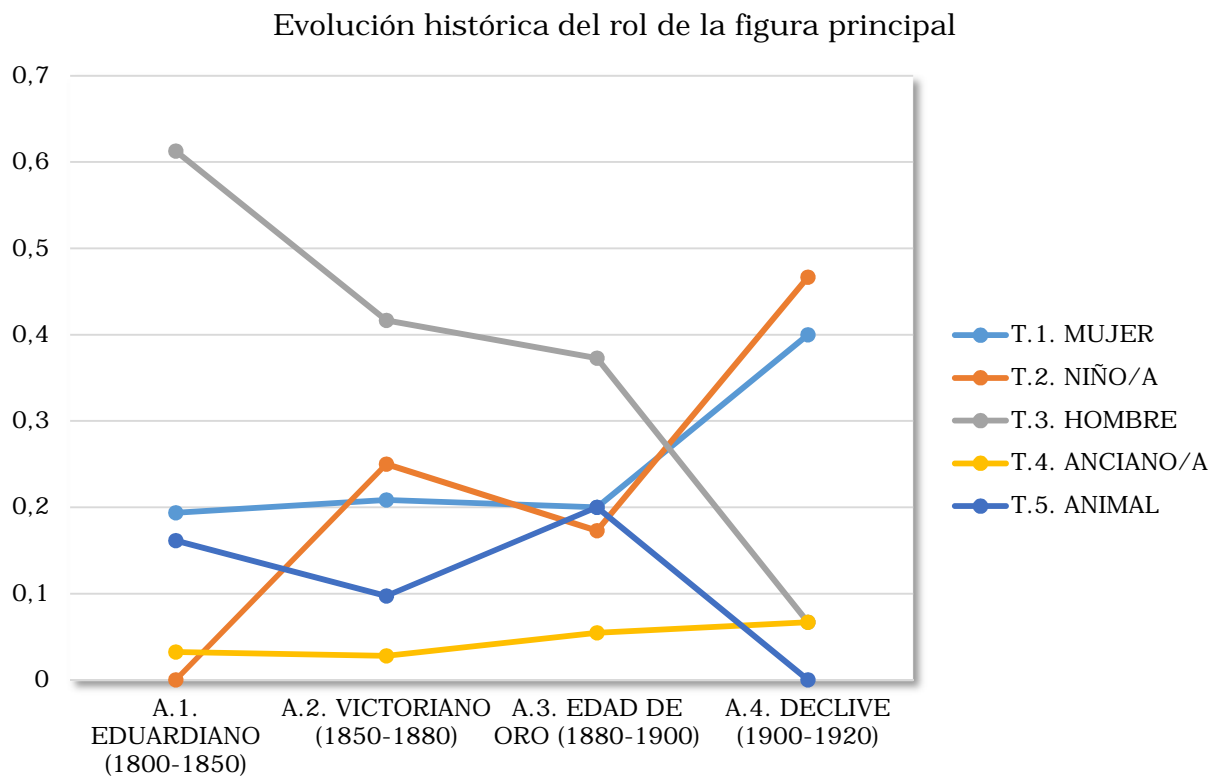


Gráfico 5

RELACIÓN GRADO FIGURATIVO / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables M/T)

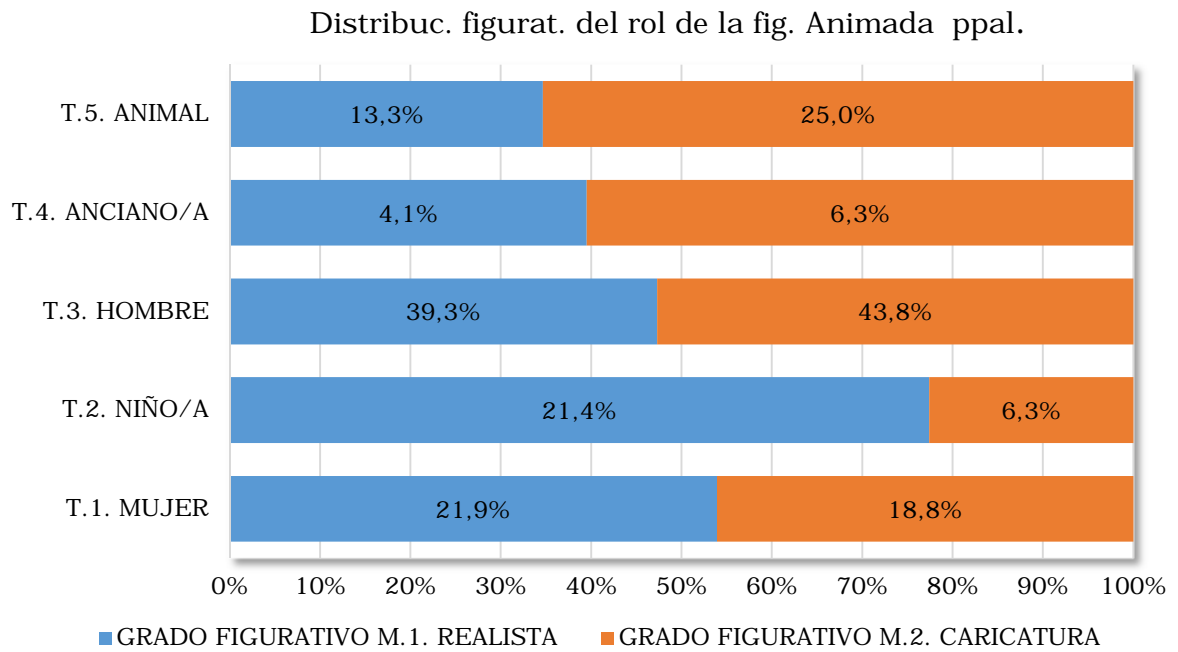


Gráfico 6

RELACIÓN GRADO FIGURATIVO / NATURALEZA DEL MENSAJE
(Variables M/U)

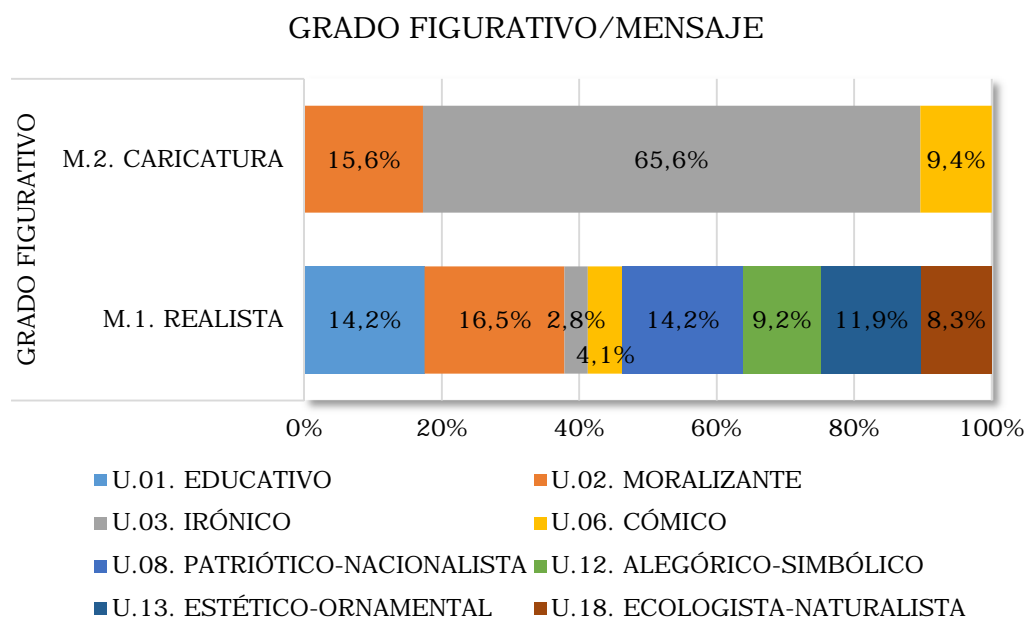


Gráfico 7

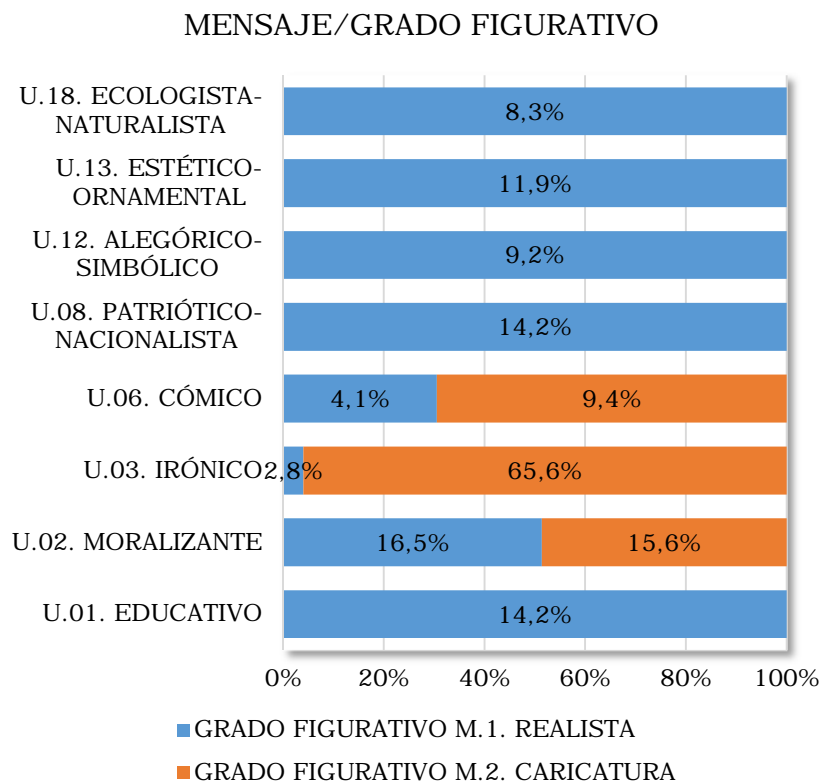


Gráfico 8

RELACIÓN ESPACIO CONTEXTUAL / ROL FIG. ANIMADA PPAL
(Variables N/T)

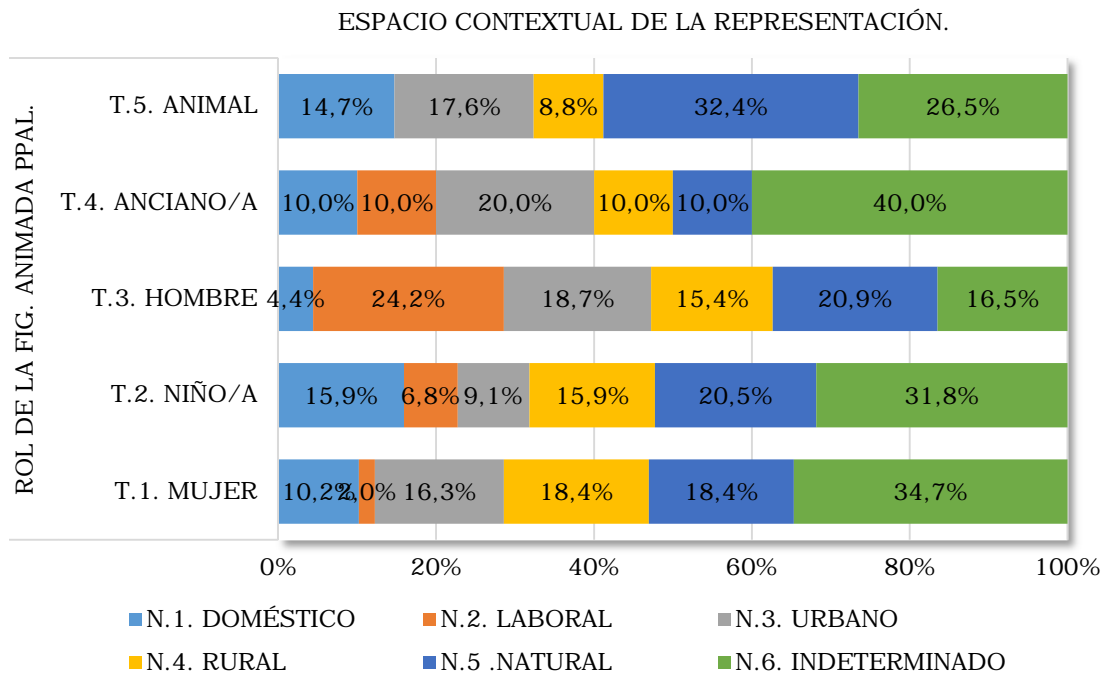


Gráfico 9

RELACIÓN NATURALEZA DEL MENSAJE / REPRESENTACIÓN DE LA
REALIDAD
(Variables U/Q)

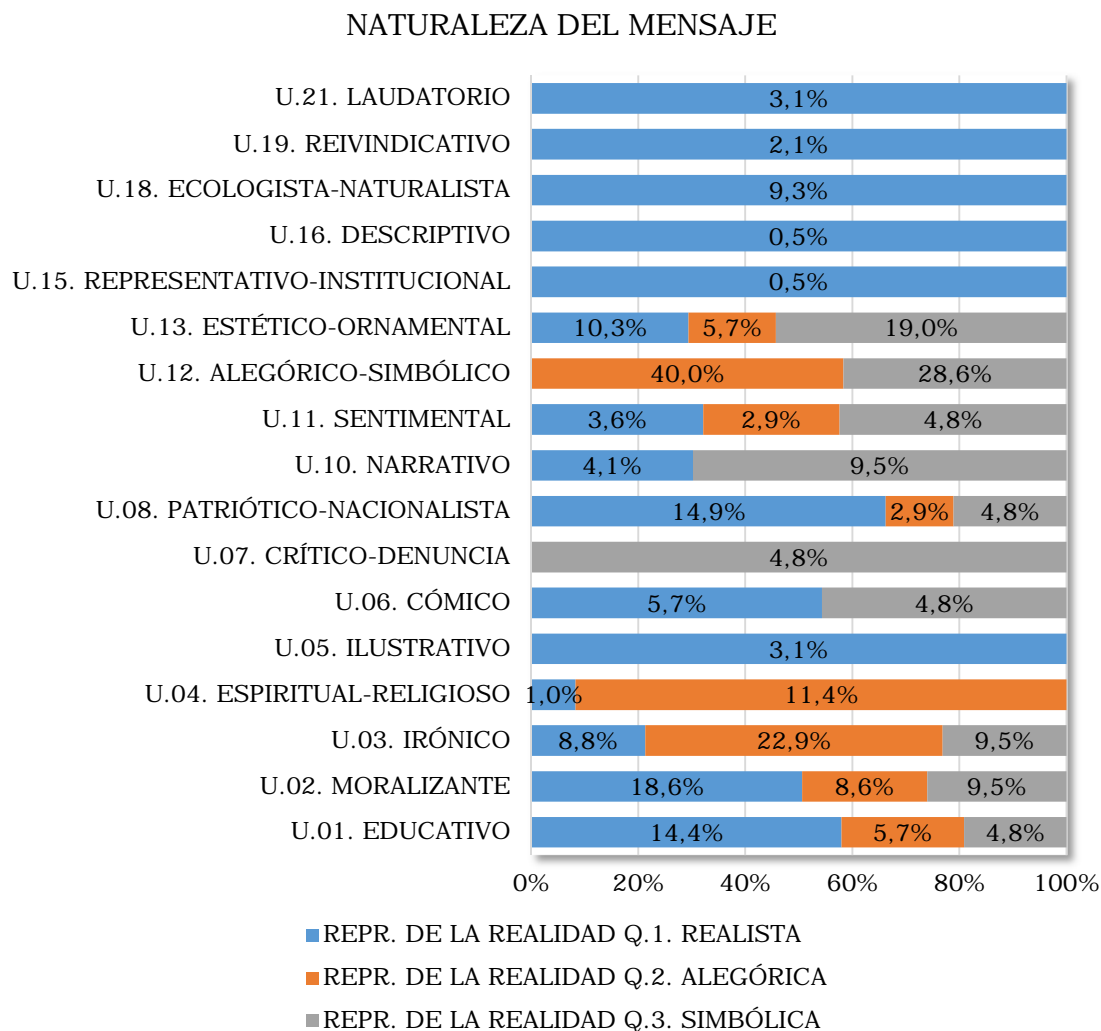


Gráfico 10

RELACIÓN TEMÁTICA / ROL DE LA FIGURA ANIMADA PRINCIPAL
(Variables S/T)

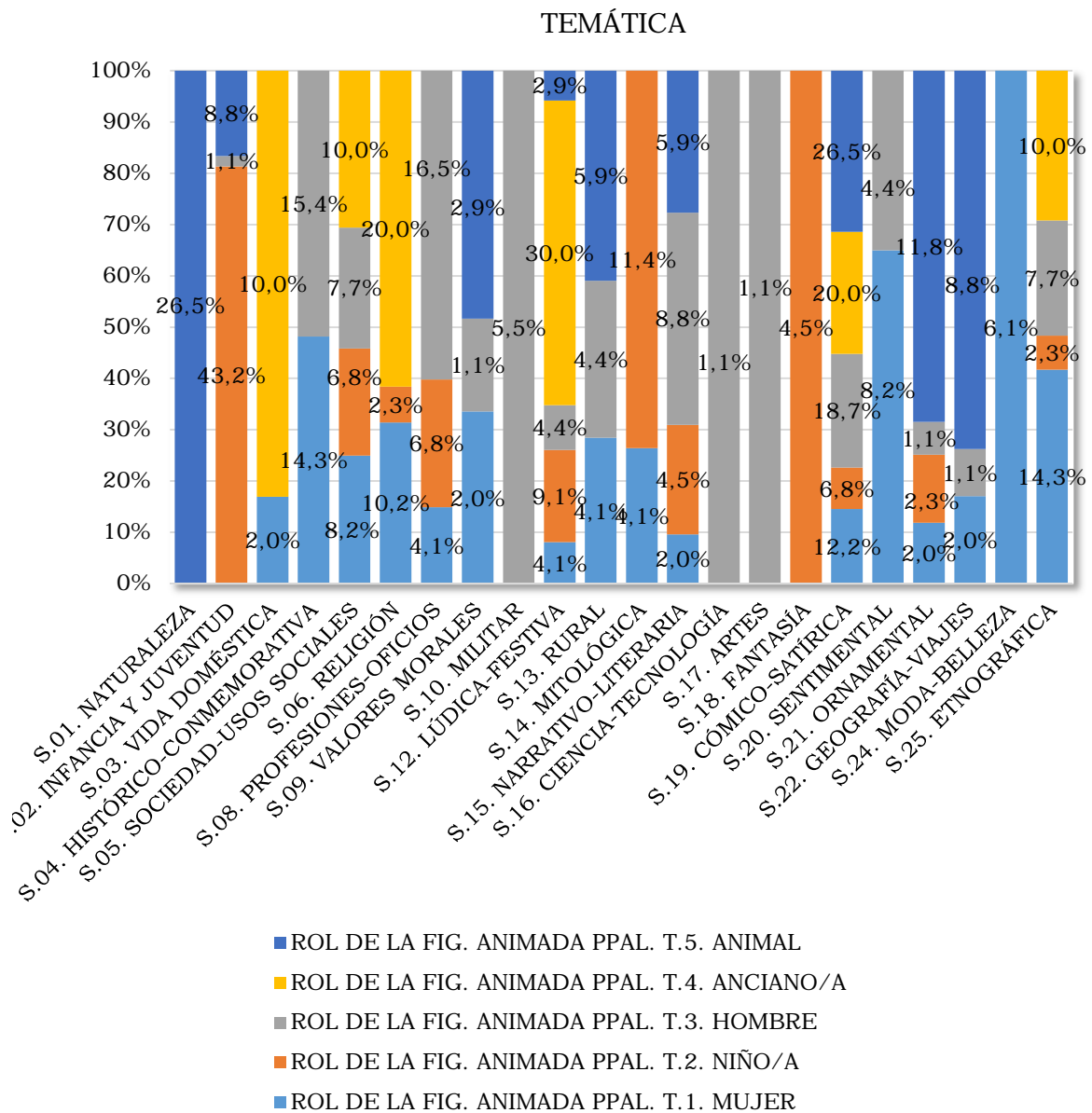
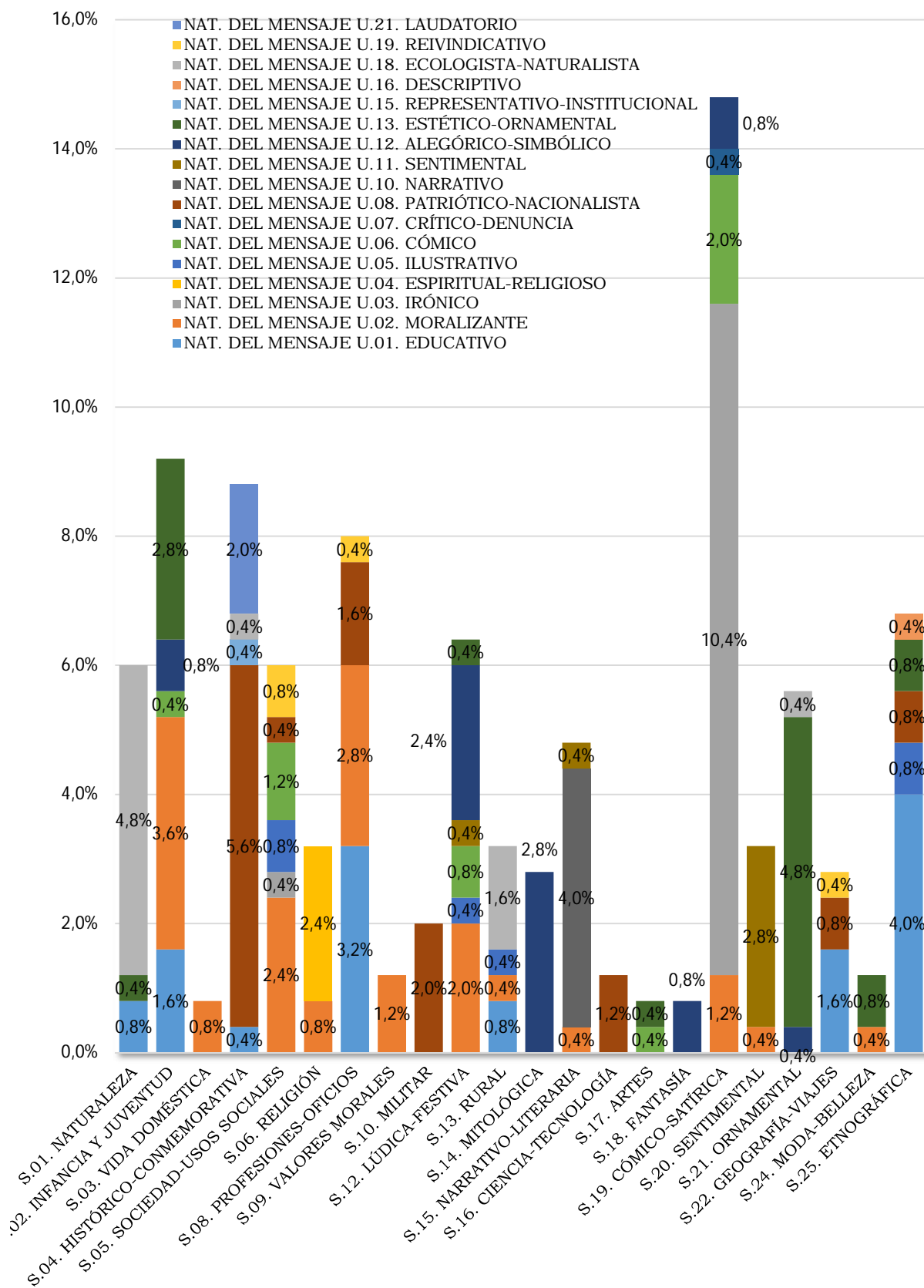


Gráfico 11



RELACIÓN MENSAJE/ROL DE LA FIGURA PRINCIPAL
VARIABLES (U/T)

NATURALEZA DEL MENSAJE

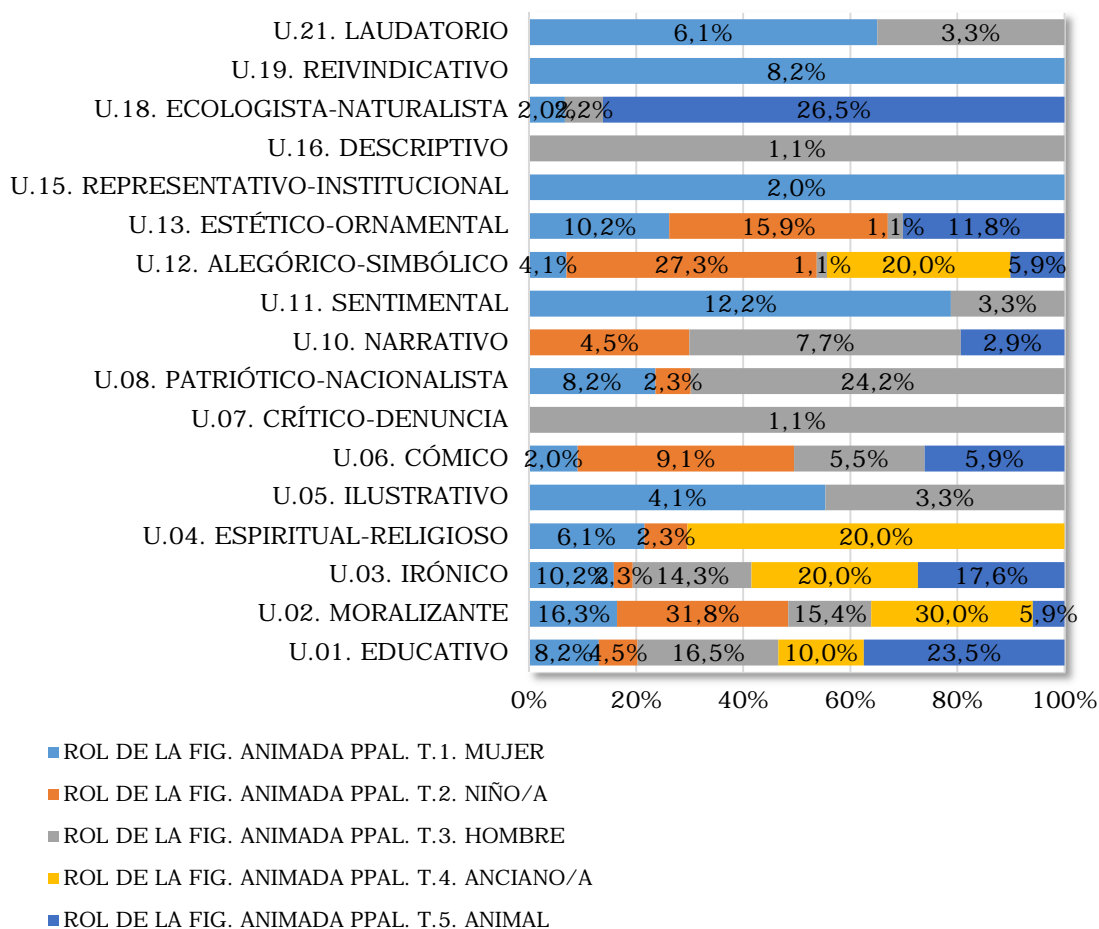


Gráfico 13

ANEXO IV.

CATÁLOGO DE MUESTRAS SELECCIONADAS PARA LA
INVESTIGACIÓN



C001



C002



C003



C004



C005



C006



C007



C008



C009



C010



C011



C012



C013



C014



C015



C016



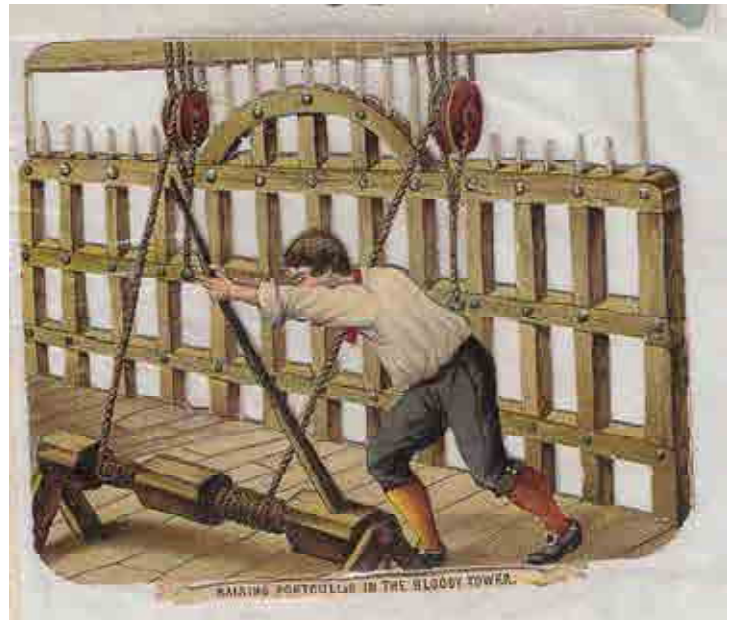
C017



C018



C019



C020



C021



C022



C023



C024



C025



C026



C027



C028



C029



C030



C031



C032



C033



C034



C035



C036



C037



C038



C039



C040



C041



C042



C043



C044



C045



C046



C047



C048



C049



C050



C051



C052



C053



C054



C055



C056



C057



C058



C059



C060



C061



C062



C063



C064



C065



C066



C067



C068



C069



C070



C071



C072



C073



C074



C075



C076



C077



C078



C079



C080



C081



C082



C083



C084



C085



C086



C087



C088



C089



C090



C091



C092



C093



C094



C095



C096



C097



C098



C099



C100



C101



C102



C103



C104



C105



C106



C107



C108



C109



C110



C111



C112



C113



C114



C115



C116



C117



C118



C119



C120



C121



C122



C123



C124



C125



C126



C127



C128



C129



C130



C131



C132



C133



C134



C135



C136



C137



C138



C139



C140



C141



C142



C143



C144



C145



C146



C147



C148



C149



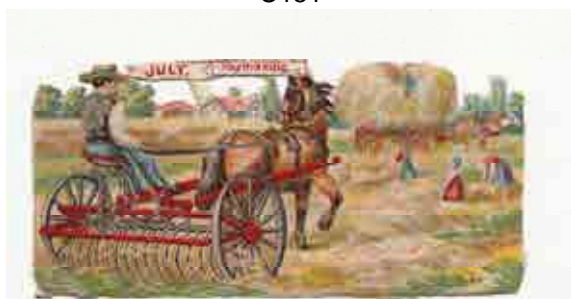
C150



C151



C152



C153



C154



C155



C156



C163



C164



C165



C166



C167



C168



C169



C170



C171



C172



C173



C174



C175



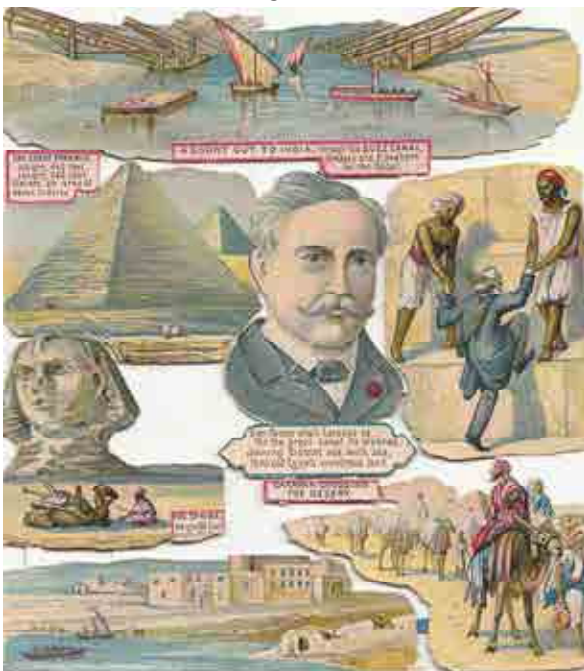
C176



C177



C178



C179



C180

Sweet, rosy lips; features so fair;
 Fat, chubby feet; soft, silky hair.
 Sleep, baby, sleep! Mother is near,
 Ready to dry first falling tear.



C181



C182



C183



C184



C185



C186



C187



C188



C189



C190



C191



C192



C193



C194



C195



C196



C197



C198



C199



C200



C201



C202



C203



C204



C205



C206



C207



C208



C209



C210



C211



C212



C213



C214



WHAT WENT BILLY WENT ON MONDAY,
AND MET PAT AND HIS
HE LITTLE DREAMT WHO HE SAT UP
OF HURRING SUCH A RIG.

C215



TO MORROW IS OUR WEDDING-DAY,
AND WE WILL, THAT WE
WITN'THE BELL AT EDIMTOH,
ALL IN A CHAIR AND PAIR.

C216



THAT ALL THROUGH MERRY WINTER
 HIS BARBOLDS HE DID PLAY
 UNTIL HE CAME INTO THE WOODS
 OF EMBERTON ON SAT.

C217



SOON COME DOWN WILSON / HERE'S THE PRIZE
 THEY ALL AT ONCE DID SAY
 "THE DUMPER WANTS AND SO ARE WE,"
 AND WILSON "SO AM I!"

C218



C219



C220



C221



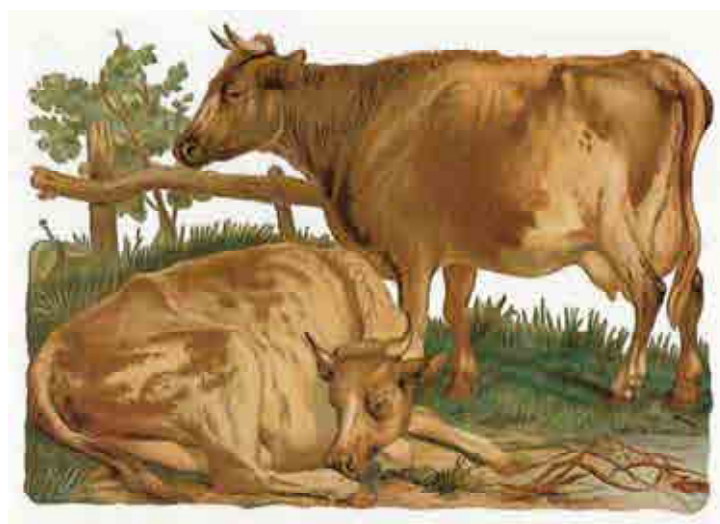
C222



C223



C224



C225



C226



C227



C228



C229



C230



C231



C232



C233



C234



C235



C236



C237



C238



C239



C240



C241



C242



C243



C244



C245



C246



C247



C248



C249



C250

ANEXO V.

RELACIÓN DE IMPRESORES*

*En inglés.

Documentación cedida para la investigación por la coleccionista

Ms. Eleanor Mc. Laughlin. *Mainly Scraps*. Edimburgh, UK.

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
AC (Manufacturer unknown)	London	circa 1890s	Artist who designed military caricature reliefs	AC signature	
AR.H (Manufacturer unknown)	probably German	circa 1890s	Publisher's Trademark Found on gold foil metallic relief	AR.H Black letters printed on white ground	
Ackerman, R. Snr.	London	1795-1832	Publisher	R. Ackermann & address	Kent 1803. 5 ff
Ackerman, R. Junior 1st	London	1825-1863	Publisher	R. Ackermann followed by address	Kelly 1826. 6 ff
Ackermann & Co.	London	1829-1856	Publishers. Book and print sellers to the Royal family. Plain & fancy stationers. Artists materials. Wholesale & retail.	Ackermann & Co. followed by address	Kelly 1830, first mention of The Ackermann Gallery. Later called 'The Eclipse Sporting & Military Gallery'. Still surviving under the title 'Arthur Ackermann & Son'.
Ackermann, R. Junior 2nd & Arthur	London	1863-1871	Publisher	R. Ackermann followed by address	
Ackermann, Arthur (see Prang, Louis & Co.)	London	1871-to present day	Fancy stationer Importer of Prang's merchandise from America	A. Ackermann followed by address	TSTJ 1880. 34 ff
Acme Card Factory	USA	circa 1885	Dealers in fancy stationery cards etc. Specialised in hidden name cards embellished with scraps.		
Albrecht & Meister	Berlin Agencies & depots in London, Paris, New York	founded circa 1869	Fine quality books and lithographic printers. Relief and embossed pictures and card printers.	A & M intertwined & superimposed in red	GKB III. 1884. 220
Aldermann, Thomas W. & Co.	London	1890	Scrapbook manufacturer		Kelly 1890. 729 & 1996 ff, 1898. 2219 ff (TS. SBM)
Allen, John & Co.	London		Scrapbook manufacturer		Kelly 1893. 2025 (TS. SBM)
Allport, Louisa Miss	London	1883	Relief Stamper		Kelly 1883. 700, 1889 ff (TS. ST)

AMAG (Manufacturer Unknown)		circa 1890	Publisher's Trademark	Amag (red script letters)	
Angermann, August	London	1863-1869	Commission Agent Representative for W. Hagelberg of Berlin. See Hagelberg W. & Falk Ernest & Co.		Kelly 1863. 760 ff Kelly 1867. 1047 ff Kelly 1886. 966 ff
Apian-Bennewitz	Leipzig Germany	1884	Luxury paper manufacturer. Chromolithographic printers. Gelatine pictures.	AB entwined in triangle, printed black on white	GKB 111, 1884
Appel, F.	Paris	circa 1880	Printers	F. Appel followed by Address	Buday 262
A. R. (Manufacturer unknown)	Germany	circa 1890s	Publisher's Trademark	A. R. Red block letters in a shield	
Arnold, G. W.	Manchester	circa 1891	Manufacturing fancy stationer. Christmas and other reliefs, cards, games, etc.		SFBGJ 1891. 474 ff
Artistic Lithographic Co. (UK) (Oppacher Brths)	London	1891-1914	Publishers	OB letters superimposed printed in black, red or blue	Kelly 1891. 755 ff Buday 262
Atterton, Walter	London	1875-1889	Manufacturer Christmas & Valentine cards. Importer of reliefs & chromolithographs. Fine art publishers.		
Atterton & Hogarth	London	1881-1882	Manufacturers of Christmas & Valentine cards. Importers of chromolithographs & reliefs		Kelly 1881. 708 ff. See James Hogarth and Hogarth & Hayes
Atterton & Mills	London	1876-1880	Manufacturers of Christmas & Valentine cards. Importers of chromolithographs & reliefs		Kelly 1876. 700 ff See Atterton, Walter and Mills, Joseph J.
BB (Manufacturer unknown)	probably German	circa 1890s	Publisher's Trademark	BB - Two black B's inverted.	
Baker, J. & Sons	Clifton & Edinburgh	1880	Manufacturers and importers. Scrap albums etc.		Stationery Trades Journal 1880. 47 ff
Banks, James	London	1892	Relief stampers		Kelly 1892 (TS. ST) 768 & 2036 ff
Barfoot, Joseph	London	1801-1815	Stationer & printer of fine quality scraps		Kent 1801. 14 ff See Burgis John and Burgis & Barfoot

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Barnard, Wm.	London	1859–1926	Stationer. Dealer in reliefs		Kelly 1859. 823 ff Illustrated London News in February 1873
Barritt, J. L. & Co.	London	1835–1869	Wholesale book-sellers, embossers of bookcovers, Bible & Prayer book warehouse. Scrap book publishers.	J. L. Barritt & Co. followed by Address	Kelly 1835. 339 ff
Baxter, George	London	1830–1861	Chromolithographic printers & inventor of the Baxter process of printing	George Baxter followed by Address	Buday 37, 38, 263 Kelly 1827 Critchett 1836. 37 ff
Beckmann, Charles Later Beckmann Bros.	London – Factories in France, Belgium & Germany	1864–1928	Printsellers to HM the Queen. Publishers, print dealers. Frame & album makers. Dealers in scraps & albums	Possibly BB	Kelly 1864. 839 ff
Bedford, Francis	London	1892	Relief stamper		Kelly 1892 (TS. ST)
Beeson, Ernest	London	1885	Relief stamper		Kelly 1885. 738 & 1917 ff (TS. ST)
Berger, C. H.	Vienna	circa 1850s	Gelatine oblater Exhibitor Paris World Exhibition 1900		
Berger, Kutzner &	Berlin	1866–1890s	Relief & fancy paper and card manufacturers	K & B printed in red on white	GKB 111. 1884. 225, 2081
Berliner-Neuroder-Kunstantalt	Berlin	founded 1888	Consortium of printers including Albrecht & Meister (1904), A & C Kaufmann (1888) and Neuroder.	BNK printed black on white	Kohlmann 211
Berlin Fine Art Society	Berlin	1905–1928	Greetings card and relief printers		Kohlmann 211
Berlin Postcard Company	Berlin	circa 1930s– 1940s	Printers & publishers		
Bernhardt, Wilhelm & Co.	Berlin	circa 1855	Relief producers		Kohlmann 208
Berrington, F. H. & Co.	London	1881	Artist colourmen & framemakers dealers in reliefs		The Queen Magazine 7 May 1881
Betts, John	London	1828–1874	Publisher of the Juvenile Scrapsheet	J. Betts, followed by Address & sheet number	Critchett 1828. 37 ff
BF (Manufacturer unknown perhaps B. Fadderjahn)	probably Germany	circa 1880s	Publisher's Trademark	BF – red script letters in scroll	
Birn Bros.	London	1882–1914	Fancy stationers & relief publishers	B & B or Birn Bros accompanied by their address, printed in red.	Kelly 1882. 747 ff
Boehme, Wilhelm & G. Frankel	Berlin	1873–1883	Relief & card publishers		GKB 11, 1, 1882, 122. Papier-Zeitung 1879, 724
Bognard	Paris	circa 1890s	Chromolithographic printers	Letters Bognard Paris	
Bollans, E. & Co.	Leamington, England	1883	Publishers of Christmas & Easter cards. Fancy stationery & reliefs	EB & Co. entwined. E inverted to B printed in red	Kelly 1883. 753 Buday 263
Bollans, Ferriman & Co.	London & Leamington	1882	Fancy stationers, relief & card manufacturer.	BF & Co. printed in red	Kelly 1882. 753 Buday 263
Bonum Omnibus	London	1884	Publisher's Trademark	BO pennant Trademark 5364 Blue, beige & yellow. (see also Ollendorff)	TSTJ 1884. 407 ff
Bradbury & Wilkinson (late Bunyard & Co.)	London	1881 to present day	Manufacturing stationer. Albums & scrapbook printers		Kelly 1881. 757 ff TSTJ 1880. 47 ff
Bretherton, J.	London	1770–1790	Designer & engraver (engraved Bunbury's designs, e.g. Snip Anglois 1776)		Bryans Dictionary of Painters & Engravers. See also Bunbury Henry William
Brittain, Wm.	London	1839–1847	Publisher of comic scraps	Wm. Brittain followed by Address	Robson 1839. 382 ff. See also Redman, R.
Bryan, Nicholls Bryan, Decimus Bryan, Mason & Co.	London	1881–1913	Wholesale manufacturing stationer. Cards, scrapbooks etc.		Kelly 1881. 1132 ff SBFGJ 1894, xii
Bunbury, Henry William	London	1750–1811	Designer of prints and caricatures. (His work engraved by J. Bretherton)		Bryan's Dictionary of Painters & Engravers
Burgis & Barfoot	London	1814–1817	Printers and publishers	Burgis & Barfoot followed by Address	Critchett 1816. 52 ff. See also Burgis, John & Barfoot, Joseph
Burgis, John	London	1813–1834	Publisher of high quality prints & aquatints in conjunction with Barfoot. Manufacturer of gold-morocco & coloured papers, etc.	John Burgis followed by address	Critchett 1813. 53 ff. See Barfoot J. and Burgis & Barfoot

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Busby, Gaius	London	1861–1876	Published illustrations for scrap albums. Busby's Scraps, illustrations for scrap albums	Gaius Busby, followed by address	Kelly 1861. 812 ff
Büttner, E & Co. (part owner of the firm of Hellriegel)	Berlin	circa 1870s	Produced reliefs – cards, stand-up cards	EB & Co. superimposed printed in red on white ground	Klimsch 1876 Papier-Zeitung 1877 (See Hellriegel)
Buckstein, Max	Nuremberg	circa 1880s–90s	Manufacturers fancy borders & ornaments		See German Export Book GKB 11, 1884. 226, 2085
Calvert, Frederick (worked with Cole)	London	1825–1828	Print seller & designer of scrap sheets	F. Calvert, followed by address	Kent 1826. 63 ff Repository of Arts, 1825 June
Canton, Robert	London	1848–1892	Lithographic printer & scrap publisher. Valentine maker		Kelly 1848. 700 ff
Carr & Mason	Leamington, England	1881	Manufacturing stationers. Cards, scraps, stove ornaments, etc.		Stationery Trades Journal 1881 20 December TSTJ 1881. 646 ff
Capital Card Company	Columbus Ohio, USA	founded 1882	Dealers in hidden name cards, novelties, fancy goods & scrapbooks. Importers of scraps		
CAVL (Manufacturer unknown)	Possibly Denmark	circa 1940s	Publisher's Trademark	CAVL	
Chapman, George Edwin (see Lock & Chapman)	London	1883	Wholesale scrapbook manufacturer	Publishers name & address on frontispiece of album	Kelly 1883. 802 and 1864 ff (TS. SBM)
Chatelin, Antoine	London	1853–1882	Bookbinder and album manufacturer		Kelly 1853. 950 ff
Cole, William	London	1826–1828	Bookseller and publisher of humorous scraps designed by H. Heath	W. Cole, followed by date address & scrap sheet number	Kent 1826. 79 ff
Collins, William & Sons & Co.	London	1881 to present day	Manufacturing stationers. Album makers & publishers	Publishers name & address on album frontispiece	TSTJ 1881 23 September
Conqueror (Manufacturer unknown)	Germany	circa 1900s	Publisher's Trademark	Conqueror. Brown printed numbers & figures of William the Conqueror	
Copeman, William	London	1893	Relief stamper		Kelly 1893 841 & 2056 ff (TS. ST)
Crew, Francis (partnership with Richard Spencer)	London	1814–1850	Bookseller & stationer & publisher	Crew & Spencer followed by address and date	Critchett 1814. 81 ff. See also Crew & Spencer, Richard
Crew & Spencer	London	1829–1834	Booksellers & stationers. (Published a broadsheet 'Pythagorean Fancies' for albums. Printed by Englemann Graf Coindet & Co.)	Crew & Spencer, followed by address and date	Critchett 1829. 103 ff. see also Crew Francis & Spencer, Richard
Croker, Henry	London	1880–1938 et seq	Relief stampers, engravers, die sinkers, illuminators, heraldic artists and fancy box stationery		Kelly 1867. 990 ff. See also Sounes & Croker
Croner, Max	London	1890–1895	Fine art & relief publisher		Kelly 1890. 884 ff. SBFGJ 1892. 68 ff
Cruikshank, George Snr.	London	1792–1878	Artist & caricaturist. Produced 'Scraps & Sketches' and 'Derby Day' a special relief panorama published by Raphael Tuck	George Cruikshank, followed by address & date	
LD & Co. (Manufacturer unknown)	probably German	circa 1890s	Publisher's Trademark	LD & Co. Red letters on white ground, encompassed by shield	
WD (Manufacturer unknown) possibly W. Düms, Germany)	Germany	circa 1890s	Publisher's Trademark	W. D. Fox mounted on shield with letters inset	
Darton, W. Jnr Darton & Clark Darton, John M. & Co. Darton and Hodge	London	1805–1876	Bookseller & stationer. Publisher of 'Darton's Children's Pictures', drawn by Barfoot	Respective Publisher's name and address shown	Kelly 1805. 66 ff see also Barfoot, J.
Davidson Bros.	London	1883–1929	Publishers of cards & reliefs. Importers of fancy stationery		Kelly 1833. 851 ff
Davidson, Wolff	London	1885–1887	Relief manufacturer. Fine art & card manufacturer	WD Printed Red on white ground	Kelly 1885. 856 ff TSTJ 1886 Supplement 35 ff
Davies & Co.	London	1864	Newsvendors. Fancy and general stationers. Albums and scraps		Kelly 1864. 1898 ff
Davison, W.	Alnwick	circa 1800s	Publisher	W. Davison followed address	
Dawson, Thomas	London	1840	Publisher of humorous scraps	Thomas Dawson followed by address	Kelly 1840. 72

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Day & Son Ltd	London	1866–1867	Fine art dealers & publishers	Publishers name followed by address	Kelly 1866. 981 ff 1867. 1006 ff
Day John) (Day & Son)	London	1869	Artist & commercial lithographer. Printer and engraver, stationer, publisher, card & label manufacturer. Bookbinder, framemaker & die sinker, etc. Founder of the Savoy Steam Press.	Publishers name followed by address	Kelly 1869. 808 ff
Day & Son (Vincent Brooks Day & Son)	London	1871	Lithographers to the Queen & Publishers	Publishers name followed by address	Kelly 1871. 813 ff
Day, William (founder of Day & Son)	London	1826–1838	Lithographic printer & press manufacturer. Printed work of artist Edward Purcell which was published by S. & J. Fuller.	W. Day followed by address	Robson 1826. 126 ff Pigot 1826. 198 ff
Day & Hague	London	1839–1853	Lithographers to the Queen	Day & Hague followed by address	Critchett 1839. 224 ff
Day, William & Son	London	1854–1865	Lithographer & copper plate printer	W. Day & Son followed by address	Kelly 1854. 273 ff
Day & Son	London	1864–1871	Lithographers to the Queen & HRH the Prince of Wales. Printers, engravers. Fine art & general publishers	Day & Son followed by address	Kelly 1864. 959 ff Kelly 1871. 813 ff
DB (Manufacturer unknown)		circa 1890s	Publisher's Trademark	DB – Red squat letters in red rectangular box.	
DB (Manufacturer unknown)	printed in Germany	circa 1890s	Publisher's Trademark	DB – Red capital letters on a scroll surmounted by a wheel with wings.	
DB (Manufacturer unknown)		circa 1890s	Publisher's Trademark	DB – Red letters on white ground.	
DB (Manufacturer unknown)	probably German	circa 1890s	Publisher's Trademark.	DB – Blue letters on white ground with blue wings.	
DB (Manufacturer unknown)	English	circa 1890s	Publisher's Trademark	DB – Blue capital letters on white ground emblazoned in a blue edged shield.	
Dean & Bailey Dean & Munday Thomas Dean & Son	London	Established 1714 – to present day	Printers & publishers of reliefs, cards and fancy stationery. (One time publishers of Debretts Peerage. Famous publishers of children's books.)	Publishers name followed by address	Critchett 1810. 84 ff TSTJ 1880. 27 ff
Delgado, Gershorn	London	1888–1973	Manufacturing & fancy stationer agent for the Osnabrücker Papierwaaren Fabrik from Berlin		Kelly 1888. 889 ff SBFGJ 1891. 470 ff
De La Rue, Cornish & Rock (see De La Rue, James & Rudd and De La Rue, Thomas)	London	1831–1834	Card makers, embossers & fancy stationers	De La Rue & address	Critchett 1831. 109 ff
De La Rue, James & Rudd	London	1834–1837	Card makers, embossers & fancy stationers. Producers of fine leather albums	De La Rue & address	Critchett 1834. 124 ff
De La Rue, Thomas & Co. Ltd (see Rock W. H. & Co.)	London & Basingstoke	1838 to present day	Wholesale fancy stationers, card manufacturers, embossers, engravers, printers, book and album dealer. Manufacturers of Government & Colonial adhesive stamps and bank notes	De La Rue & address	Kelly 1838. 157 ff
Dickinson, Joseph	London	1814–1847	Print & scrap publisher. Published scrapsheets by Purcell	J. Dickinson, followed by date & address & sheet number	Critchett 1814. 95 ff
Dighton, T.	London	circa 1825	Lithographic artist designer & engraver. His work often published by J. Dickinson & printed by Hullmandel.	T. Dighton	Bénézit 1950 III. 269
Donaldson, A. J.	Glasgow	1940s to present day	Producers at one period of Disney scraps and <i>The Mickey Mouse Scrap Book</i> . Their franchise was taken over by The Mamelok Press. The company still sells printed scraps as an wholesale agent		
Elliot, Edward & Co.	London	1852–1856	French agents & importers of fancy merchandise & scraps		Studio Magazine Christmas Supplement 1894. p. 13. Kelly 1852. 185 ff
Emdin, Frank H.	London	1880–1927	Picture framer, carver & gilder. Card & stove screen importer	'Good Value' 131 Regent Street printed in black	Kelly 1880. 873 ff
Engel, Adolf	Berlin	circa 1848	Lithographer & publisher, producer of games, puzzles and reliefs	AE printed in Red on white ground	GKB 11.1. 1882. 415 ff

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Engelmann & Co. (see Engelmann Graf Coindet & Co.)	London	circa 1840s	Printers	Engelmann & Co., followed by address	
Engelmann, Graf Coindet & Co. (see Graf – under whose name the business is listed after 1833)	London	1829–1832	Lithographic printers	Engelmann Graf Coindet, followed by address	Critchett 1829. 140 ff
Erdmann & Shanz	London	1884	Publishers & scrapbook manufacturers		Kelly 1884 (TS. SBM) 895 & 1878 ff
Eyck & Co Eyck, Asch & Co. (see also Priester & Eyck and M. Priester)	London	1883	Importers & publishers cards & fancy stationery		Kelly 1883. 894 ff
Eyre & Strahan Later Eyre & Spottiswoode	London	1807–1831 1832 to present day	Originally printers, later publishers manufacturers of Novelties & Scrap Albums	Publishers name & address on album frontispieces	Holdens Triennial Directory 1807. 327 ff TSTJ 1881. 444 ff
Fairburn, John	London	1800–1854	Printers (Printed Fairburn's novelties, black & white or hand coloured. Sold at a halfpenny plain.)	J. Fairburn followed by address	Kent 1800. 65 ff
GF (Manufacturer unknown perhaps G. Faber & Co.)	probably German	circa 1880–1890s	Publisher's Trademark	GF – blue letters on white ground on a scroll with wings	
Falck, Ernest & Co.	London	1867–1905	Merchants, agents & wholesale confectioners. Agent for W. Hagelberg, Berlin		Kelly 1867. 1047 ff
Faulkner, Charles William & Co. (partner in firm Hildesheimer & Faulkner. See Hildesheimer & Faulkner)	London	1894–1957	Fancy stationers, printers & publishers. Card manufacturers		Kelly 1894. 974 ff Buday 269
FB (Manufacturer unknown)	German	circa 1890s	Publisher's Trademark	FB – Red letters on white ground. F reversed and inverted BB.	
Fisher, Henry (see Fisher Henry Son & Co. and Fisher & Jackson)	London	1819–1826	Printer & publisher of the renowned Fisher's Drawing Room Scrap-Book	Henry Fisher followed by address on title pages of publications	Critchett 1819. 121 ff
Fisher, Henry Son & Co.	London	1827–1830	Printers & Publishers of Fisher's Drawing Room Scrap-Book	H. Fisher Son & Co. followed by address on Title pages of publications	Robson 1827. 149 ff
Fisher Son & Jackson (see Peter Jackson)	London	1831–1850	Booksellers, publishers Printers & Stereotype Founders. (Produced The Drawing Room Scrapbook, containing high quality steel engravings & verse.)	Fisher Son & Jackson on title pages of publication	Critchett 1831. 138 ff
Fisher, Thomas	London	1836–1863	Bookbinder & print seller. Publisher of prints with pun on word scrap	Thomas Fisher & address	Critchett 1836. 190 ff
FKV (Manufacturer unknown)	possibly Norwegian	circa 1920	Publisher's Trademark	FKV White letters on sail of a Viking ship	
Fleisher, Friedrich	Germany	circa 1870s	Publisher of black & white scraps marketed by Joseph Myers & Co. in the UK	Freidrich Fleisher Printed in black	
Fleming, Silber & (originally Silber & Fleming 1858)	London and Paris	1886	Importers & manufacturers of fancy stationery, albums, scrapbooks, toys, etc.		Kelly 1858. 1326 ff
Fordham & Co	London	1898	Scrapbook manufacturers		Kelly 1898 (TS. SBM) 2219 ff
Fores, Arthur (see Fores Samuel, Fores, George B., Fores, Arthur, Blucher & Co.)	London	1840–1843	Publishers & printseller	Publishers name followed by address	Kelly 1840. 95 ff
Fores, Arthur, Blucher & Co.	London	1844–1880	Publishers, printsellers and frame makers	Publishers name followed by address	Kelly 1844. 683 ff
Fores, George, P. B.	London	1881 to present day	Print seller, publisher, picture dealer. Today – a gallery specialising in sporting prints	Publishers name followed by address	Kelly 1881. 904 ff
Fores, Samuel W. – founder of the firm of Fores	London	1800–1839	Bookseller, stationer, publisher & print seller, medical scraps, feasting scraps	S. Fores followed by address and date	Kent 1800. 70 ff
Friedberg & Silberstein	Germany	circa 1880–90s	Relief manufacturers & publishers	FUS – Blue letters in shield surmounted by bear	
Fuld & Company	New York	circa 1905–1910	Relief manufacturers particularly Old Testament & Jewish subjects	Black capital letters with wording 'copyright' before company name and New York after	

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Fuller, Samuel Berry & Joseph (premises called 'The Temple of Fancy')	London	1811–1874	Stationers, print sellers, publishers. Preparers of fine watercolours Frame makers	Publishers name followed by address	Critchett 1811. 113 ff
FWKB (Manufacturer unknown)	German	probably 1920s	Publisher's Trademark	FWKB black letters.	
G (Manufacturer unknown)	English or German	late 1890s	Publisher's Trademark Perhaps Goode Bros?	G – Blue or brown outline letter in stylised rectangular artists palette with brushes	
G & Co. (Manufacturer unknown)	possibly German	circa 1884	Publisher's Trademark. Perhaps Gottschald & Co. Germany, Dresden	G & Co. (perhaps G. See above)	Robson 1939. 382 ff
Goode Thomas Later Goode Bros and Goode Bros (1913) Ltd		1830–1929	Printers, fancy stationers, publishers & embossers Valentines & cards		
Goodman B & Son	London	1882–1885	Manufacturing fancy stationer. Embossed reliefs, cards & fire screens		Kelly 1882. 216 ff TSTJ 1884. 186 ff
Greiner Gotthelf & Co.	London	1872–1950	Importers. Publishers or reliefs and cards		Kelly 1872. 912 ff
Groome, W. H. C.	Ealing, London	active 1881–1901	Artist – designed famous architectural reliefs. Painter of landscape and genre subjects	W. H. C. Groome	Royal Academy Exhibitors 1769–1904. Vol III
LH (Manufacturer unknown probably Hohenstein & Lange, Berlin)	probably German	circa 1890s	Publisher's Trademark	LH superimposed and intertwined. printed in blue	
Haenle, Leo (see König, Otto & Co., Haenle's London agent)	Munich	founded circa 1850s	Manufacturer of all kinds of gold, silver and tin foil paper, patented reliefs and edgings. (Awarded prizes in 1862 London exhibition)		GKB III 1884. 226, 2086
Hagelberg, W.	Berlin	founded 1858	Relief publisher. Large output of high quality reliefs. Important innovator – introduced the use of scraps to confectionery, perfumers fancy boxes etc. Publisher of W. Hagelberg's <i>Manual of Zoology</i> , printed in German, French, Spanish, Italian, Dutch and Swedish. His reliefs often sold with text sheet in envelopes or folders	W. H. – black letters joined together or WH contained in a shield	Buday 84 GKB III 1884. 224, 2080
Hagelberg, W. (Branch of Hagelberg Berlin)	London	1886–1916	Fine art printer. Publisher of reliefs and cards	WH or WH in a shield printed in black or blue	Kelly 1886. 966 ff
Hamilton, Edward (see Hamilton, Hills & Co.)	Bath	1880–1883	Publisher. Importer of oleographs, reliefs, etc. e.g. – specialities reliefs, 50 shillings per 1000 sheets		TSTJ 1880. 34 ff
Hamilton Hills & Co. (Late E. Hamilton, Bath) from 1899 firm reverted to title – Hamilton Edward	London	1884–1953	Manufacturer and dealer in reliefs, cards, chromos & transfers		Kelly 1885. 964 ff TSTJ 1884, 407 ff
Harwitz & L. Sonn	London	1861–1891	Publisher of prints, chromos, photographic scraps and albums		Kelly 1861. 982 ff
Harzer & Shwerdtfeger	Berlin	founded circa 1880s	Manufacturer of cards and reliefs	H & S in shield. printed red on white ground	
Hayes, John (see Hogarth & Hayes)	London	1883–1889	Fancy stationer, chromolithographs reliefs and cards		Kelly 1883. 975 ff
Hauboldt, Otto	Leipzig	1877	Manufacturer of reliefs and albums		Papier Zeitung 1877. 377 ff
Heath, Henry (possibly brother of William Heath)	London	fl 1824–1850	Engraver and illustrator (illustration for Omnium Gatherum) Work Published by W. Cole & E. Lacey. Humorous scraps	Artist's Signature H. Heath	Dictionary of British Book Illustrators & Caricaturists 1800–1914
Heath, William	London	b 1795 d 1840	Outstanding caricaturist and social satirist draughtsman superb examples of his work published by T. McClean in McClean's Scraps for Albums	Artist's signature	Bénézit 1951 IV, 625 ff

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Heb Publishing Company (perhaps denotes The Hebrew Publishing Company. See Fuld & Co., New York)	New York	circa 1906–1909	Publisher of reliefs depicting scenes from Old Testament and Jewish migration to America	Black capital letters the word 'Copyright' before HEB and year of publication after Co.	
Heller, E.	Vienna	Closed circa 1960s Stock purchased by Mameloks	Chromos and reliefs	Letters, Heller. printed black or red	
Hellriegel, Carl (see Eduard Büttner & E. Strange)	Berlin	circa 1860s	Theatre posters, cards, reliefs, free standing reliefs	C.H. superimposed H being highly stylised. Joined to the H above a sunburst symbol. Printed red on white ground	Brückner 223 Papier Zeitung 1877. 162
Hetherinton, H.	London	1835–1853	Book seller. Printer of 'New Comic Scrap Sheets'		Robson 1835. 508 ff Buday 277
Heyman & Schmidt	Berlin	founded 1878	Publishers – relief and card printers. Steam embossing works	H & S. Printed red on white ground	GKB III 1884. 26
HK & Cie (Manufacturer unknown)	probably Paris	circa 1900s	Publisher's Trademark	H.K & CIE. Printed red on white ground	
HKCS (Manufacturer unknown)	possibly German	1890s	Publisher's Trademark	HKCS – Block capital letters printed black	
Hildesheimer, Albert (succeeded by his son Henry Hildesley)	London, Leeds & Glasgow	1879–1915	Publisher of reliefs, oleographs and cards	Letters A. Hr. Printed black or red on white ground	Kelly 1879. 962 ff Buday 270
Hildesheimer & Faulkner (an amalgamation of Albert Hildesheimer & C. W. Faulkner & Co. After 1893 both went their separate ways)	London	1881–1893	Fancy stationers – published prints and cards, introduced photogravure cards, technical innovators	H & F Printed red on white ground	Kelly 1881. 892 ff Buday 271
Hildesley, Henry (see Albert Hildesheimer)	London, Leeds & Glasgow	1916 to present day (1946 part of the Purnell group then incorporated into the BPC)	Colour printer, lithographer high class show cards, etc. in 1976 became design firm solely		Kelly 1916. 956 ff
Hildesheimer, Siegmund & Co.	London, New York & Manchester	1877–1927	Publishers of fine reliefs e.g. Jubilee series and Bible story, cards and fancy stationery	S. H. & Co. – letters intertwined. Printed, black, red or blue on white ground	Kelly 1877. 1021 ff Buday 270 & 84
Hills & Co.	London	1895	Manufacturers & publishers, relief stampers, letterpress printers. Die Sinkers		Kelly 1895. 1110 & 2148 ff (TS. ST)
Hodgson, Orlando	London	1833–1845	Book & printseller & juvenile scrap & theatre print publishers	O. Hodgson followed by address	Critchett 1833. 198 ff
Hogarth & Hayes (see Atterton & Hogarth & J. Hogarth & J. Hayes)	London	1883–1888	Manufacturers of cards & boxes. Importers of reliefs, etc.		Kelly 1883. 992 ff
Hogarth, James (see Atterton & Hogarth)	London	1881–1882	Fancy manufacturing stationer cards reliefs, fancy goods		Kelly 1881. 986 ff
Hohenstein & Lange	Berlin & Leipzig	circa 1884	Luxury paper manufacturers. Exhibited at Trade Fair, Berlin, 1896	HL in blue or encompassed by blue outline of heart	Address book of German export firms III, 1884
Houghton & Lucas & Co.	London	1820–1907	Fancy stationers		Kent 1820. 175 ff
Hull, Edward	London	circa 1820–1835	Lithographic artist & designer who worked for Engelmann, Graf Coindet & Co., e.g. A print of a tramp entitled 'A thing of shreds & patches'.	E. Hull Signature or E. Hull followed by address	Bénézit V 25
Hullmandel C.	London	1824–1861	Lithographic printers. Printed T. Dighton's work and some of Dickinson's Quality printing company	C. Hullmandel followed by address	Critchett 1824. 193 ff
Hyllert & Ewald	Germany	circa 1920s & 1930s	Relief manufacturers	iE – Black or blue letters on white ground	
Illustrationfolaget Carlsen	Denmark	1976	Relief manufacturer	iF plus 'made in Denmark' above the letters printed black	
International Publishing Co. (possible forerunner of Int Printing & Publishing Co.)	London	1882–1885	Publishers		Kelly 1882. 1013 ff
International Printing & Publishing Co.	London	1886	General & fancy stationers, cards, oleographs, engravings & reliefs		TSTJ 1886. 98 ff

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
International Publishing Co. (The)	London	1887–1917	Publishers		Kelly 1887. 1040 ff
Israel, D. S.	Berlin	circa 1880s	Relief manufacturer with superb examples in large tableaux format, the same style & subject matter as the M. Priestler 'British Sports and Pastimes'	DSI in a six pointed star. Printed red on white ground	GKB 1873 Berlin Exhibition 1896 MDV, Berlin
Jackson, Peter	London	1851–1856	Printer & wholesale publisher including The Drawing Room Scrapbook with Henry Fisher & Son	Peter Jackson as title page of publication	Watkins 1851. 314 ff
Jerrard, John	London	1862–1881	Dealer in reliefs, photographs, scrapbooks & screens	Stamp – John Jerrard on reverse of some prints	Kelly 1862. 1035 ff
Johnson & Rowe (Later Johnson, Wm. & Sons)	London	1861	Manufacturing stationers, scrap albums		Kelly 1861. 1031 ff
Johnson, Wm. & Sons	London	1883	Manufacturing stationers, scrap albums		Kelly 1883. 1027 & 1864 ff (TS. SBM)
Jonas, M. L. & Co.	London	1853–1900	Relief manufacturers, lithographic printers, importers	MLJ & Co., Printed red on white ground	Kelly, 1853. 694 ff Buday, 272
Jones, Hannah	London	1896	Relief stamper		Kelly 1896. 1154 & 2168 ff (TS. ST)
Judd, Lindsay & Co. (from 1895–98 trading as 'Judd's Paper & Stationery Co. Ltd')	London	1887–1898	Paper merchants, wholesale & fancy stationers, reliefs, gold & Fancy papers		Kelly 1887. 1060 ff
Kaufmann, A. & C.	Berlin	circa 1870	Relief producers, oleographs, prize winners in many parts of the world	AKC & Co. The K being the most prominent. Red on white ground	Berlin Exhibition 1896 GKB 111, 1882. 1082
Kaufmann, Ernst	Germany Lahr, Baden	founded circa 1816	Cards, reliefs, pictures		GKB. XVI, 2, 1, 1893. 1478–1488 ff
Kaufmann, Ernst (see Radicke, A.)	London (the London branch of the above firm)	1887–1918 (In 1919 became G. J. Galloway. Listed as such until 1963)	Wholesale and manufacturing stationer. Card Publisher, etc. wrapper printer. London outlet of A. Radicke of Berlin		Kelly 1887. 1062 ff
The Kensington Fine Art Association		1881–1888	Publishers of cards, reliefs, scrapbooks, novelties. Produced 'Heroes of the Victoria Cross' – sold in decorative wrapper. Price 2/6. The trade mark BB shows that they were printed by Birn Bros, & designed by Harry Payne.	Publishers name followed by address	Kelly 1881. 380 ff
King, Jonathen, Snr. & Jnr.	London	1844–1928	Prolific collector of cards & paper ephemera (700 volumes according to Gleeson White). High quality wholesale fancy stationers. Manufacturers of Valentine's cards – ornaments, etc. King Jnr. donated his collection of toy theatres to London museum in 1911. The British Museum did not take advantage of the offer of the rest of this collection in 1911 and in the 1950s the remains became the centrepiece of the Hallmark Historical Collection in America. Wholesale manufacture of high quality reliefs, ornaments & cards		Kelly, 1844. 774 Gleeson White Stuart 1894. Christmas Number Buday 5 ff Staff 130 ff White 13 ff
Kinze Bros (see also Meissner & Buch)	London	1863–1897	Relief Manufacturers, card publishers – fancy stationers. Agents for Meissner & Buch		Kelly 1863, 1084 ff Buday 272
Klinger, I. G.	Germany	circa 1890s	Scrap producer		Rosander, 7/8
Konig, Otto & Co. (agent for Leo Haenle)	London	1866–1917	Commission agents, wholesale stationers, importers of wood pulps, paper & colour merchants		Kelly 1866, 1176 ff
Kruger, Arthur, F.	Hamburg	1920s–1970s	Modern relief producer no longer in relief industry	K surmounted by crown or AFKH or Kruger with crown over letter U. Printed black on white ground	
K & L (Manufacturer unknown)	USA	circa 1930s	Publisher's Trademark	K & L Red letters on white ground	
Lacey, Edward	London	1829–1850	Publisher of scrap sheets many black & white engravings designed and drawn by H. Heath	E. Lacey, followed by address	Critchett 1829. 246 ff
Lacey, H.	London	circa 1830s–40s	Publisher	H. Lacey followed by address	

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Laidlaw, Alexander	London	1857–1871	Importer, dealer and publisher of prints and scraps. Agent for W. Hagelberg		Kelly, 1857. 1220 ff Buday 273 Stationery March 1895. 60 ff
Landau, Alexander J.	London	1880	Wholesale plain and fancy stationers, relief importer, cards, etc.		Kelly 1880. 1034
Lane, Theodore	London	1800–1828	Caricaturist, notable draughtsman e.g. scenes from Shakespeare published by Thos McClean in McClean's Scrap Sheets	Theodore Lane	Dictionary of British Book Illustrators & Caracaturists 1800–1914
Lee, Charles (see Lee, Taylor &	London	1867–1900	Relief producer, wholesale manufacturing stationer, repository for fancy goods		Kelly 1867. 1219 ff TSTJ 1884. 792 ff
Lee, Taylor &	London	1867–1900	Wholesale manufacturing stationer & relief producer		Kelly 1867. 1466 ff
Lefevre & Kohler (later Louis M. Lefevre)	London	1833–1838 1839–1843	Lithographic printers	Printers name followed by address	Critchett 1833. 244 ff
Leighton, Son & Hodge	London	1852–1899	Bookbinder & scrapbook manufacturer		Kelly 1852. 358 ff Kelly 1899. 2353 & 1310 ff (TS. SBM)
Leutheuser, Felix	Germany	circa 1930s	Publisher		
Lithographic Artistische Anstalt (Obpacher Bros who formed a limited company in 1889)	Munich & New York, London	1889	High class chromos, reliefs, lithographic & monochrome printing		Stationery & Bookselling 1889, 46 ff
The Lithographic Art Publishing Co. (see Obpachers & Lithographisch Artistische Anstalt)	London	1889	Printers & lithographers		
Littauer & Boysen	Berlin	founded 1887. Sold 1920 to Zoecke & Mittmeyer & Mamelok & Sohne	Producers of reliefs and gingerbread wafers & posters	L & B Printed in black, blue or red on a white ground	Catalogue of Trade Fair, Berlin 1896. 165
Lock & Chapman (see Chapman, George Edwin)	London	1877	Wholesale scrap album manufacturer		Kelly, 1877. 1121 ff (TS. SBM)
Loewenstein & Hecht	London & Berlin	1885–1908	Importers of fancy goods, albums & fancy stationery		Kelly 1885. 1081 ff
Lowe, Fletcher & Hulme	London	1895	Relief stampers, manufacturing stationers, letterpress, lithographic & copper plate printers		Kelly 1895. 1204 & 2148 (TS. ST)
Lowthime, D. A. (Late F. Macfarlane)	London	1885	Scrapbook manufacturer		Kelly 1885. 1089 & 1890 ff (TS. SBM)
Luks, Williams (agents for Obpachers in London)	London	1871–1898	Publisher of oleographs, books, cards. Shippers & export merchants. Scrap albums, works of art		Kelly 1871. 1055 ff (TS. SBM 1889. 46)
MP (Manufacturer unknown)	possibly German	circa 1890s	Publisher's Trademark	M.P trademark, red letters on white ground enclosed by red rectangle.	
M & S (Manufacturer unknown)		circa 1890s	Publisher's Trademark	M & S red letters in circular tag (thin letters not to be confused with Misch & Stock)	
HM & HJM (Manufacturer unknown possibly Meysel, H.)	Berlin	circa 1870s	Publisher's Trademark	HM & HJM – in block letters & fancy script	
Macfarlane, Frederick	London	1871–1883	Scrapbook manufacturer		Kelly 1871. 105 Kelly (TS. SBM) 1883. 108 & 1864 ff
Makie, William Henry	London	1892	Scrapbook manufacturer		Kelly 1892. 1151 & 2005 ff (TS. SBM)
Macmichael, James	London	1852–1950	Heraldic stationer, die sinker & engraver to HM the Queen & The Princess of Wales. Manufacturer of albums & general fancy stationers		Kelly 1852. 381 ff
McCormick, James	London	1830–1840	Publisher. Book & printseller, decorative frontispieces for albums often with verses accompanying them (printer Lefevre & Kohler)	James McCormick followed by address	Critchett 1830. 255 ff
McLean, Thomas (later Eugene Cremetti, fine art dealer)	London	1815–1908	Publisher of high quality caricature sheets and scrap sheets by such artists as Heath, Lane & Petit Jean. Some sheets are hand coloured engravings, other aquatints or mezzotints	Thomas McClean followed by address & date	Critchett 1815. 212 ff

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Madeley, Edward George	London	1835–1860	Lithographic printing office. Printed 'The Scrap Collector' published by Spooner 1831	George E. Madeley	Robson 1835. 578 ff
Maguire, Helena, J.	London	1895	Artist & designer working for Birn Brothers (subject matter particularly animals & birds)	Signed HJM	SBFGJ 1895. 153 & 154 ff Buday 237
Mallett, Josiah, R.	London	1885–1887	Reliefs & fancy goods		Kelly 1885. 1099 ff TSTJ 1886, 40 ff, 25 January
Malley, Joseph Robert & Co.	London	1891–1911	Relief & fancy goods manufacturer	J. R. M. & Co. Red letters on white ground	Kelly 1891. 1167 ff
Mamelok & Adam, Mamelok & Sohne, (moved to UK in 1936 became Marnelok Press, later)	Breslau Germany	1820s–1880s 1930s	Important manufacturer of reliefs being part of the firm of Mamelok of Breslau	MP Black letters on white ground	
Mamelok Press Ltd	Breslau Germany to London later Suffolk, England	re est. 1930s to present day	An important firm of relief manufacturers being the main publishing house in production today. Vast and wide selection of merchandise	MLP Blue letters on white ground	
Mansell, Joseph	London	founded 1830 to 1902	Chromolithographic prints & reliefs cards, scrap albums		Kelly 1836. 351 ff TSTJ 1885. 397 ff
Marion, August & Co. (later Amalgamated Photographic Manufacturers)	London	1853–1922	Stationers & importers of fancy goods, scrap albums, etc.		Kelly 1853. 948 ff
Marlborough, Gould & Co.	London	1880–1941	Scrap albums, cabinets for reliefs, cards		Kelly 1880. 1076 ff TSTJ 1880. 253 ff
Marx, Albert	London	1878–1887	Wholesale fancy stationer and publisher of chromolithographs & reliefs	A.M. Black letters on a white ground	Kelly, 1878. 1159 ff
M & C (Manufacturer unknown)	possibly German	circa 1880s	Relief manufacturer	M & C. Red letters on white ground	
Meissner & Buch (see Wallis, W. G. – importer for Meissner & Buch. Taken over by Arthur Ferriman & Co.)	London & Leipzig	1876–1914	Fine art publishers, relief sheet manufacturer	M & B Red letters on a white ground	GKB VII Klimsch 1876 Kelly 1886. 1122 ff TSTJ 1885. 775 ff 24 October 1887. 304 & 449 ff
Mills, Joseph J. (see Atterton & Mills)	London	1876–1880	Fancy stationer, valentine manufacturer, importer of reliefs, & chromolithographs		Kelly 1876. 1166 ff
Minot & Cie, J.	Paris	circa 1890s	Chromos (with gummed backs), Portraits & cameo scenes	J. Minot & Cie Printed in black	Buday 281
Minot & Cie, Vallet Minot	Paris	circa 1890s	Chromos	VM superimposed	Buday 281
Misch & Stock	London	1886–1916	Fine art publishers, cards, reliefs, fancy stationery	M & S intertwined Printed in red on white ground	Kelly 1886. 1131 ff
M.St (Manufacturer unknown)	England	circa 1880s, 1890s	Publisher of reliefs. Of note is a fine series of caricatures of politicians of the day	M & St, red letters in rectangular box	
Muller & Hilpert (Hund Bros – London agents)	Berlin & London	1879	Album manufacturers. Patentees of expanding album clasps.		Kelly 1889. 1102 ff (TS. SBM)
Mullis, Alice Eugene	London	1893	Relief stamper		Kelly 1883. 1882 & 1126 ff (TS. ST)
Myers, A. N.	London	1800–1899	Publisher of reliefs, some from designs by Thienemanns Verlag	A. N. Myers Printed in black	Kent 1800. 106 ff GKBX 1882. 561–570 XVI, 3.2, 1839. 2429
Nagelshmidt, F.	Berlin	circa 1870	Trick card & relief manufacturer	FN, Black letters on white ground	Paier Zeitung 1877, 323. 1879, 1005 MDV Berlin. GKB 1873
Nathan, Joseph (founder of Michael Henry Nathan & Co.)	London	1878–1881	Publisher & export fancy stationer, reliefs, oleographs etc.		Kelly 1878 TSTJ 1881. 64 ff
Nathan, Michael Henry & Co.	London	1880–1900	Publisher of materials for valentines, oleographs, quality reliefs etc.	M. H. N. & Co. Red letters on white ground	Kelly 1880. 1113 ff Buday 276
Naumann, Wezel &	Leipzig	circa 1872	Reliefs, bookmarks, cards, etc.		GKB VII, 2 1883–1539

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Newmann, Oscar & Co.	London	1881–1911	Commission agent for educational aids. Printers, embossers, stampers produced <i>The Children's Natural History Scrap Book</i> .	Oscar Newmann & Co., followed by address on publications	Kelly 1881. 1131 ff
Nister, Ernest (see Nister & Co. Ltd)	London & Germany	1889–1916	Publisher of children's books including moveable & pop-up books	Ernest Nister followed by address on title pages of publications	Kelly 1889. 1193 ff
Nister & Co. Ltd	London & Germany	1928–1933	Children's book publishers, e.g. <i>The Little Peoples Scrap Book</i>	Nister & Co. Ltd followed by address on title pages of publications	Kelly 1928. 1847 ff
N. N. (Manufacturer unknown)	London	1920	Publishers Trademark. Possibly Norbury & Nazio	NN – black letters	
Obpachers co-producers with Albrecht & Meister	Munich	founded 1867	Manufacturers of quality reliefs. Co-producers for other concerns such as Albrecht & Meister. Very important producer	OB superimposed with O used sideways Printed, red, blue or black on white ground	GKB VIII, 1883. 711 ff
Ollendorff, Bernard	London	1872–1896	Printseller & publisher of cards & reliefs	Bonum Omnibus in beige & yellow pennant with entwined letters BO	Kelly 1872. 1131 ff
Olsson, Eric & Co. E. O. & Co.	Sweden	closed circa 1970	Relief manufacturer	E & O Co. Printed red or black on white ground	
Ordish, T. & Co.	London	1844–1925	Fancy stationers, prints & scraps		Kelly 1844. 842 ff TSTJ 1885. 699 ff
Osnabrücker Papierwaaren Fabrik	Berlin	circa 1900	Reliefs & congratulation cards		
Ough, Frederick	London	1871–1891	Wholesale fancy stationer, fancy papers & reliefs		Kelly 1871. 1130 ff Buday 277 TSTJ 1880. 272 ff
Pardee, E. H. & Co.	USA	circa 1885	Cards & hidden name cards, stationery, scrap pictures, etc.		
Park, A.	London	1842–1863	Engraver & publisher of early scrap sheets & juvenile theatre caricatures	A. Park followed by address or Park's Scraps	Kelly 1842. 641 ff
Parker, George	London	1880–1885	Wholesale fancy stationer, cards, prints, transfers & reliefs		Kelly 1881. 1150 ff TSTJ 1880, 272 ff
Parkins, Joseph & Co.	London	1894	Relief stampers		Kelly 1894. 1252 & 2078 ff
Payne, Arthur C. & Harry	London	1887	Artists & designers of high quality military subject matter, manufactured by Raphael Tuck & Sons (often signature of the face of the relief). Also outstanding are '12 events' to commemorate Queen Victoria Jubilee 1887	Artists signatures	
Perry & Co. Ltd	London	1831	Pen manufacturer & scrap manufacturer	Perry & Co. Printed in black	Kelly 1831. 304 ff
Phillip Bros	London	1874–1888	Importer of fancy goods, publishers of cards & reliefs		Kelly 1874. 1194 ff
Poole, John (see Poole, John & Son)	London	1808–1821	Wholesale stationer, marble paper & pocket book maker	John Poole, followed by address on title pages	Critchett, 1808. 227 ff
Poole, John & Son (see Poole, John)	London	1822–1834	Wholesale stationers, publisher of <i>Manuscript gleanings and Literary Scrap Book</i> with elaborate instructions for use	J. Poole & Son followed by address on title pages	Robson 1822. 152 ff
Prang, Louis & Co. (see also Ackermann, Arthur)	Boston USA	1870s–1890s	Manufacturer of scraps & cards. Called the 'Father of the American Christmas card.'	L. Prang	Buday 278
Priester & Eyck (see Eyck & Co. Priester, Eyck & L. Simon)	London	1889–1916	Fancy goods importer, scraps, fancy stationery, cards		Kelly, 1889. 1242 ff
Priester F. & Eyck	Berlin	founded circa 1870s	Relief cards, mechanical cards, chromos, scrap sheets	An eye in a six pointed star Printed, red, black or blue on white ground	GKB III 1884. 226, 2082
Priester, M. Continental Printing Company	London	1887–1889	Printers of reliefs, cards, etc.	M. P. in six pointed star. Printed black on white ground	Kelly 1887. 1220 ff
Purcell, Edward	London & Dublin	circa 1825	Lithographic artist, portrait artist & miniaturist. High quality scraps all showing a gypsy girl employing the play on words 'scraps gratefully received'.	Signature E. Purcell	Bénézit, 1954 VII 54

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Radermacher, H. & Co. Ltd	London	1895	Relief stampers, card publishers, fancy stationers		Kelly 1895. 1334 & 2148 ff
Radicke, A. (see Kaufmann Ernst-Lahr-Baden)	Berlin	founded circa 1873	Reliefs, cards, joke cards, book markers, etc.	A. R. intertwined on a shield, blue script letters	GKB 111 1884, 228. TSTJ 1888 Berlin & Leipzig address book III 1884. 228
Rankin, E. Wells Sackett &	New York	1881	Relief manufacturer & artistic novelties show cards	Wells Sackett & Rankin followed by address	
Ray Card Company	Conn, USA	circa 1890	Birthday, visiting and hidden name cards		
Redington, John Snr.	London	1851-1877	Juvenile theatre prints, penny plain, two pence coloured (hand coloured). Stationer, bookbinder & scrap sheet publisher	J. Redington followed by address	Kent 1851. 493 ff
Redington, John Jnr.	London	1865-1880	Juvenile theatre prints & scrap sheet publisher	J. Redington followed by address	Kent 1865. 1330 ff
Redman, R.	London	circa 1830s	Printer of W. Brittain's 'Comic Scraps No 1'	R. Redman	See Brittain Wm.
Renel, A.	London	circa 1850s	Gold and silver embossers reliefs and edgings		1851 London Exhibition Catalogue
Revner, G. M.	Germany	circa 1890s	Relief manufacturer		Goran Rosander
Reynolds, W. & Sons	London	1879-1895	Manufacturing stationer, scrapbooks & picture frame makers		Kelly 1879. 1177 ff Kelly (SBM) 1895. 1346 & 2116 ff
Richter, Tschuschner & Co.	Bremen, Hamburg & London	1882-1913	Commission merchants & shipping agents. London agent for Paul Schambach, scrap album manufacturer, Leipzig		Kelly 1882, 1204 SBFGJ 1892. 481 & 578 ff
Rock, W. H. later Rock Bros & Payne	London	1829-1931	Celebrated album & scrapbook manufacturers & fancy stationers	W. H. Rock Bros, or Rock Bros followed by address on album title pages	Kelly, 1829. 356 ff
Rooney, Robert Alexander & Sons	London	1880	Manufacturers & importers of fancy stationery of all kinds including scrapbooks, cards & oleographs		Critchett 1830. 343 ff Kelly (TS. SBM) 1880. 1811 1198 ff
Rowe & Waller (see E. Hull)	London	1807-1838	Publishers & stationers. Published famous print 'A thing of shreds & patches' 1825. Also published by E. Hull & printed by C. Hullmandel (3 versions)	Rowe & Waller followed by address	Critchett 1807. 230 ff
Rowlandson, Thomas	London	b 1756-died 1827	Famous artist & master designer. Outstanding etchings for Rudolph Ackerman (1799) for his publication Grotesque borders for Rooms & Screens or Extravaganzas for screens. Witty and humorous printmaker for albums. Also worked for Fores.	Artists Signature	Bryans Dictionary of Printers & Engravers
Royle, J. F. & Co.	London	1819-1845	Ornamental paper manufacturer & producer of scraps	J. F. Royle followed by address	Kent, 1819. 287 ff
Rozelaar, Isaac & Abraham	London	1891-1895	Wholesale stationer, card publisher & Printers		Kelly, 1891. 1308 ff SBFGJ 1892, 312
S & Co. (Manufacturer unknown)	London	circa 1890s	Publisher's Trademark	S & Co. Red script letters in oval	
Sago-Konst, A. B.	Stockholm, Sweden	circa 1940s-1970s	Relief manufacturers	Sago Konst AB Black letters on white ground	
Sala, A.	Berlin	1845-1896	Luxury paper manufacturers, relief producer & fancy goods merchant	A.S intertwined encircled by a belt & surmounted by a crown. Black letters on white ground	GKB 1884, 226, 2084
Saunders, Sydney J. & Co.	London	1877-1904	Scrapbook manufacturers, paper makers, wholesale & export stationers, publishers of oleographs & reliefs, importers of fancy goods.		Kelly 1877. 1312 ff
Sayer, Robert Alfred	London	1878-1883	Manufacturers of scrapbooks art metal goods, etc.		Kelly 1878-1323 Kelly (TS. SBM) 1883. 1245 & 1878 ff
SB (Manufacturer unknown)	German	circa 1890s	Publisher's Trademark	SB - Red letters on white ground.	

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Schäfer & Scheibe (see Stöetzer, Frederick)	Berlin	founded 1840 (London connection 1851)	Manufacturers of cards, album leaves, reliefs, cards. Won prizes – London, Paris, Vienna Important early manufacturer of reliefs.	S & S inverted to one another & surmounted by a cockerel. Black letters on a white ground	German Trade Fair Report 1845. 648 Official Index, 1844. 47
Schambach, Paul	Leipzig, Bremen	1892	Album manufacturer London agent Richter Tschuschner & Co.		SBFGJ 1892. 578. 1 August
Schauer, C. Nachf	Berlin	1827–1880	Congratulation cards, reliefs and edgings	C. S. N. interlaced Red letters on a white ground	Berlin address book, 1827 Paper-Zeitung 1880. 1447
Schlesinger, Martin	Berlin	founded 1869	Scrap producers, cards & fine art works, paper lingerie & fans. Medals – in Europe & Australia	M. S. – superimposed and emblazoned on a shield surmounted by a crown and contained in a circle. Letter S the focal point. Red on white ground	Berlin & Leipzig address book of German firms, 111, 1884
Schmidtman & Co.	Leipzig	1884	Scrap producers		Berlin & Leipzig address book of German export firms, 1884, 284
Scholtz, J.	Mainz, Germany		Relief producers		Ralf
Schreiber, J.	Stuttgart, Germany		Relief producers		Ralf
Schwenckert & Wallis (see also Wallis, W. G.)	London	1885	Agents for Meissner & Buch's cards – until 1886. Reliefs & facsimile watercolour cards		Kelly, 1885. 1250 ff TSTJ 1884, 874 ff
Schwerdtfeger, E. A.	Berlin	founded 1880s to present day	Reliefs, calendars, picture postcards	E. A. S. in a shield Printed black letters on white ground	
Shapcott, Alexander	London	1877–1883	Album, sketchbook, portfolio manufacturers & artists colourmen		Kelly 1877, 1326 ff Kelly (TS. SBM) 1883. 1248 & 1864 ff
Simon, L.	London	1888–1891	London agent for F. Priestler & Eyck. Fancy stationer, reliefs cards. Book illustrators		Kelly 1888 TSTJ 1888. 693 ff
Smith, Kay & Co.	London	1892	Relief, gold & silver stampers, illuminators		Kelly 1892. 1333 & 2036 ff (TS. ST)
Smith, T. J. Son & Co. (late Smith, Thomas, John & Joseph)	London	1842–1884	Wholesale export & fancy stationers, account books, albums, fancy warehousemen		Kelly (TS. SBM) 1884. 1270 & 1878 ff Kelly 1842. 693 ff
Sounes, Wm. (see Croker, H. S. & Co.)	London	1835–1892 et seq	Die sinkers, engravers, relief stampers		Robson, 1835. 696 ff
Spalding Bros, George	Ipswich	circa 1880s	Art publishers & importers, relief publishers		The Queen, 7 May 1881
Speller, James & Co. (see Speller, Preston & Henry)	London	circa 1881–1882	Wholesale & export manufacturing stationer, account & pocket books. Manifold writer		Kelly 1881. 1265 ff Kelly (TS. SBM) 1882. 1271 & 1848 ff
Speller, Preston & Henry	London	1862–1882	Wholesale and manufacturing stationer, scrapbooks, etc.		Kelly 1862, 1261 ff Kelly (TS. SBM) 1882. 1271 ff
Spencer, Richard (see also Crewe & Spencer & Crewe, Francis)	London	1821–1875	Booksellers & stationer, publisher of broadsheets, (e.g. Pythagorean Fancies) masonic jeweller	Publishers name & address	Robson 1821. 182 ff
Spooner, W. (later Spooner, Wm., M. & Co.)	London	1831–1900s	Bookseller, publisher & printer, prints for albums with scrap book themes.	W. Spooner, followed by address	Critchett, 1831. 373 ff
Stange, Carl Edward (later Carl Hellriegel)	Berlin	circa 1804–1860s	Scrap producers		Bruckner, 223
Stevens Bros	Connecticut, USA	circa 1885	High quality printers and dealers in decorated & embossed cards & hidden name cards with reliefs		
Stewart, Ewins & (later Peter Stewart & Peter Stewart & Co.)	London	1876–1880	Manufacturers, wholesale & fancy warehousemen, relief manufacturers stationers		Kelly 1876. 911 ff
Stewart, Peter & Co. (late Ewins & Stewart)	London	1879–1888	Relief manufacturer, fancy stationer & bookseller. Bible warehouse		Kelly 1879. 1256 ff TSTJ 1880. 102 ff
Stöetzer, Frederick (later Ferdinand Flinsch)	London	1879–1881	Importer, fancy stationer, etc. Agent for Messrs Theyer & Hardtmuth, Messrs Schaefer & Scheibe, Wessensteiner Papierfabrik.		Kelly 1879. 1257 ff Kelly 1882. 965 ff Kelly 1883. 1004 ff
Susse, Freres	Paris		Cards, reliefs & chromolithographs		Buday 280

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Taylor & Lee (see Lee, Charles & Lee)	London	1867-1900	Manufacturing stationer, relief producers		Kelly 1867. 1466 ff. TSTJ 1884. 792
Tessier, Alexandre	Paris	circa 1850	Printers		
Thienemanns, Verlag, K.	Stuttgart	founded 1859	Printers & publishers of quality juvenile scrap sheets	Thienemanns Verlag Printed in black	GKB 1882. 561, 570; XVI, 3, 2, 1893, 2429
Thierry, Augustin	London	1852-1897	Importer of elaborately embossed reliefs from France	A. Thierry à Paris Black letters on white ground	Kelly, 1862. 482 ff Studio 1894 (Extra Christmas Supplement)
Thridgould, John	London	1851-1955	Bookseller & newsagent, publisher of cards & reliefs & chromos	John Thridgould followed by address	Kelly, 1852. 488 ff
Tilt, Charles Tilt & Bogue later listed as Bogue, David	London	1833-1842 1843 1844-1857	Bookseller, publisher & printseller. Titles include <i>My Scrap Book</i> etc.	C. Tilt followed by address	Critchett, 1833. 405 ff
Traufner, C.	Germany	circa 1890s	Manufacturer		Goran Rosander, p. 8
Tregear, J. Tregear, Gabriel S. Mrs	London	1829-1834 1835-1842	Printseller, publisher & social caricaturist. Political lampoons. High quality original prints. Tregears Scraps, 1830, 31	J. Tregear or G. Tregear followed by address	Critchett 1829. 424 ff
Tregear & Lewis (Gabriel Tregear amalgamated with Lewis, Thomas Crump. After 1845 Lewis the sole proprietor)	London	1843-1844	Printsellers & publishers	Tregear & Lewis followed by address	Kent, 1843. 955 ff
Tschuschner, Richter & Co.	Bremen, Hamburg & London	1882-1913	Commission agents & London agent for Paul Schambach (Leipzig album manufacturer)		Kelly 1882. 1204 ff
Tuck, Raphael & Sons	London, Paris, New York, & Montreal	circa 1866 to the present day	Prolific producer & innovator of high quality scraps with a wide selection of subject matter. Publisher by appointment to the Queen 1896. Reliefs no longer produced	i) R. T. & Sons & Artists palette supported on an easel. ii) R. T. & Sons Ltd & Raphael Tuck & Sons. Printed at our Fine Art Works in Bavaria. Printed, black, red or brown on a white ground	Kelly, 1871. 1310 ff
Union Card Company	Ohio, USA	circa 1880s-1890s	Manufacturing stationer of high quality reliefs & cards		
US Card Company	Ohio, USA	circa 1885	Dealers in stationery; cards including hidden name cards & reliefs		
W A & C (Manufacturer Unknown)	USA	circa 1900	Publisher's Trademark	WA & C Black letters on white ground	
W & S (Manufacturer unknown)	possibly German	circa, 1890s	Publisher's Trademark	W & S Black letters on white ground	
Wallis, W. G. (see Schwenkert & Wallis)	London	1885-1886	London agent for Meissner & Buch's & Wilhelm Wefers. Reliefs, cards including facsimile watercolour cards		Kelly 1885. 1250 ff TSTJ 1884. 186, 874 ff TSTJ 1885. 40 ff
Walker, John & Co.	London	1881-1958	Manufacturing stationer. Photo & scrap albums		Kelly 1881. 1324 & 1886 ff
Walmsley, Vivian Oswald founder of Walmsley & Lewis	London	1873	Fancy goods merchant. Albums & stationery		Kelly 1873. 1357
Walmsley & Lewis	London	1874-1880	Manufacturing fancy stationers & producers of embossed reliefs		Kelly 1874. 1314 ff TSTJ 1880. 266
Ward, Marcus & Co.	Belfast, London & New York	1868-1899	Wholesale and export fancy stationers. Publishers, printers of cards by steam power. Bookbinders & illuminators by Royal Warrant to HRH the Prince of Wales. Albums & high class leather goods	Marcus Ward & Co. followed by address on Album title page	Kelly, 1868. 1312 ff Buday, 281 White, 15 TSTJ September 1881. 444 ff
Webb, James (see J. T. Wood & Webb, Henry James)	London	1839-1890	Juvenile theatrical ornament maker. Scrap prints - some sheets in conjunction with J. T. Wood	James Webb followed by address	Kelly 1839. 869 ff
Webb, Henry James	London	1891-1899	Juvenile theatrical ornament maker & newsagent & publisher of scrap sheets	Henry Webb followed by address	Kelly, 1891. 241 ff
Wecker, Franz	Lubeck, Germany	1874	Cards, albums, reliefs		Advertisement Lubecker Anseiger 19.12.1874
Wefers, Wilhelm	Krefeld, Germany	circa 1880s	Relief producers		Berlin & Leipzig address book of German export firms, III, 1884

<i>Company or Individual Name</i>	<i>Origin</i>	<i>Dates</i>	<i>Description</i>	<i>Identification & Trademarks</i>	<i>Reference</i>
Wefers, Wilhelm (Manager of the London office was W. Wallis) see also Wallis, W. & Schwenkert & Wallis	London	1886	Importers of reliefs & cards etc		TSTJ January 1886, 40 ff Kelly, 1886. 493
Wilson, Charles & Co.	London	1884	Fine art publishers. Scrap album manufacturers, fancy stationery, cards, hand painted photographic landscapes		Kelly, 1884. 1378 & 1878 ff
Willson, E. J. & Son	London	1861–1901	Stationery, fancy goods, scrap albums, later leather goods		Kelly 1861. 1340 SBFGJ 1895. 249 ff
Wilson, G. W. & Co.	Aberdeen	1887	Publishers of views of England & Scotland as scraps and medallions		TSTJ 1887. 304
Wiseheart, T.	Dublin	circa 1820s	Publisher of comic scraps	Pubd. J. Wiseheart, followed by address	
Wise & Freeman	London	1889	Lithographic printers & engravers. Relief stampers & bookbinders		Kelly 1889. 2000 (TS. ST)
Schulze-Witteborg, Wilhelm	Wanne-Eickel	Contemporary producers started 1940s	Relief manufacturers	'g' in a shield surmounted by a crown. Beneath the 'g' is 'Die echten ws – Glanzbilder' Printed black on a white ground	
Wood, J. T. (see also Webb, J.)	London	1842–1905	Fancy stationers & juvenile theatre sheets manufacturer & publisher. Comic scrap sheets called 'Wood's originals'. Wholesale fancy & mourning stationery cards, etc.	J. Wood followed by address	Kelly, 1842. 752 ff
Wood, T. Vickers	London	1892	Publisher & printer, stationer bookbinder & relief stamper		Kelly, 1892. 1452 & 2036 (TS. ST)
Woodward, George Moutard	London	1760–1809	Artist and designer of composite satirical caricature sheets published by Ackermann, etched by Rowlandson. The sheets were 'Grotesques' or 'Extravaganzas for Rooms & Screens' – often laid out in vertical or horizontal strips. They could be used on walls as borders, or panels on screens or in scrapbooks	signed G. Woodward	Dictionary of British Illustrators & Caricaturists 1800–1914. Simon Houfe
Woolstone Bros (later known as	London	1893–1930	Wholesale fancy stationers. Fine art publishers – relief manufacturers & card publishers		Kelly 1893. 1469 ff
a) Woolstone Barton & Co. Ltd Art Publishers		1931–1939	Publishers of Christmas, Valentine & birthday cards		Kelly 1931. 2124 ff
b) Barton, W. Art Publishers)		1940–1969	Publishers of Christmas, Valentine & birthday cards		Kelly 1940. 2124
Young, George	London	1881–1938	Wholesale stationer. Transfers & reliefs & scraps		Kelly, 1881. 1375 ff TSTJ 1880. 253
Zoecke & Mittmeyer company now Paul B. Zoecke	Berlin	1896 to the present day	Very high quality reliefs. Bought the stock of Littauer & Boysen with Mamelok in 1920s	Z & M & now PBZ in stylised script. Black letters on white	

