

Tebeos de caballerías. Las imágenes pobres del *Quijote*

Pedro García Martín
(Universidad Autónoma de Madrid)

Este trabajo, cuya cronología abarca la posguerra franquista, versa sobre la iconografía efímera inspirada en *El Quijote*. Una temática visual que surgió al tiempo que este se fue convirtiendo en un mito universal. De manera que comenzamos por evocar mi primer encuentro con la novela áurea de la mano de los *tebeos de caballerías* que dan título al ensayo. Para, a continuación, definir las por nosotros llamadas *imágenes pobres* quijotescas, alertar sobre su desprecio por la llamada “alta cultura” y defender la necesidad de su inclusión en la imaginería cervantina. Unos arquetipos globales que perviven dentro de la cultura de masas en forma de adaptaciones cinematográficas, propaganda comercial, marcas de productos de consumo y *souvenirs* para turistas.

La mayoría de las imágenes populares que ilustran el texto proceden de nuestra colección particular, del mismo modo que las fotografías las hemos realizado con mi cámara profesional Nikon, por lo que estas fuentes iconográficas serán citadas como “Colección PGM” y “Foto: PGM”, respectivamente. Este material gráfico me sirvió de base para comisariar sendas exposiciones conmemorativas del cuarto centenario de la edición de la primera parte del *Quijote*.

La muestra itinerante “El Quijote en la cultura popular. Las imágenes pobres y los cinco sentidos”, patrocinada por la Consejería de Cultura de la Junta de Castilla y León y la Fundación Siglo, inaugurada en la Casa de las Conchas de Salamanca, del 15 de abril al 2 de mayo de 2005, y que ha contado con las siguientes sedes: Béjar (Salamanca), en el Convento de San Francisco; Medina del Campo (Valladolid), en la Sala Luis Vélez de la Casa de la Cultura; Palencia, en la Biblioteca Pública; Arévalo (Ávila), en la Casa del Concejo; Soria, en la Sala de Exposiciones del Servicio Territorial de Cultura y Peñaranda de Bracamonte (Salamanca), en la Sala de Exposiciones Fundación Germán Sánchez Ruipérez. El catálogo de la exposición lleva el mismo título y fue publicado en Valladolid, Junta de Castilla y León, 2005.

Y la modesta exposición “*Álbum del Quijote. Iconos cervantinos en los mercadillos de Madrid*”, celebrada en la sala de muestras del Pabellón B, en la Universidad Autónoma de Madrid, del 19 al 28 de abril de 2005¹.

¹ Agradecimientos: A mis padres, por comprarme mis primeros “tebeos de caballerías” y ser los primeros lectores de un ensayo que repasa la omnipresencia del *Quijote* a lo largo de mi vida. A Ricard Soler, Antonio Fraguas *Forges*, Ferando Corella García y a los dueños de *Libros Alcaná*, por la autorización para reproducir sus magníficos dibujos y caricaturas de tema quijotesco. A Joaquín Díaz por prestarme un par de pliegos de cordel de su Fundación. A la Consejería de Cultura de la Junta de Castilla y León, a la Fundación Siglo, a Antonio Sanz Olmedo y a Agustín Sanz, de SM2 Asesores Creativos de Publicidad S. A, por autorizarme y facilitarme las imágenes de la Exposición “*El Quijote en la cultura popular*”. Y a los coordinadores del monográfico de *eHumanista/Cervantes* por haberme invitado a participar en este proyecto.



Dibujo de Ricard Soler (Navidades 2013-2014)²

² “El hidalgo se enfrascó tanto en su lectura que se le pasaban las noches leyendo de claro en Claro, y los días de turbio en turbio...” (I, I). El dibujo de Ricard Soler, realizado *ex profeso* para este trabajo bajo mi asesoría, aún siendo una ficción anacrónica, está cargado de símbolos quijotescos. Las novelas de caballerías han sido sustituidas por tebeos de distintas épocas -desde Espartaco a las Cruzadas, de los mosqueteros y a los apaches-, cuyo denominador común son las aventuras que “llenar de pájaros” la cabeza del hidalgo manchego. La inclusión de la bacía en su cuarto, aunque aparece más tarde en la novela, responde a una más de las señas identitarias de Don Quijote: lanza, armadura, yelmo, vela, pantuflos, etc. Y porque, a fuer de ser sinceros, ya no quedaba sitio ni para el galgo corredor.

Estando yo un día en el Alcaná de Toledo, llegó un muchacho a vender unos cartapacios y papeles viejos a un sedero, y como yo soy aficionado a leer aunque sean los papeles rotos de las calles, llevado de mi natural inclinación tomé un cartapacio de los que el muchacho vendía, y vile con caracteres que conocí ser arábigos. Y puesto que aunque los conocía no los sabía leer, anduve mirando si parecía por allí algún morisco aljamiado que los leyese...

(Miguel de Cervantes: *El Quijote*, I, XIX)



Pintura de Juan José Jiménez. Cartel publicitario de la librería *Libros Alcaná* de Madrid (Por gentileza de Jorge Sabater y Juan Antonio de Miguel)³

En la ciudad donde nací, (mi abuelo) tenía una tienda, casi un almacén de libros viejos. No trataba libros antiguos o de valor, como yo, sólo libros usados... Además, le gustaba viajar, y a menudo se iba al extranjero. Y allí se hacía con cosas de los puestos callejeros, no sólo libros, sino también carteles de cine, cromos, postales, revistas viejas. Entonces no había todos esos coleccionistas de nostalgias como hoy, decía Paola, pero tenía algún parroquiano asiduo, o tal vez reunía lo que encontraba por puro antojo. No ganaba mucho pero se divertía

(Umberto Eco, *La misteriosa llama de la re*

³ Esta imagen publicitaria de la librería madrileña *Libros Alcaná* siempre me resultó muy sugerente y una reconstrucción "fidel" de lo que debió ser ese mercadillo aledaño a la catedral de Toledo en el Siglo de Oro. De manera que solicité a los dueños de la tienda el permiso para reproducirla en este trabajo y ellos, amablemente, enseguida me lo concedieron. Pero cuál no sería mi sorpresa al enterarme de la intrahistoria del cuadro. Resulta que en su día se lo encargaron a un pintor amigo, a la sazón Juan José Jiménez, acordando que en el mismo figurarían retratados junto a Cervantes la plantilla laboral de la librería. De manera que de izquierda a derecha aparecen Andrés Vasile, en el papel de muchacho vendiendo el cartapacio, los socios propietarios Jorge Sabater y Juan Antonio de Miguel, como sederos y librereros, y sus mascotas: el gato *Zenón*, fallecido a la edad de 14 años, y la perra dálmata *Lara*, atropellada con 15 meses. Sirva su inclusión en este capítulo como homenaje al gremio de librereros y como encomio a su buen sentido del humor; humor cervantino, ¡claro está!



Intercambio de cromos y puesto de tebeos en el Rastro de Madrid
(Fotos: PGM)

1. Introducción: Mi infancia son recuerdos...

Confieso que he leído -que diría Pablo Neruda. Y no me arrepiento -añado yo-, sino que, además, me declaro reincidente crónico. Soy aficionado a los libros y a los iconos de mercadillo. A los papeles viejos cervantinos y a las colecciones de nostalgias umbertinas. Pues las letras humildes y las imágenes pobres han habitado conmigo desde los paraísos perdidos de mi infancia.

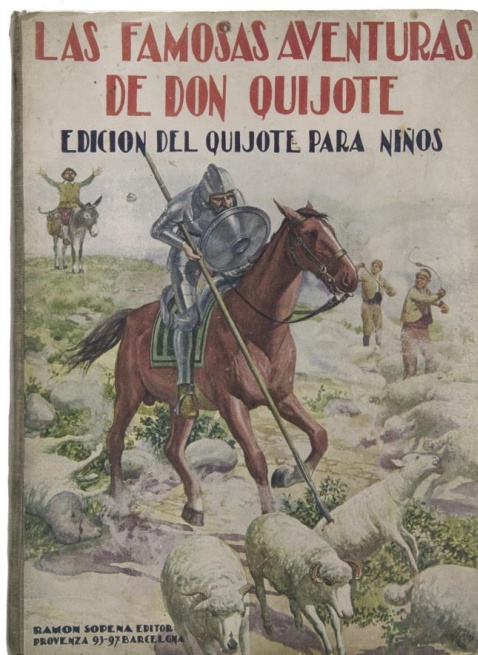
El hombre es su memoria y la mía está llena de recuerdos quijotescos. Cuando yo era pequeño y, al decir del sabio, feliz e indocumentado, gastaba la exigua paga dominical en cromos y tebeos, devorados en un santiamén con los ojos y los labios al pie del quiosco de la torre de San Gil. La semana colegial no dejaba de ser un encierro en el que el tiempo pasaba muy lentamente.

De ahí que esa literatura popular para bolsillos desfavorecidos, cuyas estampas y personajes alimentaron mi fantasía párvula, me liberase del cautiverio escolar y me abriese una ventana al mundo que se intuía más allá de la ciudad donde nací.

No obstante, había un día feliz en el comienzo de curso, cuando llegaba el fotógrafo para hacernos la instantánea oficial a cada alumno de la clase.

La observo ahora en el álbum de familia. Tengo seis años, pelo cortado como un quinto y flequillo en forma de tejado, jersey de lana gruesa y unos ojos como alfileres negros clavándose en el objetivo de la cámara. Detrás se encuentra un mapa de España y Portugal cuyo hule ha empezado a deshilacharse por los bordes. Estoy sentado en la mesa del profesor, más fotogénica que los pupitres entintados y algo descompuestos, junto a un globo terráqueo mayor que mi cabeza. Mis manos mantienen abierto un libro

inclinado, para dar la impresión de estar leyéndolo, en cuya portada puede entreverse el título: *Las famosas aventuras de Don Quijote. Edición del Quijote para niños*⁴. Aún no podía saberlo. Pero desde entonces ese libro se avecindaría de por vida en mi imaginario cultural.



El Quijote infantil de Ramón Sopena (1936)

De manera que mis primeros cines y bibliotecas fueron los cromos y los tebeos. Coleccioné álbumes titulados *Fútbol. Campeonato de Liga*, *Ciclistas*, *Vida y color*, *Las maravillas del universo* y *Los viajes de Ulises*, los cuales me permitieron poner cara a los deportistas, la flora y la fauna, y los países y pueblos del planeta. Leí y releí hasta desgastarlos, además del clásico *TBO* y su mágico almanaque navideño, los cómics de aventuras *El capitán trueno*⁵, *El guerrero del antifaz*, *El cruzado negro* y *El jabato*, que me trasladaron a la época de las Cruzadas, la Reconquista y los torneos caballerescos, con sus guerras entre cristianos buenos y moros malos y sus héroes y escuderos cabalgando por el mundo para luchar contra las injusticias y socorrer a los

⁴ *Las famosas aventuras de Don Quijote*.... Ramón Sopena (1867-1932) fue un editor barcelonés que se especializó en enciclopedias y libros infantiles distribuidos no sólo en España, sino en los principales países de Hispanoamérica. Los herederos de su empresa publicaron esta edición ilustrada con numerosos dibujos y cuyo prólogo ha sido compuesto en verso y completado a mano.

⁵ Este tebeo, creado en 1956 por el guionista Víctor Mora y el dibujante Miguel Ambrosio, marcó a toda una generación educada en la cultura popular. Al punto que el grupo de música rock *Asfalto* cosechó en 1978 un gran éxito discográfico con su canción "Capitán trueno", cuya letra decía: "Si el Capitán Trueno, pudiera venir,/nuestras cadenas saltarían en mil,/de él aprendimos, que el bueno es el mejor,/lo que al pasar el tiempo comprendemos que no.../Si el Capitán Trueno, pudiera venir,/nuestras cadenas saltarían en mil,/monstruos gigantes, princesas encantadas,/el malo siempre palma, la chica se salva.../Ven Capitán Trueno, haz que gane el bueno,/ven Capitán Trueno, haz que gane el bueno,/ven Capitán Trueno, haz que gane el bueno,/que el mundo está... al revés.../A bordo de su barco subiríamos tú y yo,/perseguidos por los años, desde que él los dejó, /en océanos de tebeo, con escobas de papel,/¡haríamos a los piratas retroceder!/ Ven Capitán Trueno, haz que gane el bueno...". *Correros* editó una serie de sellos conmemorativos. Por fin, en 2011 se estrenó la película *El Capitán Trueno y el Santo Grial*, dirigida por Antonio Hernández, sin que obtuviese el éxito de taquilla esperado por sus productores. A lo que parece, los gustos generacionales habían cambiado, y las últimas boqueadas de estos personajes se han dado en los videojuegos.

desfavorecidos. Al modo de Don Quijote cuando concluyó su discurso de la Edad Dorada, pronunciado ante unos cabreros atónitos, afirmando pertenecer a la orden de la caballería andantesca, instituida “para defender las doncellas, amparar las viudas y socorrer a los huérfanos y menesterosos”.



Almanaque de *El Capitán Trueno* (1958) N° 155 de la revista *La aventura de la Historia* (2011) (Colección PGM)



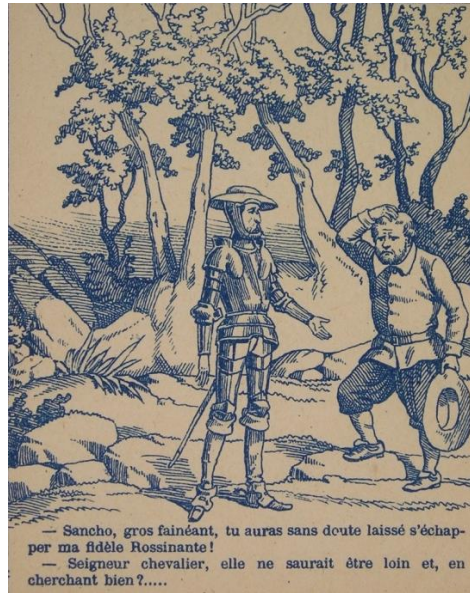
N° 1 de *El Cruzado Negro* (1961)⁶ Extra de vacaciones de *El Guerrero del Antifaz* (Colección PGM)

Al cabo, el descubrimiento del *Quijote* ha sido distinto para cada escritor, pero su lectura marca para siempre. El poeta mexicano José Emilio Pacheco, recientemente fallecido, se quedó prendado de los personajes a los ocho años durante una representación teatral. El Nobel peruano Mario Vargas Llosa no pudo entenderlo cuando cursaba secundaria y fue *La ruta de Don Quijote* de Azorín la que le acercó a la obra cervantina⁷.

⁶ *El Cruzado Negro* fue una creación de Manuel Gago y lo publicó la Editorial Maga desde 1961.

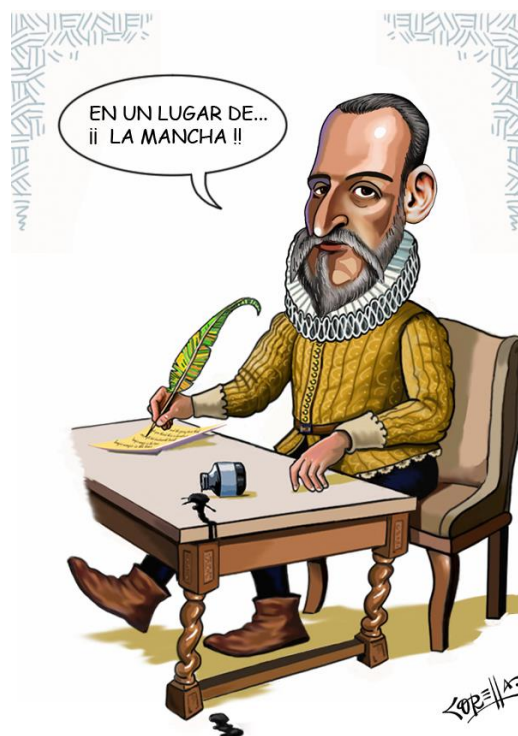
⁷ En una entrevista que Andrés Hax acaba de hacer a Mario Vargas Llosa en la *Revista de cultura*, a la pregunta de “¿Cómo fue su primera lectura del *Quijote*?”, el escritor respondió: “Estaba en el último o penúltimo año de la secundaria cuando intenté leerlo y simplemente no pude. La cantidad de palabras arcaicas cuyo significado no entendía, el tipo de retórica en que estaba escrito el libro a mí prácticamente me arrojaron lejos, me expulsaron del libro. Más tarde, ya en la universidad, cayó en mis manos un librito de Azorín que se llamaba *La ruta de Don Quijote*, que fue en realidad un reportaje periodístico que hizo siguiendo la ruta del *Quijote* por la Mancha. Ese libro me indujo de una manera casi irresistible a intentar otra vez leer el *Quijote*. Y esta segunda vez sí yo ya tenía una formación mayor y pude leerlo y gozarlo”.

En mi caso, fueron los “tebeos de caballerías” y los *Quijotes* infantiles los que me llevaron a la novela, disfrutarla como lector y, después de estudiarla durante años como investigador, enseñarla a mis alumnos universitarios. A ellos les he aconsejado la carrera no es de velocidad, sino de aventuras y de encrucijadas, y que apuesten por los gigantes en lugar de los molinos en esa Edad de Hierro que es la vida humana.



Cromo de agudeza visual (“¿Dónde está Rocinante?”) en una *Historia de la literatura francesa en cromos* (s.a.) (Colección PGM)

2. Las “imágenes pobres” del *Quijote*: una *ephemera* universal.



Caricatura de Corella titulada *En un lugar de La Mancha* (2014).
(Autorizada por gentileza de Fernando Corella García)

El cómic es el cine de los pobres (atribuida a Hugo Pratt)

En nuestra cultura, el cine y los cómics, son los dos ojos puntuales más importantes que se sirven de la imagen para contar una historia (Will Eisner)

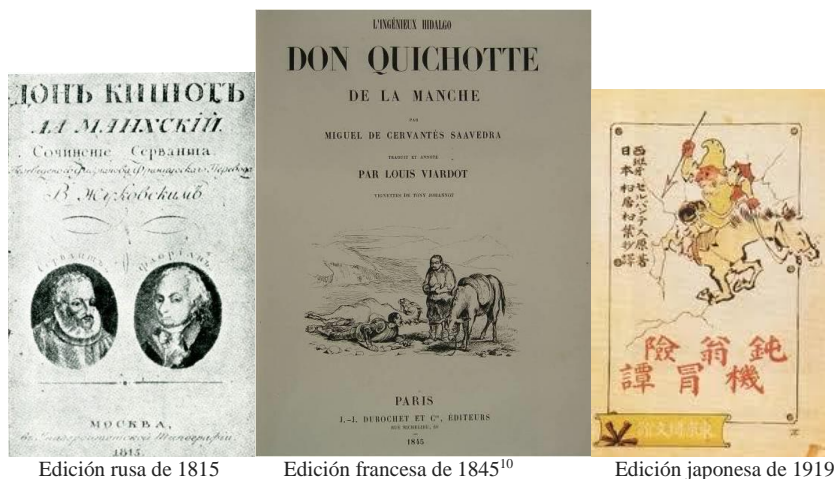
Los personajes del *Quijote* han gozado de una gran popularidad desde que se diesen a conocer de forma manuscrita entre algunos lectores de la Villa y Corte en la España del Siglo de Oro. Sin embargo, esa difusión se multiplicó en el mismo instante en que comenzaron a aparecer ediciones impresas e ilustradas de la obra cervantina. Al punto de convertirse sus aventuras y sus imágenes en un motivo de inspiración artística permanente.

De esta forma, a lo largo del tiempo, se fueron acuñando arquetipos nacionales de Don Quijote y Sancho en los cinco continentes. En Europa, donde somos herederos de la caballería medieval propia del feudalismo, se los representa como un caballero y su escudero. Pero en Japón, cuya historia ha seguido una evolución diacrónica respecto a la occidental, el hidalgo se ha transformado ya en un samurái. En la primera edición china, y luego durante la Revolución Cultural en tiempos de Mao, los personajes cervantinos fueron concebidos como un loco y un bruto. Por fin, en la Rusia zarista el caballero de la Triste Figura ha sido considerado un romántico; en la comunista, un revolucionario, y en la conocida pintura de Chagall, un mesías libertador⁸.

Al cabo de sucesivas centurias de recorrido nacionalista, a la par que surgían los medios de comunicación de masas, se acuñaron sendos estereotipos internacionales basados en la descripción cervantina de un Don Quijote magro y un Sancho panzudo⁹. En la compilación de portadas del *Quijote* realizada por Manuel Henrich en 1905, conmemorando el tercer centenario de su edición, pueden observarse cómo se fueron ahormando los arquetipos del caballero y el escudero en distintos países y siglos (Henrich 2005). Sin embargo, la imagen quijotesca más canónica la acuñó Gustave Doré en 1863, la cual fue imitada por Honoré Daumier, Camille Corot y un largo etcétera de artistas.

⁸ Acerca de las ediciones japonesas de la novela cervantina véase Inamoto, Kenji 305-309. En cuanto al destino ruso del *Quijote* representa una de las versiones nacionales de un fenómeno internacional y un ejemplo de transformación de una obra literaria en elemento clave de la vida cultural de otro país. Los rusos han asimilado todas las esencias del espíritu quijotesco: encarnación del amor puro en Turguenev, simbiosis de Cristo y Don Quijote en el príncipe Mishkin de Dostoyevski, el predicador en Leskov, el revolucionario marxista en Lunacharsky y el fanático del amor en Platónov. Véase Bagno, Vsevolod 1995.

⁹ El arquetipo contemporáneo cristalizó a partir del archifamoso grabado de Gustave Doré, en el que se contraponían las siluetas de un caballero flaco a la de un escudero gordo, siendo imitado por artistas posteriores y por los *souvenirs* publicitarios hasta calar en el imaginario colectivo. La correlación entre el retrato que hace Cervantes de la fisionómica de sus personajes y las teorías médicas del momento la hemos estudiado en García Martín, Pedro. “Le malattie del corpo... 108-118. La reconstrucción del vestuario de Don Quijote, Sancho y los personajes coetáneos la ha realizado Bernis, Carmen 2001. Por su parte, el director Manuel Gutiérrez Aragón, al llevar al cine la segunda parte del *Quijote* escogió a un actor “delgado” para encarnar a Sancho Panza, argumentando que en ningún pasaje de la obra se dice explícitamente que el escudero tenía una barriga abultada, en una decisión que le acarreo no pocas críticas por parte de los cervantistas más ortodoxos. A lo que parece, la sombra de Doré sigue siendo muy alargada.



Edición rusa de 1815

Edición francesa de 1845¹⁰

Edición japonesa de 1919

Cajas de cerillas italianas de la serie *Don Chisciotte* (1880-1890)
(Colección PGM)

No hay que avanzar mucho en el libro para conocer casa, familia y condición del protagonista. En la primera página se nos sitúa en un lugar, lo que significa una aldehuela o sitio pequeño, para trazar de seguido una radiografía personal del aspirante. Las armas de sus antepasados están entronizadas en el mobiliario. La dieta semanal es la de un cristiano tan viejo como pobre. La indumentaria estamental varía de diario a fiestas de guardar. Nos informa del número y condición de los miembros de su hogar y familia; de la edad proveyta del protagonista y su constitución física proclive al humor colérico; del ocio de la caza, en fin, como sucedáneo de la guerra, practicado mediante galgo corredor.

En esta universidad doméstica, pues, nuestro hombre cursa estudios, teniendo por manuales libros de caballería y por prácticas los arreglos de la armadura oxidada. Preparado para sus aventuras, toma por compañeros un rocín metafísico y un escudero ganapán, al que promete ínsulas riquísimas. Al cabo, sale al estrado de La Mancha, por cuyos caminos se recortan la silueta esbelta de Don Quijote y oronda de Sancho, immortalizadas desde que las grabara Gustave Doré en 1863 con tintes románticos.

La frase exagerada del bachiller Sansón Carrasco en la segunda edición del *Quijote* (1615) resultará profética sin saberlo: “Y a mí se me trasluce que no ha de haber

¹⁰ Esta edición francesa de *Don Quichotte de la Manche* (París: J. J. Deboucher Editeurs, 1845) se la compré a un vendedor ambulante de libros en el año 2003 en el mercadillo semanal que, frente a la Villa Lumière donde se inventó el cine y se rodó “*La salida de los obreros de la fábrica*”, se celebra en la plaza Lumière de Lyon, al que acuden los campesinos de la región con sus productos. Es un ejemplo impagable de la existencia todavía de la “*Littérature du colportage*” en pleno siglo XXI.

nación donde no se traduzca” (II, I). Porque desde junio de 1606, antes de sus traducciones en los reinos europeos, la novela ya se vendía en Lima y poco a poco sus ediciones fueron viendo la luz en muchísimos países. Amén de que a los lectores iniciales les ha seguido tal legión de cervantistas y de coleccionistas que han convertido al *Quijote* en una presencia indeleble en muchas literaturas del mundo. (Partzsch 103-127)

En la novela de Cervantes, cuya técnica narrativa se caracteriza por la vivacidad de sus imágenes literarias, los sucesivos receptores durante cuatro siglos fueron transitando del discurso verbal al icono visual. Una representación que ha adquirido un estado autónomo y un poder evocativo sin par. Unos protagonistas, el inefable Don Quijote y su secundario Sancho, que se han desligado del autor y del libro que les creó y han cobrado vida propia, como escriben John J. Allen y Patricia S. Finch:

Es el destino de cada icono que contiene una figura mítica, evocar primordialmente lo que son. Ya no hace falta recordar la historia original de donde proceden. San Jorge y el dragón, Romeo y Julieta, la creación del doctor Frankenstein: se han desligado de las historias donde aparecieron primero. Así también Don Quijote y Sancho. Lo conocemos, tal vez, porque los encontramos dentro de nosotros mismos (Allen y Finch 19)

El Quijote ha sido ilustrado desde el siglo XVII hasta hoy mismo tanto por los nombres señeros de la historia del arte como por pintores, dibujantes y grabadores anónimos. La novela admite una lectura coetánea, así como una adopción nacional, por lo que se ha adaptado a todos los países y épocas, tal como nos recuerda José Manuel Lucía Megías:

Las miles de estampas del *Quijote* dibujan una entrelazada -al tiempo que fascinante- red de imágenes que nos devuelve la retina de sus millones de lectores en un tenso arco diacrónico que, sólo con el texto impreso -e incluso con la traducciones y adaptaciones- no podríamos ni llegar a intuir. Más que ver en las imágenes de los siglos XVII y XVIII la *autenticidad* y *españolidad* del texto de Cervantes... hemos de intentar descubrir en sus líneas las claves que expliquen qué aspectos de la obra se han ido valorando y cuáles se han abandonado a lo largo de tantos siglos, en donde la cultura y la sociedad han vivido cambios realmente espectaculares. (Lucía Megías 20)



Don Quijote de la Mancha (Bruguera, 1961)



Reverso de la baraja de *Don Quijote*, ilustrado por Gino Battaglia (Colección PGM)

Ahora bien, los personajes de Don Quijote y Sancho, herederos de modelos iconográficos anteriores, se han convertido en el siglo XX en un mito universal, en unos iconos sin fronteras culturales ni ideológicas. Al tiempo que han dado el salto desde el género literario de la novela, con más o menos ilustraciones, hasta otros vectores propios de los medios de comunicación de masas.

De esta forma, encontramos, por poner ejemplos variados, las postales sarcásticas de *El Don Quijote del siglo XX*, realizadas por el humorista gráfico Pedro de Rojas, en las que transfiere algunos capítulos de la novela a la modernidad: el caballero, en lugar de leer en su despacho novelas de caballerías, ojea los *Episodios Nacionales* de Galdós y la crónica de la *Guerra de Cuba*; lucha contra los leones de bronce que todavía hoy están en las puertas del Congreso de los Diputados; es armado caballero por un sastre de corte y confección; pelea contra el Vizcaíno montado en un automóvil; asiste al entierro de Crisóstomo formando parte de una hilera de coches fúnebres; alancea a los molinos desde un globo aerostático; los toros le atropellan en el albero de un coso taurino y la venta caminera se ha metamorfoseado en un hotel urbano (Almarcha y Sánchez 2005).

De la misma naturaleza sarcástica fue la edición personalísima de la novela a cargo del religioso y arqueólogo Ignacio Calvo, el cual se autopresenta al lector “como *curam misae et ollae*”, poniendo el texto cervantino en latín macarrónico. La primera edición de *Historia Domini Quijoti Manchegui*, escrita como un castigo durante su estancia en el seminario y editada en el año 1905 durante el tricentenario, es un divertimento de este autor campechano, defensor del buen yantar que llegó a académico de número de la Real de Historia.

Al publicarse la chanza tuvo buena acogida entre el público cervantista. ¿A quién no le arranca una sonrisa empezar a leer: “*Capítulum primero. In isto capítulo tratatur de qua casta pajarorum erat dímnus Quijotus et de cosis in quibus matabat tempus*”. Sin embargo, mejoraron sus tiradas cuando en sucesivas reediciones se incorporaron dibujos de escenas quijotescas de los protagonistas, en lo que él llamó “*nova editio, alargata y castigata*” (Calvo, 1999, 21).

El calendario de barberos *Don Chisciotte*, firmado por Plinio Codognato, marcó los meses y los días en las peluquerías de la Italia de 1927 (Detti 50). Este dibujante y

publicista se hizo famoso en 1913 por confeccionar el cartel para el estreno de la ópera *Aída* de Verdi en la Arena de Verona. Más tarde, trabajó para marcas tan importantes como Fiat, Pirelli y Cinzano, destacando por la pulcritud de su grafismo. En el caso que nos ocupa, les dio un aire caricaturesco a los personajes quijotescos -no en balde “caricatura” viene del italiano “*caricare*”, que significa cargar los rasgos-, así como una decoración modernista propia de las vanguardias (Comanduci 1971).



Don Chisciotte, calendarietto de 1927 firmado por Plinio Codognato (Colección PGM)



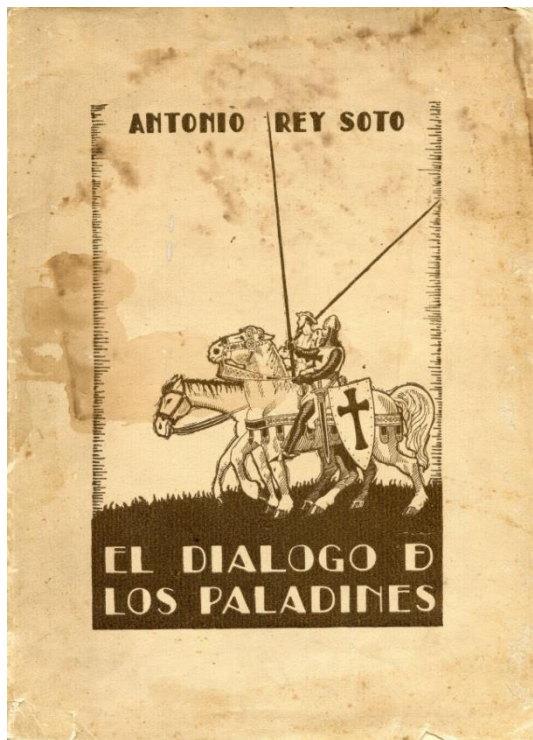
En el, cuando menos curioso, poemario de Antonio Rey Soto titulado *El diálogo de los paladines* (1931) el autor contrapone el anacronismo medieval del Cid medieval a la ucronía contemporánea de Don Quijote. Se trata de una de las excepciones en la reivindicación quijotesca entre la intelectualidad gallega de la época. Las ilustraciones que le acompañan, firmadas por el dibujante Oscar, retratan mediante un estilo realista los pormenores de su encuentro. El viaje singular de ambos héroes, el parlamento sosegado sin límite de tiempo y en tierra de nadie, y la despedida en el lugar y en la historia. Al cabo, para este escritor y bibliófilo el Cid habla un lenguaje pretérito,

mientras Don Quijote se expresa en castellano nuevo, encarnando la vanguardia épica del porvenir, como escribe en el prólogo:

Y es que el Cid simboliza esencias pretéritas, que debieron haberse desvanecido hace mucho tiempo, y que, en la hora de ahora, resultan más anacrónicas.

El Cid, que feneció en su época, no puede hablar más que como se hablaba entonces.

Pero Don Quijote, construido a base de indestructibles médulas humanas, es de siempre; de ayer, de hoy y de mañana. Vivirá tanto como lo hombres vivan, andante y accionante, todos os días y a todas horas, en medio de ellos. Su elocución debe tener, pues, eternamente, la frescura actual de la gota de agua que está cayendo en la clepsidra”. (Rey Soto 19)





Ilustraciones de Oscar para el libro de Antonio Rey Soto titulado *El diálogo de los paladines* (1931)
(Colección PGM)

También se ha hecho viajar en el tiempo y en espacio a los personajes cervantinos. De este modo, en la novela *Don Quijote en Yankilandia* Kenneth Graham, el caballero de la Triste Figura aparece como un viajero *sui generis* que se asombra cuando compara las costumbres de la década de 1950 con las de su época en términos humorísticos. En Estados Unidos, nuestro hidalgo visita las ciudades sembradas de rascacielos, el Congreso, la Casa Blanca e incluso a los estudios cinematográficos de Hollywood, donde le ofrecen el papel de galán que se interpreta a sí mismo, junto a Marilyn Monroe haciendo de Dulcinea. Los comentarios jocosos sobre el contraste de pasado y presente son dibujados en blanco y negro por el ilustrador de revistas juveniles Ignacio Rived en un tono desenfadado acorde con el libro.¹¹

¹¹ Graham como, por ejemplo, *Un yanqui en la corte del rey Arturo* de Mark Twain. La edición de este libro coincidió con el rodaje de la película inacabada *Don Quijote* de Orson Welles, cuyo material se estrenó coincidiendo con la Expo de 1992, y donde el caballero y el escudero también se admiran de las novedades del siglo XX. En cuanto al ilustrador, Ignacio Rived, quien también tradujo la obra al español, fue guionista de cine y colaborador de las revistas juveniles *Volad* y *Chicas*.



Dibujo de Ignacio Rived para *Don Quijote en Yankilandia* (1955) (Colección PGM)

Por fin, el elenco de personajes que componen el cuadro social del *Quijote*, encabezado por sus protagonistas estelares, ha dado mucho juego a la caricatura y al chiste periodístico en las décadas de la llamada Transición política. Las figuras de Don Quijote y Sancho diciendo las cuatro verdades han sido omnipresentes en la dilatada obra de humoristas gráficos de la talla de Antonio Mingote, Peridis y Forges.

En una de las viñetas de Antonio Fraguas, el escudero le pide al caballero una serie de compensaciones laborales, mientras aquel se halla enfrascado en la lectura de sus novelas. No es una escena inocente. Porque en su diálogo se sintetiza la disparidad que ambos tenían de su relación profesional. Las promesas del señor acerca de la gobernanza de una ínsula son anacrónicas, pertenecen al feudalismo medieval, y ya no representan para Sancho el único acicate para echarse al camino y correr aventuras. En cambio, las reivindicaciones que hace a Don Quijote son modernas, quieren sustituir las relaciones vasalláticas por retribuciones salariales –más el presentismo de las vacaciones pagadas-, tal como correspondía al sistema de capitalismo mercantil que impera en el siglo XVII y que Cervantes está sufriendo en sus propias carnes con los impresores.



Viñeta del humorista gráfico Forges en *El País*.

(Autorizada por cortesía de Antonio Fraguas)

Del mismo modo, al hilo de las tensiones que atemorizaron a la comunidad internacional en torno al año del cuarto centenario del *Quijote*, una caricatura como la del dibujante *Corella*, reflejó de modo irónico la lucha de Estados Unidos contra el terrorismo global de Al Qaeda. El empleo de la retórica cruzada por George Bush y, sobre todo, por Osama Bin Laden, a pesar de sus diferencias ideológicas irreconciliables, entró en una dinámica de acción y reacción en un escenario de guerra global (García Martín, 2010, 265).



Caricatura de *Corella* titulada *Los ingeniosos hidalgos* (2004), presentada a la Muestra Internacional de Humor Gráfico, durante el centenario de Dalí (Autorizada por cortesía de Fernando Corella García)

En definitiva, la transformación del *Quijote* en mito universal, ha permitido que los estereotipos del caballero y del escudero estén circulando entre la cultura de élites y la cultura popular. De esta forma, la iconografía erudita ha dejado paso a una suerte de *ephemera* de masas, cuyas estampas cada vez son menos de “usar y tirar” y más de conservarse en colecciones privadas, archivos y bibliotecas.

El término *ephemera*, que utiliza por primera vez John Lewis en su libro *Printed Ephemera* (1962), se ha generalizado entre bibliotecarios, archiveros y conservadores de museos para referirse a los materiales impresos de corta vida. Del tenor de calendarios, *ex libris*, posters, cromos, marcapáginas, postales y un largo etcétera¹². Pero a mí me parece muy técnico y académico, demasiado frío, y, si nos atenemos a las normas de biblioteconomía, excluiría imágenes que no estén impresas, como dibujos, grafitis y pinturas.

¹² En el mundo anglosajón la *ephemera* ha sido estudiada por Lewis 1990, Clinton 1981 y Rickard 2000. Mientras que en España el tema ha sido tratado por Ramos Pérez 2003 y Ortiz García 145-190.



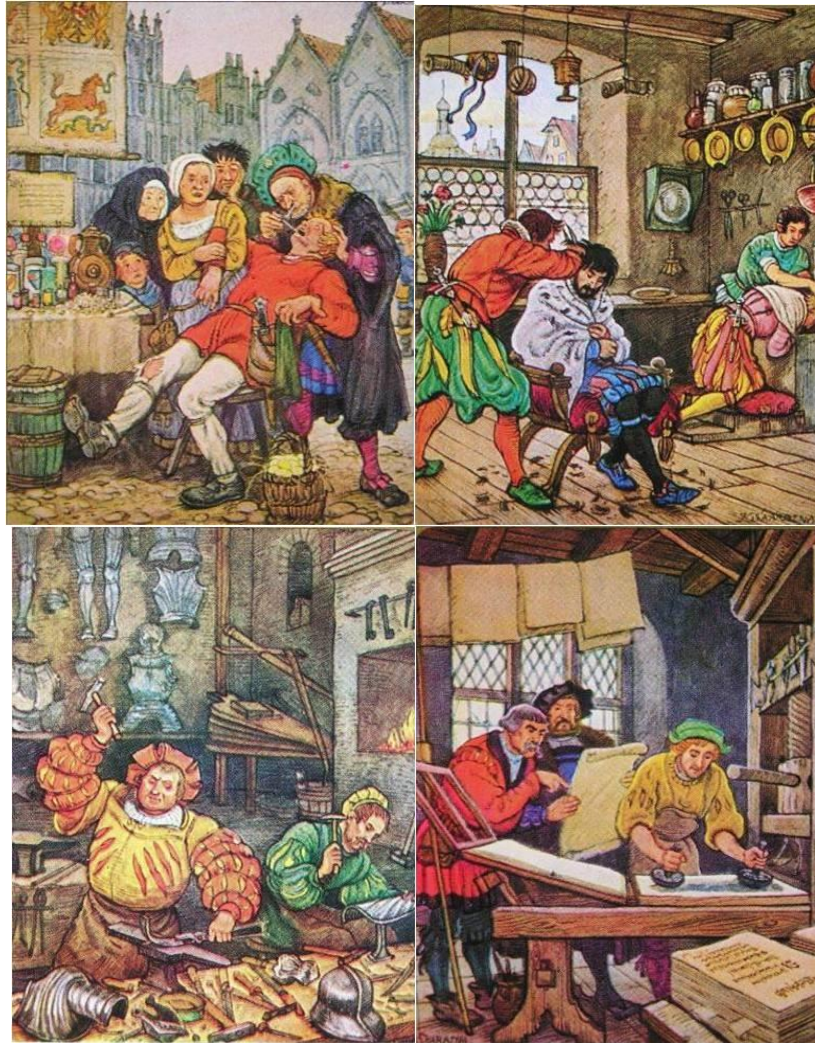
Grafiti en una pared de la Calle Jerónimo de la Quintana (Madrid)
(Foto: PGM, tomada en enero de 2014)

De manera que, sin menoscabo de aplicar el calificativo de efímeras a las representaciones populares del *Quijote* durante los años del franquismo, preferimos la expresión más literaria de “imágenes pobres”. No tanto porque estas estampas se hayan difundido entre los sectores más humildes, pues al final los destinatarios han resultado ser un público perteneciente a clases sociales heterogéneas, sino porque han sido poco consideradas frente a la “dignidad” de las revistas y la “sabiduría” de los libros¹³.

Una u otra terminología no son óbices para que la criatura siga prevaleciendo sobre el creador; para que cada artista la represente mediante su sello personal dentro de la iconografía canónica del mito; para que las preocupaciones del presente no ensombrezcan la intemporalidad del caballero de la Triste Figura, como nos recuerda Andrés Trapiello:

Cada generación, al acercarse a Cervantes, ha puesto en él, proyectándolas, sus preocupaciones más acuciantes, sin contar con que Don Quijote ha terminado por imponerse, con toda su potente realidad, a la irrealidad e inconsistencia histórica de su mismo creador. (Trapiello, 2001)

¹³ La expresión la hemos tomado del libro de Ermanno Detti 1989, en cuya introducción “Povere ma belle” escribe: “Possiamo definiré “carte povere” quei prodotti di stampa di un solo foglietto o di poche pagine che utilizzano parole e soprattutto immagini per comunicare a largue masse [...]. Sono carte storicamente a noi abbastanza vicine, pensate e confezionate per un larga diffusione, speso molto curate spezie sotto l’aspetto del colore [...]. La abbiamo definito cosi (carte povere) sia perché non hanno la ricchezza di un libro, o la “dignità” di un giornale, sia perché sono state generalmente poco considerate, ma anche perque erano diffuse pure fra i ceti popolare più poveri”.



Los oficios relacionados con las biografías de Cervantes y de Don Quijote en una colección de calendarios (1986) de la marca de “Malas/Camisaria/Lingerie/ HELGUITA de Oporto (Colección PGM).

2.1. El desprecio culto de las “imágenes pobres”.

La belleza y la riqueza auténtica suelen ser baratas y despreciadas (Henry David Thoreau: *Colores de otoño*).

Y habló Ñito de frías tardes invernales sumergidos en el tibio mar de tebeos y periódicos de acre olor, en la trapería de Java, alrededor de Sarnita y de su voz agazapada, revieja, abyecta y reverencial contando aventis.... (Juan Marsé, *Si te dicen que caí*).

Todos tenemos una memoria oral que de vez en cuando resuena en nuestros oídos. Pero también una memoria de papel archivada en las estanterías del cerebro. Todos recordamos palabras narradas, textos leídos e ilustraciones miradas y repasadas. Unas historias aprehendidas al amor de la lumbre de una chimenea, de un brasero atizado bajo las faldas de una mesa camilla o arrebujados a una mantita raída en el sofá.

Ese acopio impensado de un imaginario fantástico, adueñado por el hambre ensoñador de nuestra infancia, ha sido despreciado por la soberbia intelectual de la llamada “alta cultura”. Y sin embargo, como les sucedía a los niños de barrio humilde en la novela de Juan Marsé, el gusto por la ficción penetró de forma indeleble en

nuestras mentes cuando escuchamos al cuentacuentos de la pandilla y navegamos por el tibio mar de los tebeos, pilotando con rumbo mágico al país de Jauja de las aventuras fabulosas.

La sola remembranza de aquellas “palabras e imágenes pobres” hace sabia la sentencia de Henry Thoreau acerca de que la belleza y la riqueza verdaderas son baratas y despreciadas.

Esto mismo ha sucedido con la iconografía más pública del *Quijote*. Las imágenes de la cultura popular están circulando por toda Europa desde el Renacimiento merced a la imprenta. La difusión de los saberes tradicionales, de los romances y de la historia, de las vidas de santos y de las de criminales famosos, de las leyendas y los sucesos, se dio mediante impresiones baratas de pliegos de cordel, hojas volantes, estampas, panfletos, cartelones de ciego y folios endeblés y, a veces, mal o nada encuadernados.



La historia de Don Quijote en cromos italianos de 1930 (Colección PGM)

La xilografía, llegada desde lejano Oriente a Europa en el siglo XIV a través de la Ruta de la Seda, imprimió hojas sueltas, cartas para el juego y estampas devotas. La imprenta, cuyo mayor éxito inicial fue la *Biblia Pauperum*, inauguró la galaxia Gutenberg, en la que se daba la combinación de texto e imágenes, por lo que el lector culto leía ambas y el inculto “miraba los santos”, como se dirá para referirse a la observación de las ilustraciones. El grabado y, sobre todo, la mecanización de las técnicas impresoras con la Revolución Industrial, aumentaron las tiradas y llegaron más lejos merced al ferrocarril. Al cabo, el nacimiento de la prensa ilustrada en el siglo XIX, que emplea la caricatura, el chiste satírico y el humor gráfico en periódicos y revistas, dio rienda suelta a las reivindicaciones sociales y contribuyó a la democratización cultural.

La aparición de los medios de comunicación de masas -el cartel, el cómic, la fotografía, el cine, la televisión, Internet- aumentó la densidad icónica de la sociedad contemporánea. En el último siglo se ha acelerado el proceso de multiplicación icónica producido a lo largo de la historia. De forma que hemos pasado de la imagen única y sagrada de la cueva rupestre a la era de la saturación de imágenes. La iconografía del *Quijote* ha participado en la configuración de la densa *iconosfera* que nos rodea. Pues

de las señales a los símbolos, de la publicidad a la propaganda, de los quioscos de revistas a las pantallas de televisión, un ejército de imágenes nos asalta en nuestra diva cotidiana.

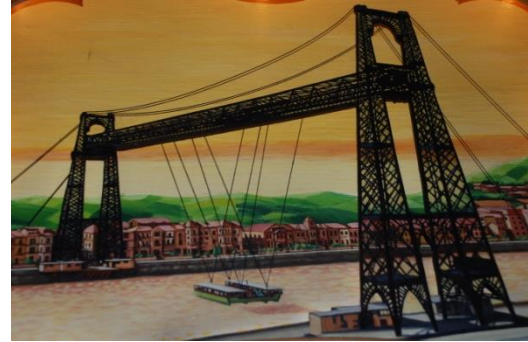
Ahora bien, ni siquiera la cultura de masas ha sustituido la dualidad de lo culto y lo popular, entre cuyos planos siempre se dio una *circularidad cultural*, una influencia mutua en temas, obras y festejos. Al contrario, los medios electrónicos de la era de la globalización han servido para perpetuar la cultura popular y el folclore, en virtud de su enorme poder de multiplicación. (García Canclini 273)

La cultura oficial ha venido despreciando las “imágenes pobres”, o, si se prefiere, la *ephemera* concebida para un uso determinado y sin intención de que sobrevivan a su propia función (Clinton, 1981). En el mejor de los casos, la alta cultura, embebida en la adoración a las bellas artes de los museos y las galerías, ha calificado a las piezas de esta iconografía popular de “obras menores”, desperdigadas por librerías de viejo, tenderetes y *top manta*. Lo más grave es que esa *intelligentsia* impostada presupone que la multiplicidad icónica es la causante de los males del mundo y pide la vuelta a las artes plásticas de un pretérito idealizado. Frene a esta reacción elitista, tras las que se parapetan los “sacerdotes burgueses” del mercado del arte, tomamos partido por una recuperación popular de la imagen, pues como denuncia Juan Antonio Ramírez:

La clarificación de nuestro pensamiento exige, sin embargo, que defendamos *la legitimidad* de todas las prácticas artesanales, individualistas o no, legadas por la tradición; incluso pienso que en una sociedad ideal, la “práctica del arte” debe estar tan extendida que nos resulte difícil separarla de las otras actividades de la vida. Pero una cosa es reconocer esta legitimidad y otra muy distinta es hipertrofiar la verdadera significación objetiva de estas prácticas, en cada momento del desarrollo histórico, con el fin, más o menos consciente, de utilizar *la cultura* como un arma de distinción social. (Ramírez 152-153)

Por todo ello, creo que debemos recuperar las “imágenes pobres” para reconstruir el imaginario colectivo del pasado, los sueños de millones de individuos. Puesto que el maridaje entre imagen y palabra que se da en esas figuras, precede al lenguaje de la publicidad actual: de los carteles de cine a los *spot* televisivos, de las carátulas de discos a las páginas *web* en la Red. Porque esas láminas y tallas tan denostadas por algunos intelectuales, han venido fascinando a las clases más modestas, al ofrecerles la única posibilidad de viajar por un mundo en color. De ahí que cobre todo su sentido la frase atribuida a Hugo Pratt: “El cómic es el cine de los pobres”.

¡Durante siglos, cuántos campesinos, bosqueros, recolectores y artesanos han visto los mares del sur, los desiertos de arena, las montañas nevadas, las selvas vírgenes y toda suerte de panoramas exóticos sólo a través de estas escenas! Los cristales de la linterna mágica, las vistas de ciudades en los decorados de las barracas de autómatas, las viñetas de los pliegos de cordel, las escenas de los cartelones de ciegos, los grabados de los aleluyas y las estampas sueltas ofrecieron a los lugareños una ventana abierta al exterior, a través de la que soñaron con paisajes espectaculares que nunca contemplaría con sus propios ojos



Teatro de autómatas itinerante en El Retiro de Madrid (Foto: PGM)

En este sentido, los iconos populares de tema quijotesco han pasado a formar parte de la cultura cotidiana de la gente sencilla, incorporados al paisaje y a los objetos más familiares: la estatuaría y el callejero, los centros culturales y las marcas comerciales, los mesones y los hospitales, ¡hasta los clubes de carretera y los tanatorios! *El Quijote* en la vida y la muerte, en La Mancha en el mundo.

Entre las piezas más comunes enraizadas en la vida popular que llevan ilustraciones cervantinas están las monedas, los sellos, las vitolas, las postales, las fotografías, los programas de cine, las cajas de cerillas, los platos, los ceniceros, los abanicos, los almanaques, los calendarios, los cromos, los recortables, los carteles, las camisetas, los azulejos, los *souvenirs* turísticos, los logos militares y un largo etcétera de lo que la cultura de élites ha calificado como “artes menores”.



Souvenirs inspirados en *El Quijote* (Colección PGM)



Parche de la Escuela de Helicópteros Parche del Ala 14 del Ejército del Aire
Logotipos militares (Colección PGM)

En cambio, como va dicho, yo prefiero llamarles las “imágenes pobres” del *Quijote*. Por una parte, estas ilustraciones se imprimieron para difundirse entre los sectores sociales más desfavorecidos, aunque al final, de la mano del coleccionismo y la archivística, final los destinatarios han resultado ser un público más heterogéneo. Por otra parte, han sido despreciadas culturalmente frente a la “dignidad” de las revistas y la “sabiduría” de los libros.

Ahora bien, es preciso seguir el recorrido social de las ilustraciones, la mutación de sus destinatarios con el paso del tiempo. De esta forma, las vitolas y sellos de tema cervantino, fueron a parar durante muchos años a manos de un público popular. El consumidor de cierto poder adquisitivo no era siempre aficionado a coleccionarlas, y, en cambio, sí las guardaban sectores sociales más bajos, a los que atraían el colorido y la hermosura de la mayoría de las series.

Lo he podido comprobar en el Madrid de mis entretelas donde me avecindo. Durante lustros, álbumes del *Quijote* o ejemplares sueltos, se podían adquirir en los mercados dominicales del Rastro y la Plaza Mayor. Al día de hoy, han ido refugiándose en los establecimientos del ramo, y, en algunos casos, se han convertido en piezas anheladas por los expertos más profesionales, que alcanzan altos precios sólo pagados por una clientela adinerada. El viaje interclasista ha sido de abajo a arriba. Aunque sin abandonar del todo su amplio espectro social.

En dirección contraria, han evolucionado otras figuras quijotescas, pasando de manos privilegiadas a ojos populares, de espacios privados a públicos. Traemos a colación, por ejemplo, el *Quarto de Dom Quixote* en el palacio de Queluz. En sus sobrepuestas, el maestro Manuel da Costa realizó, entre 1759 y 1774, otras tantas pinturas sobre la vida y aventuras del hidalgo manchego¹⁴. Esta residencia de verano de la familia real lusa, hizo las veces de paritorio y de obituario para algunas personas

¹⁴ El Palacio Real de Queluz, ahora rebautizado como Palacio Nacional, fue la principal residencia de los miembros de la Casa de Braganza. La participación de de los mejores arquitectos, decoradores y jardineros de la Europa del siglo XVIII le valieron el sobrenombre de “El Versalles portugués”, lo que no fue óbice para que a pesar de influencia francesa e italiana, tenga rasgos típicamente portugueses merced a sus famosos *azulejos*. El programa iconográfico de tema quijotesco se puso de moda en la cultura nobiliaria del siglo XVIII y al igual que el *Quarto de Dom Quixote* de Queluz, se decoraron con él los palacios de Villañaña en Álava, el Château de Cheverny en la Loire y los reales de Nápoles y Madrid. La azulejería azul, los parterres verdes, los canales celestes llevaron a Pilar Miró a rodar allí la película *El perro del hortelano* (1996), basada en la comedia de Lope de Vega, gracias a la evocación palaciega de los colores del Barroco.

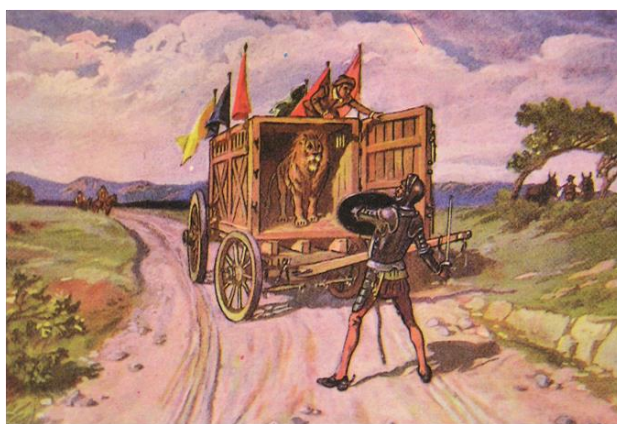
principescas, quienes lo primero o lo último que vieron en vida fueron las cuitas de los personajes cervantinos. Luego, hasta que la corte real marche al exilio brasileño en 1807, solo una minoría privilegiada podía contemplar las escenas quijotescas. Mientras que en el Portugal actual, este patrimonio compuesto por el palacio nacional y los jardines, ha sido abierto a de toda suerte de visitantes. El viaje interclasista ha sido de arriba a abajo. Aunque sin abandonar del todo la aureola mayestática de su origen social.

Por eso, no debemos olvidar cada “imagen pobre” tiene su propia biografía. Un cromó, pongamos por caso, que deriva de la palabra griega *chóma* (“color”), nace en un sobre, envuelve a un chicle, ilustra un calendario o es paredaño de una tableta de chocolate. Después, se cría mal pegado a un álbum, y, aunque él nunca lo sabrá, alcanza su esplendor entre las manos de un niño. Porque sólo bajo la mirada de éste deja de ser insignificante. A los ojos infantiles aparece como un tesoro codiciado; una ventana a la fantasía; un poema visual.

Andando el tiempo, la estampa adulta muestra cicatrices en forma de dobleces, canas a modo de rebordes sepias. Y cuando llega la vejez, dormita en el desván de la casa, si la suerte le ha sonreído. O se echa al monte de los rastrillos, a sus aventuras, si su dueño le ha abandonado. Es entonces cuando esa pintura menor concurre al mercado popular. Se cotiza; se regatea y se cambia; se compra y se vende. Como todo hijo de vecino, el icono modesto ha andado el camino; ha albergado, ni más ni menos, que las edades de la vida. Para, al cabo, morir en el parnaso de las “imágenes pobres” del *Quijote*.



de Francisco Piquer en el monumento
Cervantes en Madrid (1835) (Foto: PGM)



Escena del león en el álbum *Las más bellas tarjetas postales de Don
Quijote de la Mancha*, E. Antalbe S. A. (1988) (Colección PGM)

Relieve

El aprecio culto de las “imágenes pobres” del *Quijote* por algunos intelectuales se inició a la par que su protagonista se convirtió en un mito universal durante el siglo XX. Las estampas quijotescas se habían reproducido en los soportes artísticos más prestigiosos -escultura, pintura, grabado, etc.-, pero ahora lo hicieron también en las artes gráficas, industriales y populares.

Entre los pioneros que llamaron la atención sobre la necesidad de estudiar esta última iconografía más humilde, pero no por ello despreciable, estuvo el profesor de Estética mexicano José Rojas Garcidueñas, que a mediados de 1960 escribió:

Don Quijote ha sido empleado, y lo sigue siendo, en marcas de muchos productos industriales y en el nombre de múltiples establecimientos mercantiles, cafés, restaurantes y hasta cabarets. Lógicamente, en todos esos casos, sendas

interpretaciones de la figura del Hidalgo Manchego han ilustrado los marbetes, anuncios, muestras y decoración de tales productos, fábricas o comercios... *Pero no por su dependencia de lo comercial o industrial, debe considerarse a priori, como despreciable, pues es muy probable que algunos o muchos de los dibujos, pinturas, grabados, etc., a que me refiero, tengan calidades bastantes para ser considerados entre las representaciones artísticas de Don Quijote...*¹⁵. (Garcidueñas 110)

No es casual que andando el tiempo, en los versos que León Felipe escribe en el exilio charrúa, mudase la estampa de Don Quijote desde el estereotipo culto del hidalgo al de rebelde justiciero del pueblo. El caballero dejó de ser el vencido que regresa a casa por la manchega llanura para convertirse en el estrafalario fantasma de La Mancha que, vestido de forma grotesca y portando una lanza rota, salió al mundo “lanzando al viento desafortadamente esta palabra de luz olvidada por los hombres: ¡Justicia! ¡Justicia! ¡Justicia!”. Porque el poeta prometeico se había dado cuenta de que a los españoles del éxodo y el llanto les habían hurtado la Gran Historia (León Felipe 191).

Ni mucho menos que el cervantismo mexicano alumbrase el Museo Iconográfico del Quijote en 1987, sito en la llamada “Casa del *Quijote*” de Guanajuato, fruto de la entrega de fondos a cargo del español Eulalio Ferrer. De esta forma, el donante quiso agradecer al pueblo de México la acogida a los exiliados republicanos y homenajear al Festival Internacional Cervantino que se celebra en la capital del estado. Entre sus piezas de pintura escultura y grabado se ha hecho un hueco una sección dedicada a la artesanía, reconociendo así el valor cultural de la iconografía popular quijotesca que tanto reclamamos.

Ese Festival Internacional Cervantino que se celebra en Guanajuato, el cual incluye desfiles y representaciones teatrales, tiende un puente cultural entre las fiestas burlescas que, protagonizadas por las figuras de Don Quijote y Sancho, pasaron desde España a América al mismo tiempo que lo hacían los ejemplares de la obra cervantina.

Los torneos y justas heredados de la cortesanía medieval, las leyendas de monstruos y salvajes, los libros de caballerías, las hazañas del Cid y las aventuras de Don Quijote, fueron vectores literarios que se proyectaron en las fiestas. De forma que un mismo tema de ficción recorría el circuito literario de los lectores y la escenificación festiva de los espectadores en las ciudades (López Estrada, 1982, 297).

En este sentido, nada más aparecer *El Quijote*, fue apropiado como argumento festivo que provocaba la risa entre todos los públicos, desde los cortesanos a los populares. Al poco de la primera edición de 1605, Pinheiro da Veiga recoge en sus *Memorias de Valladolid* que los personajes de Don Quijote y Sancho hicieron los delicias de los espectadores en una fiesta real de toros y cañas que celebraba el nacimiento del príncipe Felipe Domingo. A partir de aquí, fue una constante la inclusión de Don Quijote en muchas fiestas de distinta naturaleza, como la beatificación de Santa Teresa en Zaragoza (1614) y Córdoba (1615), la publicación del estatuto de la Inmaculada Concepción en Sevilla (1617), Baeza, Salamanca y Utrera (1618).

Del mismo modo, en el año 1605, algunos editores y libreros que vieron las posibilidades del mercado americano, introdujeron mil quinientos ejemplares del *Quijote* en Nueva España, contribuyendo las prensas virreinales a que los modelos de la cultura libresca pasaran al ámbito festivo. Los personajes de don Quijote y Sancho,

¹⁵ El subrayado es mío. Este profesor de estética estudia la iconografía quijotesca en materiales tan diversos como biombo, azulejos bateras, cabeceras de periódicos, cerámica, estatuaria y hasta un curioso Don Quijote y Sancho Panza hecho de rábanos.

como ya sucediese en su patria natal, formaron parte de mascaradas en México (1621) y Perú (1607, 1630 y 1656). En el caso mexicano, que será el de mayor duración hasta nuestros días, las celebraciones burlescas del personaje cervantino se dieron en tres planos: las dedicadas a los virreyes y su nobleza en espacios públicos, las gremiales de las ciudades en honor de un santo patrón y las organizadas en colegios y universidades dentro de los gallos y vejámenes estudiantiles (Farré Vidal, 385-404).

Este trasvase de los arquetipos literarios del *Quijote* al espacio festivo nos demuestra dos cosas: una, que el doble circuito libresco y escénico de Don Quijote ha tenido una larga duración histórica hasta hoy mismo, y, la otra, que la iconografía de los protagonistas -el señor, delgado y ensimismado; el escudero, grueso y realista- se fijó antes de que los ilustradores -en particular Doré y los románticos- lo plasmasen en su iconografía culta y popular.

En otro orden de cosas, y retomando el hilo de la necesidad de considerar artísticas las estampas en materiales efímeros, la recuperación de las “imágenes pobres” del *Quijote* nos servirá para sopesar los valores que encierran, la función pedagógica y lúdica que jugaron y su pertenencia a la cultura popular durante los años del franquismo.

Por un lado, ya nos advirtió Julio Caro Baroja al estudiar los pliegos de cordel, los romances de ciego, los folletines y demás géneros propios de la literatura de los buhoneros, que habían sido motejados por muchos eruditos con el término despectivo de “romances vulgares”. Sin embargo, como sucedió en Francia con la *littérature de colportage* y su “*bibliothèque bleue*” impresa en Troyes y vendida por todo el país, el buhonero de las estampas y el ciego de los romances son figuras omnipresentes en la cultura popular española hasta el mismo siglo XX. Y sus textos y estampas, una vez vendidas dentro de un envoltorio desastrado, revelan un contenido en valores humanos donde se reflejan las inquietudes de una gran masa del pueblo español. (Caro Baroja 7)

Pues bien, en nuestra historia de los pliegos de cordel no podían faltar los dedicados a Don Quijote, como los conservados en la Fundación Joaquín Díaz, donde se escenifican sus aventuras y desventuras y hasta se transforma al hidalgo en un calavera decimonónica¹⁶.

¹⁶ Agradecemos a Joaquín Díaz su autorización, como ya hiciera durante la exposición “Las imágenes pobres del *Quijote*”, para reproducir estos dos pliegos de tema cervantino. Ambos tienen 48 viñetas, un tamaño de 4,5X5 cm. en vertical, y sus firmas son 1053 y 1054. El pliego de ese don Quijote malvado al que he aludido lleva por título “Nueva historia de Don Quijote”. El lector puede consultar esta magnífica colección en la página web de la Fundación Joaquín Díaz: www.funjdiaz.net/.

Pliego de cordel *Historia de Don Quijote*Pliego de cordel *Vida de Don Quijote*

(Autorizado por cortesía de la Fundación Joaquín Díaz)

Por otra parte, siguiendo a Walter Benjamin, la iconografía de masas entronca con la atención a las propuestas de hacer una historia popular, de ensanchar la base de la historia en favor del pueblo o, si se prefiere, de las también llamadas clases subalternas. En definitiva, el autor de *El libro de los pasajes*, se propone construir una historia desde abajo, utilizando los materiales de desecho de la civilización en lugar de sus “maravillosas obras de arte”¹⁷.

La toma de conciencia de esta carencia iconográfica llevó a algunos cervantistas a llamar la atención sobre la urgencia de crear bancos de imágenes del *Quijote*. Entre ellos, Eduardo Urbina, puso en marcha un proyecto a fin de canonizar la novela como texto y elevar a don Quijote a la categoría de icono cultural:

La rica tradición artística de *Quijotes* ilustrados -a pesar de ciertos esfuerzos notables- sigue siendo aún hoy en gran parte desconocida debido a la rareza y escaso acceso a las ediciones en las que aparecieron los miles de grabados, viñetas y dibujos que forman históricamente la interpretación visual y narrativa de la obra maestra de Cervantes a lo largo de 400 años. Aunque algunas ilustraciones -a menudo las mismas- se han reproducido en estudios, críticas, catálogos y bibliografías, carecemos de un conocimiento completo de la tradición iconográfica asociada con la publicación del *Quijote* como elemento clave de su canonización como texto y de la transformación de don Quijote como personaje en un icono cultural. (Urbina 1108-9)

¹⁷ Coetzee subraya que en *El libro de los pasajes*, Walter Benjamin “propone una nueva manera de escribir sobre una civilización, usando como materiales sus desechos en lugar de sus obras de arte; una historia desde abajo, más que desde arriba [...] una historia centrada en el sufrimiento de los vencidos, en lugar de en las conquistas de los vencedores” (82). Ahora bien, sin necesidad de acudir al radicalismo de la lucha de clases, otros estudiosos menos militantes y más liberales, como el mencionado Julio Caro Baroja, Raphael Samuel, Peter Burke, ya reivindicaron la puesta en valor de la literatura y la iconografía populares.



Grabados con escenas del *Quijote* (s. a.) (Colección PGM)

En las “imágenes pobres” no se da la rareza, ni el escaso acceso al público, ni siquiera su problema estriba en la abundancia o escasez, o en su contribución a hacer de Don Quijote un icono cultural. Sino que son víctimas del carácter efímero de los materiales y de la desconsideración por parte de la alta cultura. En cualquier caso, cuando el profesor Urbina hizo esa llamada a la sensatez, estábamos en vísperas de la celebración del cuarto centenario del *Quijote*, y, sin apenas percatarnos, íbamos a pasar de la anorexia quijotesca a la bulimia conmemorativa.¹⁸

La historia oficial es aquélla que selecciona el pasado. El poder va cambiando de regímenes y la memoria histórica se ajusta a las exigencias de cada uno de ellos. La mejor prueba de este servilismo ideológico la hallamos en la instrumentalización política de los centenarios.

La conmemoración de los centenarios surgió en Europa Occidental a fines del siglo XIX. En Francia se celebró el de la Revolución burguesa que, iniciada con la toma de la Bastilla, acabó en el golpe de estado de Napoleón (1889). En el Reino Unido, se dio el jubileo de la reina Victoria (1897). En España, en fin, tuvieron lugar las efemérides de Calderón de la Barca (1881), Santa Teresa de Jesús (1882) y Recaredo (1889).

En 1834 ya se había colocado en la Plaza de las Cortes de Madrid la estatua de Cervantes, retomando un proyecto concebido por José I para congraciarse con los españoles, costeada por el comisario de Cruzada Manuel Fernández Varela¹⁹.

¹⁸ La expresión “bulimia conmemorativa” la acuñó Pierre Nora en los sucesivos volúmenes de su obra *Les lieux de mémoire, La République, La Nation y La France*.

¹⁹ La Comisaría General de Cruzada, que recaudaba la bula del mismo nombre desde el siglo XVI, no desapareció hasta la entrada en vigor de la ley de culto y clero de 1845. Por otra parte, el 5 de diciembre de 2009 unos obreros que trabajaban en la remodelación del aparcamiento de la Plaza de las Cortes de Madrid, al mover la estatua de Cervantes, se encontraron en su basamento una “cápsula del tiempo”. Una caja de plomo que contenía cuatro tomos del año 1819 del *Quijote*, un libro de la vida de Miguel de Cervantes, otras publicaciones, documentos, medallas y monedas en buen estado.



Estatua de Cervantes en la Plaza de las Cortes de Madrid (Foto: PGM)

Los regímenes demoliberales redecoraron las ciudades mediante una estatuaria que honraba a los prohombres de la patria, del tenor de generales, políticos, artistas y escritores, al igual que sucedía en la filatelia y la numismática. Así también, la numeración de las casas y la señalización del callejero mediante placas de personajes ilustres facilitó las direcciones postales que exigía el servicio de correos y reconocía los valores cívicos de los patriotas que se habían ganado a pulso el homenaje nacional, respectivamente. No olvidemos que en el siglo XIX surgen las escuelas públicas y que en ellas se empieza a enseñar una nueva disciplina llamada “urbanidad”. (García Martín, Pedro, 2000, p. 138)

En la fachada del Ateneo de Madrid, creado en 1835 como Ateneo Científico y Literario, aún lucen los relieves de Velázquez, Alfonso X y Cervantes como ejemplo de esa vocación liberal en honrar a un rey sabio y a unos ingenios artísticos y literarios. Y aunque el edificio actual es de estilo modernista, pues así lo dispuso su mentor Cánovas del Castillo en 1884, no deja de reforzar la función de templo laico de los creadores y pensadores más progresistas de cada generación española.



Fachada del Ateneo de Madrid (Foto: PGM)

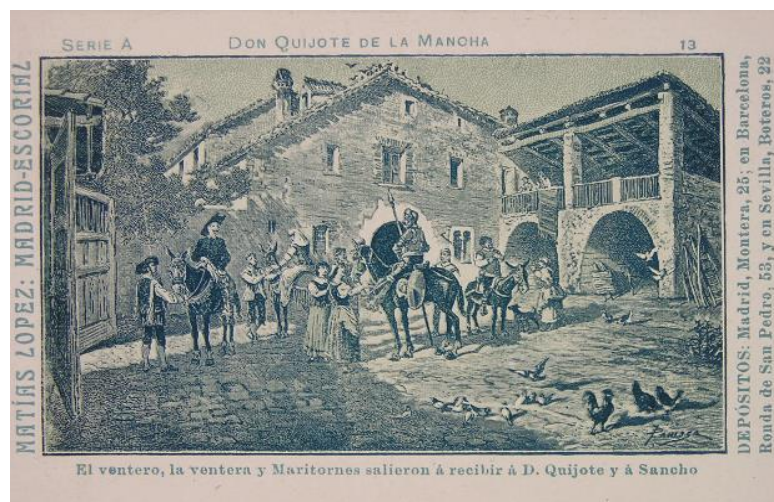
También en 1879, se erigió en Alcalá de Henares una escultura en bronce en honor de Cervantes, realizada por Carlo Nicoli, sobre un pedestal decorado por Pepe Noja con escenas del *Quijote*, a fin de reforzar el nacimiento alcalaíno del escritor.



Monumento en la Plaza de Cervantes de Alcalá de Henares (Foto: PGM)

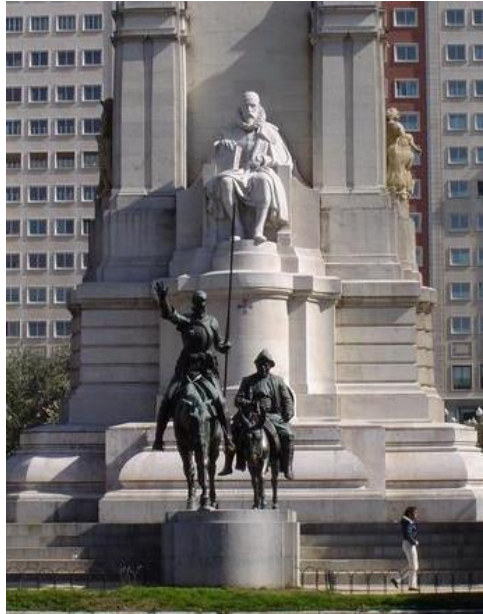
El aniversario con fines políticos, camuflado en un envoltorio cultural, arraigó con tanta fuerza que, si en 1892 fue el gobierno español el que festejó el cuarto centenario del descubrimiento de América, en 1908 fue un país americano como Argentina el que proclamó la fecha del 12 de octubre como Día de la Raza en “homenaje a España, progenitora de Naciones” (García Cárcel 81-82).

Ahora bien, los grandes fastos de la memoria nacional se dieron en 1905, al calor del tercer centenario de la primera edición del *Quijote*. La llamada Generación del 98, llevada en volandas por el sueño regeneracionista, vio en la obra cervantina la recuperación de las esencias patrias ante la enfermedad agónica del país.



Tarjeta postal de los chocolates Matías López (1905) Madrid- Escorial Serie A-13 (Colección PGM)

Un par de lustros más tarde, con motivo del tercer centenario de la publicación de la segunda parte del *Quijote*, se erigió en la Plaza de España de Madrid el monumento a Cervantes que todavía hoy podemos contemplar. De paso, sirvió para celebrar al año siguiente, en 1916, el centenario de la muerte del escritor alcalaíno. El autor del proyecto fue el arquitecto y escultor Rafael Martínez Zapatero, quién contó con la colaboración de Pedro Muguruza Otaño, siéndole añadidas las esculturas añadidas de Lorenzo Coullaut Valera.

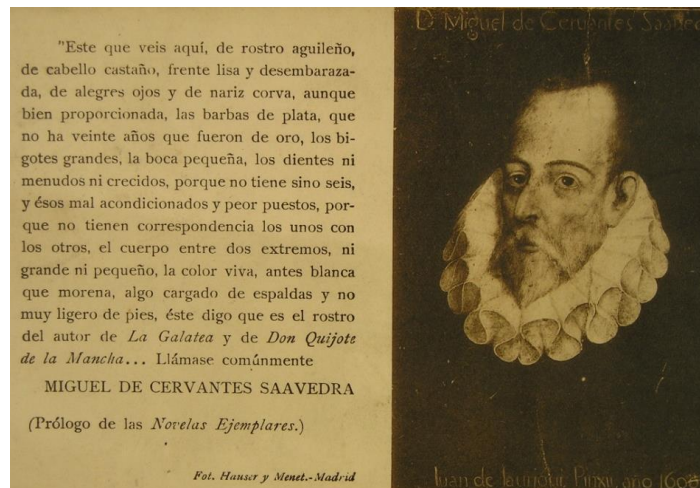


Monumento a Cervantes en la Plaza Mayor de Madrid

Sin embargo, toda su realización estuvo envuelta en polémica, a causa del desinterés de los políticos y de la sospecha de corruptela en la adjudicación, como lamentaba Luis de los Terreros en la revista *La construcción moderna*:

Sin asistencia de las autoridades, se inauguró a mediados del presente mes la exposición de proyectos del monumento a Cervantes, contrastando la sencillez de este acto con la magnificencia y esplendor los desarrollados en la apertura del certamen de bocetos.

Es triste, y causa desaliento en los artistas, que tras no escasos gastos pusieron su entendimiento y su trabajo en un proyecto, ver que los que están obligadas a estimular estos concursos, infundan, por el contrario, desconfianza y desaliento, faltando unas veces a las bases que se redactan, no haciendo en otras la adjudicación de premios, y otorgándolos en muchas ocasiones al favoritismo y compadrazgo, más que al verdadero mérito artístico de la obra presentada”. (Terreros, Luis 1916)



Tarjeta postal de la imprenta Hauser y Menet (Madrid) conmemorando su nacimiento en 1916 (Colección PGM)

A partir de la década de 1920 se aceleró la confrontación de las “dos Españas”, sin solución de continuidad desde la dictadura de Miguel Primo de Rivera hasta la Segunda República, en la que una de las alegorías más utilizadas fue la de enfrentar a Don Quijote con Sancho: la España del espíritu frente a la de la materia. Así por ejemplo, Pío Baroja, por aquellos años, puso en boca del protagonista de la novela *Las veleidades de la fortuna* su desconfianza en el futuro del país:

Nosotros, los españoles de hoy, no tenemos la culpa de no poder tener fe en nosotros mismos. Antes, en el período de aventuras, a España la dirigía don Quijote; de ahora en adelante, la tendrá que dirigir Sancho Panza. (Baroja 1926, 195)



Billete del Banco de España (1928), anverso y reverso (Colección PGM).

Sin embargo, durante la Guerra Civil se dio el caso de que ambos bandos, republicano y nacional, coincidieron en conmemorar los hitos de resistencias históricas, como Sagunto y Numancia, así como la defensa de las ciudades heroicas de Zaragoza y Gerona durante la invasión francesa. Eso sí, cada cual los adaptó a su causa, volviendo a converger en la celebración del 12 de octubre como fiesta de la Raza.

Ahora bien, el franquismo victorioso impuso su propio calendario de celebraciones oficiales, cuya fecha cumbre pasó a ser el 18 de julio, y en el que tuvieron cabida El Cid, los Reyes Católicos, Goya y Cervantes. Del mismo modo que los distintos gobiernos de la Transición celebraron los centenarios de personajes históricos que consideraban afines en su imaginario político, ya fuesen Carlos III, Carlos I o

Felipe II. Al punto de crearse en el año 2002 la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales (SECC), organismo dependiente del Ministerio de Cultura de España, a fin de promocionar las celebraciones culturales, no exentas de la carga política que ya hemos comentado.



Placa en el Estudio de la Villa que regentó el maestro de Cervantes, don Juan López de Hoyos (Foto: PGM)



Placas en homenaje a Velázquez, Alfonso X y Cervantes en el Ateneo de Madrid (PGM)

En este sentido, el aniversario clave de la democracia recién recuperada fue el del año 1992. La Expo de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona proporcionaron la coartada para reelaborar los símbolos nacionalistas y proyectarlos hacia el futuro. Medio siglo después del descubrimiento colombino, se renovaron las relaciones entre España y América sobre la base de una comunidad de iguales, en la que nuestro país podía servir de puente entre el nuevo y el viejo continente. El rey don Juan Carlos, que presidió las cumbres Iberoamericanas, se presentó como el “piloto del cambio” y el defensor de la democracia parlamentaria tras el golpe del 23-F.



El monumento a Cervantes frente al Congreso de los Diputados en Madrid (Foto: PGM)

Sin embargo, el gobierno de José María Aznar y su participación en la guerra de Irak, desempolvó antiguos símbolos nacionalistas -festejo del 12 de octubre, izado de una inmensa bandera en la plaza de Colón a imitación de la del zócalo de México D.F.-, contestados por los nacionalismos vasco y catalán hasta la tensión separatista de hoy día (Moreno Luzón y Núñez Seixas, 2013).

En esta tesitura, los especialistas se fueron preparando para la celebración del cuarto centenario del *Quijote*, sin saber aún que se convertiría en la estrella cultural del mandato de José Luis Rodríguez Zapatero.

En el año 2001 arrancó el *Proyecto Cervantes*, en forma de portal del grupo de investigación de La Universidad de Texas, dirigido por el doctor Eduardo Urbina, el

cual incluye la *Biblioteca Digital Cervantina*, la *Cervantes International Bibliography Online* y el *Cervantes Digital Archive of Images*. De resultas, este equipo de investigación creó una base de datos electrónica documentada sobre la bibliografía y la iconografía del *Quijote*, la cual se ha convertido en un recurso didáctico y de investigación para eruditos, estudiantes y usuarios en general. La colección principal en la que se basa el archivo es la *Colección Eduardo Urbina Proyecto Cervantes* de la Biblioteca Cushing de Texas A&M University y su difusión a través de Internet se ha enriquecido mediante la colaboración con la Universidad de Castilla-La Mancha.

Este trabajo conjunto dio sus frutos en la exposición *Don Quixote Illustrated. And Exhibit in Celebration of the 4th Centenary of the Quijote, 1605-2005*, celebrada en la Cushing Memorial Library and Archives Texas A&M University 2005, y comisariada por los profesores Eduardo Urbina y Fernando González Moreno.

Al año siguiente se creó en el Centro de Estudios Cervantinos, sito en Alcalá de Henares, el *Banco de Imágenes del Quijote: 1605-1905*. Se trata de un proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, la Comunidad de Madrid y la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, en cuya primera versión pudo colgó más de cuatro mil imágenes a disposición de todos los usuarios. Durante los últimos años, bajo la dirección de Carlos Alvar y José Manuel Lucía Megías, con nueva ayuda por parte de la Empresa Pública “Don Quijote, 2005, de Castilla-La Mancha, el ha aumentado sus fondos hasta llegar a más de nueve mil imágenes, convirtiéndose en una herramienta esencial para la difusión de la iconografía quijotesca.

Asimismo, desde el año 2002 se creó en el Centro de Estudios de la Universidad de Castilla-La Mancha un grupo de trabajo sobre “Iconografía popular del Quijote”, el cual reunió importantes colecciones de *ephemera* cervantina. Este proyecto, respaldado por la Empresa Pública Don Quijote de La Mancha 2005, culminó durante el cuarto centenario del *Quijote* en una exposición itinerante y una serie de estudios a cargo de los profesores Fernando González Moreno y de Esther Almarcha.

Por mi parte, vengo coleccionando y trabajando con las “imágenes pobres” del *Quijote* desde mi infancia. De modo que en mi bibliografía escrita como profesor universitario, no sólo en las obras de temática cervantina, sino en otros libros sobre cultura visual, he buscado el diálogo de los textos con las imágenes. Un primer avance de este maridaje entre letras e iconos lo publiqué en la revista *La aventura de la Historia*, pero, sobre todo, dio sus primeros frutos en la obra *Álbum del Quijote. Iconos cervantinos en el cuarto centenario de su impresión* (2004), que tuvo la gentileza de prologarla el escritor Andrés Trapiello.



Portada del libro *Album del Quijote...* (Dibujo por cortesía de Jesús Gabán)

En este estudio sobre las estampas populares de la obra cervantina partimos de la contextualización de la novela cervantina en la estética del Barroco, del vestido estamental a la vida cotidiana en la Villa y Corte de Madrid. De seguido, analizamos cómo ha sido adaptado *El Quijote* a lo largo de la historia del cine y su reproducción en unos ejemplares preciosos de vitolfilia. En este sentido, reproducimos la colección de vitolas sobre *El Quijote* que la casa de Tabacos Álvaro emitió en mayo de 1969, ilustrada por el pintor valenciano José Segrelles²⁰.

²⁰ Agradezco a don Julián Huerta Galván, dueño de la Fábrica de Tabacos Álvaro en La Laguna (Tenerife) la autorización para reproducir dicha colección y el capítulo en el que nos explica el arte de la vitolfilia. Por otra parte, al año siguiente de mi publicación aparecieron varios libros que ampliaron lo que en mi texto era sólo una aproximación, a saber: De la Rosa, Gonzáles y Medina, 2005, VV.AA. 2005, Herranz, 2005 y Payán 2005.



Vitolas sobre *El Quijote* de la casa de Tabacos Álvaro (1969) (Colección PGM)

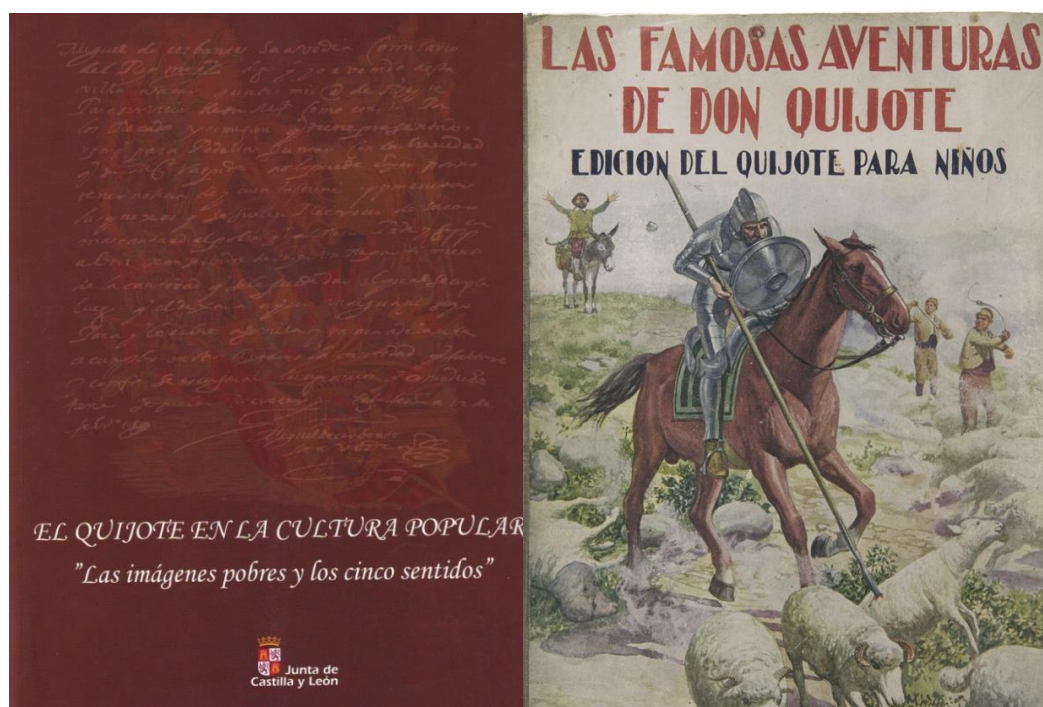
A finales de ese mismo año de 2004, un grupo de cervantistas de primera fila publicaron la cuidada edición sobre *La imagen del Quijote en el mundo*, donde muestran la gran riqueza iconográfica de la obra cervantina hasta los actuales medios de comunicación de masas. J. M. Lucía Megías se ocupó de la representación de los personajes en los primeros grabados que ilustraron la novela. A. Pérez-Sánchez lo hizo de su evolución en la historia de la pintura. H. Partzsh estudió las traducciones del libro en muchos otros idiomas. C. Alvar analizó el mito en los carteles del cine y de la publicidad. Y V. Sánchez Moltó en los soportes de la vida cotidiana. (Lucía Megías y otros, 2004). Este último autor y yo mismo habíamos trabajado en paralelo sobre la *ephimera* cervantina y nuestros libros vieron la luz al mismo tiempo.

Llegados los fastos conmemorativos del *Quijote* en el 2005, lo que había sido el programa cultural del gobierno Zapatero se extendió a las instituciones, museos y universidades de todas las comunidades autónomas, gobernadas por presidentes pertenecientes a partidos políticos de todo el arco parlamentario. De resultas, hubo una avalancha de exposiciones, catálogos, conferencias, congresos, ciclos cinematográficos y demás eventos cervantinos que formaron una bola de nieve quijotesca sin parangón en otros centenarios. Téngase en cuenta el efecto globalizador que los soportes libresco y audiovisuales de comienzos del siglo XXI tienen en comparación con los de 1908, donde primó más el voluntarismo de los escritores de la Generación del 98 que el apoyo incondicional de los políticos.

Además, tal como editores y librerías, en el caso del *Quijote* del 2005 se produjo lo que ellos llaman el “efecto boomerang”, esto es, desde Navidades de 2004 los productos quijotescos empezaron a inundar el mercado hasta haberlo saturado en el

verano siguiente, lo que provocó el rechazo del consumidor a una obra publicitada como nunca.

Sea como fuere, yo tuve la oportunidad de montar dos exposiciones en calidad de comisario sobre la iconografía popular quijotesca, a saber. La muestra itinerante “El Quijote en la cultura popular. Las imágenes pobres y los cinco sentidos”, patrocinada por la Consejería de Cultura de la Junta de Castilla y León y la Fundación Siglo, inaugurada en la Casa de las Conchas de Salamanca, que contó con sedes en Béjar (Salamanca), Medina del Campo (Valladolid), Palencia, Arévalo (Ávila), Soria y Peñaranda de Bracamonte (Salamanca). El catálogo de la exposición lleva el mismo título y fue publicado en Valladolid, Junta de Castilla y León, en 2005. Y la modesta exposición “Álbum del Quijote. Iconos cervantinos en los mercadillos de Madrid”, celebrada en la sala de muestras de la Universidad Autónoma de Madrid.



Catálogos de las exposiciones *El Quijote en la cultura popular* y *Álbum del Quijote* (2005).

De esta forma, en plena “bulimia conmemorativa” de la primera edición cervantina, pude dar a conocer mis trabajos sobre las estampas populares del *Quijote*, haciendo especial hincapié en los años del franquismo, que, sin afinidad ideológica, fueron las décadas en las que yo entré en contacto con ellas. De hecho, la mayoría de los materiales expuestos, de los que fui haciendo acopio durante décadas, pertenecen cronológicamente a los años de la Dictadura y el resto a la Transición, pero quedan al margen la inabarcable imaginaria que produjo el centenario de 2005.

2.2. Don Quijote en el quiosco, el estanco y el monedero.

Las estampas populares del *Quijote*.

En ese ambiente sórdido (de la posguerra), los españoles buscaron una vía de escape en la fantasía. Los mayores se refugiaban en el cine, que les permitía evadirse a vidas vicarias y soñar con el lujo de hogares americanos de fridge y haiga en la puerta. Las mujeres pasaban la tarde prendidas en las historias sentimentales de las radionovelas que las ayudaban a sobrellevar la sordidez de sus vidas. Los niños nos evadíamos en los tebeos de guerreros y aventuras, casi siempre alquilados más que comprados. Las niñas

ejercitaban su femineidad en tebeos de príncipes y princesas que indefectiblemente terminaban en boda; las algo más mayorcitas, en historias de guapos ejecutivos con deportivo a la puerta y yates de ensueño (Juan Eslava Galán).

La historia tradicional presenta una vista desde arriba, en el sentido de que siempre se ha centrado en las grandes hazañas de los grandes hombres, estadistas, generales y, ocasionalmente, eclesiásticos. Al resto de la humanidad se le asignaba un papel menor en el drama de la historia. (Ahora) nuevos historiadores se interesan por la “historia desde abajo”, es decir, por las opiniones de la gente corriente y su experiencia del cambio social” (Peter Burke).

La iconografía celebrativa del franquismo, surgida en el periodo de los totalitarismos en Europa, adoptó algunos elementos del nazismo alemán y del fascismo italiano, pero añadió muchos más autóctonos. Entre ellos, sustituyó la bandera tricolor republicana por la roja y gualda monárquica, sublimando el rol del dictador en ausencia de rey. A esa enseña se fijó el águila, asociada desde la antigüedad a los dioses de la guerra, la cual, encaramada en los estandartes de las legiones romanas, será símbolo imperial, desde César al Zar, de Napoleón a Hitler, figurando en los escudos heráldicos de las grandes dinastías reinantes. Por fin, en ministerios y monumentos, a la entrada de todos los pueblos, en las viviendas de protección oficial y en las fachadas de las iglesias, se fundieron en escudos y placas el yugo de la unidad de España bajo Isabel de Castilla y Fernando de Aragón con las flechas falangistas de ecos mussolinianos.

No eran más que algunas de las alegorías ideológicas del aparato simbólico del régimen, pues, como escribe Román Gubern:

Los regímenes políticos acostumbran a generar una iconografía y un sistema simbólico que define con nitidez su imaginario político y ancla su identidad en el mapa sociohistórico. El gorro frigio de la República Francesa, la cruz gamada (o esvástica) del Tercer Reich alemán, el hacha del fascismo italiano, o la hoz y el martillo comunistas han actuado como emblemas (que hoy la publicidad comercial denomina *logos*), de signo político, que conectan su significado histórico a una potente carga emocional, enlazando su campo semántico con el campo afectivo de los sujetos a los que se pretende cohesionar o adoctrinar. (289-90)

A la cabeza de esas figuras políticas que ilustraron la *ephemera* de la posguerra española se dio una epifanía del héroe moderno, el Generalísimo Franco, omnipresente en el cine a través del *No-Do*, en *el parte* de la radio, en el telediario de la televisión, en las tiradas de los sellos y en los billetes y en las monedas, donde, a fin de protegerle de la usura que desfiguraba los retratos frontales -como sucedió con las efigies de los césares-, apareció de perfil junto a la inscripción “Caudillo de España por la gracia de Dios”.



Ahora bien, en esta iconografía pública del franquismo no sólo figuraron los símbolos identitarios del régimen, sino que también se reclutó a un elenco selectivo de personajes religiosos -Apóstol Santiago, Santa Teresa, San Juan de la Cruz- y de genios de la cultura -Velázquez, Goya, Lope de Vega, Quevedo-. En este sentido, el autor y su criatura, Cervantes y Don Quijote compartirán protagonismo en las “imágenes pobres” de la filatelia, la numismática y los álbumes de cromos de la posguerra franquista, conectando su significado histórico con la carga afectiva de los ciudadanos.



Sobre y sellos matasellados en 1947 con imágenes de Cervantes y de Franco
(Colección PGM)

Los vectores para la adquisición de esas estampas populares del *Quijote* fueron los quioscos, los estancos, las administraciones de loterías y quinielas y los mercadillos o rastros locales. Algunos de los primeros establecimientos les fueron adjudicados a adeptos al régimen -mutilados de guerra, hijos y viudas de fallecidos por la causa, reservistas- con carácter casi hereditario, por lo que, en buena lid, no serían sospechosos de distribuir materiales subversivos. La divulgación de la palabra y de las imágenes oficiales en estos establecimientos de uso cotidiano estaba en manos seguras.





Quiosco de prensa, despacho de Loterías y estanco en Madrid (Fotos: PGM)

Ahora bien, nuestro *Quijote*, encarecido y denostado por unos y por otros, al que se recurre como en un símbolo cosificado, servirá lo mismo para un roto que para un descosido.

Sólo había pasado un mes desde que Radio Nacional de España difundiera el último parte de guerra dando cuenta de la victoria de Franco, cuándo en la Ciudad Universitaria de Madrid tuvo lugar un bibliocausto para celebrar la Fiesta del Libro, a la manera nazi de la pira de 1933 en la Belplatz de Berlín, tal como relató el corresponsal del diario *Ya*:

El Sindicato Español Universitario celebró el domingo la Fiesta del Libro con un simbólico y ejemplar auto de fe. En el viejo huerto de la Universidad Central - huerto desolado y yermo por la incuria y la barbarie de tres años de oprobio y suciedad -se alzó una humilde tribuna, custodiada por dos grandes banderas victoriosas. Frente a ella, sobre la tierra reseca y áspera, un montón de libros torpes y envenenados (...) Y en torno a aquella podredumbre, cara a las banderas y a la palabra sabia de las Jerarquías, formaron las milicias universitarias, entre grupos de muchachas cuyos rostros y mantillas prendían en el conjunto viril y austero una suave flor de belleza y simpatía.²¹ (citado por Martínez Rus 2013)

El oficiante del auto, a la sazón el catedrático de Derecho, Antonio Luna, enumeró los géneros dañinos -casi todos- de los ejemplares condenados a la hoguera. Después, ni corto ni perezoso, dio lectura al capítulo VI del *Quijote* sobre el donoso escrutinio que el cura y el barbero hicieron en la biblioteca del hidalgo manchego, seguido del prendimiento de fuego a los ejemplares condenados. De esa forma tan

²¹ El artículo apareció en “Auto de fe en la Universidad Central” en *Ya*, 2 de mayo de 1939, 2. Aparte de Antonio Luna García, delegado provincial de FET de la JONS en Madrid y secretario nacional de la Jefatura de Educación, en este acto estuvieron presentes Salvador Lisarrague Novoa, secretario provincial de dicha Jefatura de Educación y de la delegación provincial madrileña de Falange, así como David Jato, jefe provincial del Sindicato Español Universitario (SEU). Antonio Luna fue el primer juez instructor nombrado de la Comisión Superior Dictaminadora para depurar el profesorado de la Universidad de Madrid al acabar la guerra. Asimismo el profesor, Salvador Lisarrague, acabó siendo el primer responsable del Ateneo de Madrid intervenido. El lugar escogido para el bibliocausto no fue fruto del azar, sino que en la Ciudad Universitaria se libraron en el otoño de 1936, los combates más duros de la batalla de Madrid, luchando cuerpo a cuerpo legionarios y moros contra fuerzas leales a la República y milicianos madrileños, a los que vino a reforzar la columna Durruti, cuyo líder perdió la vida en extrañas circunstancias.

retorcida, tergiversando el texto cervantino, justificó la quema de libros en el día de su onomástica.

Menos estrambótico, pero nada halagüeño fue el arranque del *Quijote* en la literatura infantil del primer franquismo que se vendía en los quioscos. Los censores pensaron que no corrían tiempos de risas, sino de provechosa enseñanza, porque tras los desastres de la guerra el humor resultaba ofensivo. La fantasía, pues, era condenable. Al extremo que en la publicación de los años cuarenta, titulada *Flechín y Pelayín de don Quijote y Sancho Panza*, se advirtió sobre la conducta de don Quijote como un peligroso modelo a seguir, dándose una recomendación disciplinaria del siguiente tenor:

Niños: Leed solamente libros instructivos. Mientras no seáis mayores, dejad a un lado los libros de aventuras y las películas de gánster [sic]. Hacen mucho daño en la imaginación de los niños. (Aguilar de Serra; cit. por Sotomayor Sáez, 237-251)

La lectura de los niños de los años 40 debía limitarse a leyendas tradicionales, cuentos edificantes, historias familiares con personajes arquetípicos y melodramas de huérfanos que conseguían la felicidad mediante el sacrificio. Además, las adaptaciones de los clásicos al público infantil suponen en quienes las realizan unas ideas preconcebidas acerca de sus receptores, un acomodamiento a una representación de lector, cargado de connotaciones sociales, históricas, culturales y, en suma, ideológicas.

En realidad -sostiene la escritora Graciela Montes-, basta seguir mirando para darse cuenta de que todo lo que los grandes hacemos en torno de la literatura infantil (no sólo cuando la escribimos, sino también cuando la editamos, la recomendamos, la compramos [...] o la soslayamos) tiene que ver no tanto con los chicos como con la idea que nosotros -los grandes- tenemos de los chicos, con nuestra imagen ideal de la infancia. (Montes 12).

De manera que el humor sólo se coló de rondón en la sociedad a través de los suplementos infantiles de los periódicos, en forma de tiras cómicas, páginas de historietas y, sobre todo, chistes procedentes de los dibujantes y humoristas y de los propios lectores, acerca de personajes cómicos como Jaimito o tipos de la vida cotidiana.

Así también, frente a las revistas más ideologizadas -*Flechas y Pelayos, Maravillas y Clarín*-, la risa se abrió paso en cómic de anteguerra que se reeditaron -*TBO, Pulgarcito, Jaimito, Dumbo, Pummy*, etc-, incluyendo pasatiempos y espacios para la participación de unos lectores que no sólo serán niños, sino jóvenes y aún ocasionalmente adultos. Y es en las historietas de estos tebeos -en personajes como el hambriento Carpanta, la familia Ulises, etc.- donde aparecieron el estraperlo, el hambre, el pluriempleo, los timos, los elevados precios de las viviendas y los cortes de energía que se censuraban en la prensa adulta.

En esas historietas ilustradas, donde el humor enmascara las vitriólicas descripciones de una realidad mísera, se reflejaron los deseos de movilidad social de unos ciudadanos que aspiraban a enriquecerse a través de las quinielas, las loterías, las herencias y los matrimonios de conveniencia. Por eso, Manuel Vázquez Montalbán, con buen criterio, les consideraba “la crónica más veraz de la vida española”²².

²² Acerca del tratamiento de la obra cervantina en los cómics véase el artículo de Almarcha.

En este recorrido por las “imágenes pobres” del *Quijote* a través de la posguerra, aún compartiendo la naturaleza popular de las piezas cervantinas, no voy a aplicar la clasificación basada en el género de los materiales empleada en el libro *La imagen del Quijote en el mundo*²³. Más bien seguiré un orden cronológico en la aparición de algunos ejemplares que, componentes de mi colección sobre iconografía cervantina, me sirvieron para reflexionar sobre ellos en libros y exposiciones. De manera que los carteles de cine, los cromos, los tebeos, la filatelia, la numismática, la publicidad y los otros soportes efímeros irán entremezclándose en este recorrido por la iconología popular del *Quijote* desde el fin de la Guerra Civil hasta las últimas décadas de la Dictadura.

Las primeras muestras surgieron al calor de la celebración en 1947 del IV centenario del nacimiento de Cervantes. El recurso a los ingenios y a las hazañas épicas del Siglo de Oro sirvió para argumentar la interpretación gloriosa del pasado imperial. En esta tesitura se situó la *Poesía heroica del Imperio* (1940-1943) de Luis Rosales y Luis Felipe Vivanco, así como el libro *Los poetas de Lepanto*, que fue premiado por la Real Academia Española en 1944 y publicado por el Instituto Histórico de Marina en 1950, en cuyo Preludio escrito por José López de Toro se afirmaba que: “Las cumbres del Parnaso han florecido con inusitados verdesores”.

Por su parte, padre Félix Olmedo en su obra *El Amadís y el Quijote* (1947), retomó la visión romántica del autor y del personaje, los dos cargados de valores heroicos, por lo que los incorporó a la propaganda del nacionalcatolicismo. En la misma senda se situaron críticos y autores como Manuel de Montoliu, Camón Aznar, Paul M. Descouzis y Gregorio Palacín. Esta apropiación del Quijote durante la efeméride cervantina marcó el cervantismo desde la década de los cincuenta hasta el fin del Régimen²⁴.

A fin de celebrar dicha efemérides, Correos emitió una serie de tres sellos en octubre de ese mismo año, en los que se puede observar al caballero andante tocado con la bacía, retrato de Ignacio Zuloaga, al hidalgo en su biblioteca por Daniel Urrabieta Vierge y el episodio de Clavileño por mano de Gustave Doré.

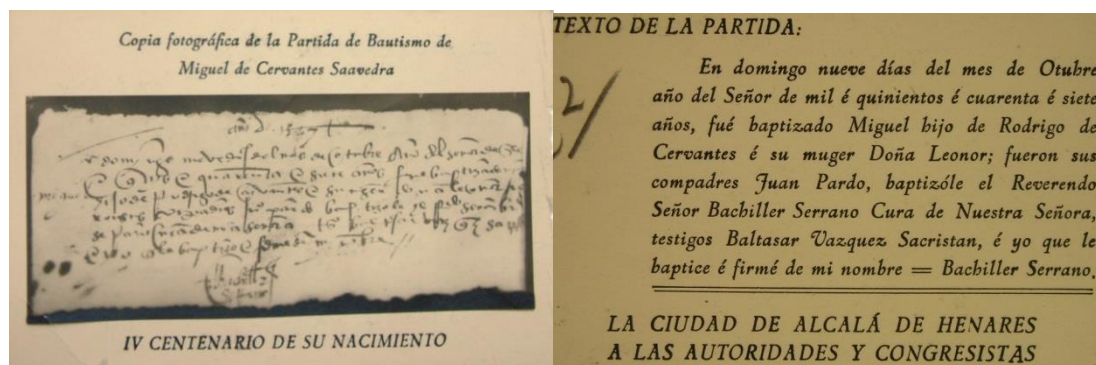


Serie de sellos de 1947 (Colección PGM)

²³ Sánchez Moltó adoptó una clasificación basada en el género de los materiales, dividiendo su capítulo en filatelia, billetes y monedas, medallas, tarjetas postales, exlibris, etc.

²⁴ Vernat Vistarini. El autor reflexiona sobre la vigencia de esta imagen romántica de la novela cervantina: “Todavía hoy la lectura romántica del *Quijote* sigue perfectamente bien asentada, y es la que predomina de manera casi exclusiva en el nivel de la recepción popular de la obra, generando aún discusiones apasionadas: no de otra manera se explican hechos como la prohibición de publicarlo, y hasta de leerlo, dictada por el general Augusto Pinochet en Chile. Una medida así prueba la percepción por parte de muy diversos grupos de lectores de un potente motor, una particular virtud del *movere* oculta en el interior del libro, cuyos efectos sobre las personas mortales son similares al de los libros de caballerías sobre don Quijote. Y estamos hablando de una novela de principios del siglo XVII”.

Del mismo modo, el Ayuntamiento de Alcalá de Henares organizó en 1947 un amplio programa de actividades conmemorativas con motivo del cuarto centenario del nacimiento de Cervantes. A tal efecto se imprimieron postales, invitaciones y programas que incluían el texto original y transcrito de la partida de bautismo del escritor. Ello se debió a que el acto estelar consistió en la visita del general Franco en vísperas del 9 de octubre. El Caudillo presidió la reapertura de la Capilla del Oidor, y, acompañado de la corporación municipal y un séquito de autoridades, dio su beneplácito a la réplica de la pila bautismal de Cervantes, restaurada a partir de fragmentos de la original.



Postales con el texto de la partida de bautismo de Cervantes (1947) (Colección PGM)

Un lustro más tarde, en este ambiente proclive a honrar a los prohombres de la cultura de la España eterna, al Ayuntamiento de Alcalá de Henares volvió a la carga de la exaltación cervantina. Puesto que, haciéndose eco de la tradición que desde el hallazgo de la partida de bautismo del escritor situaba su casa natal cerca del “Hospitalillo”, adquirió en 1953 la finca donde había vivido la familia de Cervantes y se la cedió al Ministerio de Educación Nacional para su restauración.

En su localización fue decisiva la aportación por el biógrafo cervantino Luis Astrana Marín de una probanza de nobleza, fechada en 1610, donde varios testigos afirmaban que el abuelo del novelista, Juan Cervantes, y su familia “vivían en la calle de la Imagen, en el antiguo barrio judío, a espaldas del Hospital de Nuestra señora de Antezana”, donde el padre de Miguel ejerció como cirujano sangrador. (Astrana Marín, I, 261-265)

La Dirección General de Bellas Artes encargó la restauración de la casa al arquitecto José Manuel González Valcárcel, quien estimó que, al haber sido habitada como vivienda y sufrir sucesivas reformas, lo mejor era demolerla y reconstruir la original con su zaguán, patio, pozo, cámaras y aposentos. Para colmo, no se le ocurrió otra cosa que trasladar la entrada a la Calle Mayor, plantando un jardín delante de la fachada, por lo que desentonaba con el resto de edificios del entorno. De modo que la intervención fue muy polémica, por lo que desentona acusadamente con el caserío y los soportales que la rodean (VV.AA. 2013, 31-33).



El Hospital de Antezana y el Museo Casa Natal de Cervantes (Fotos: PGM)

En los años 50 y hasta nuestros días, las figuras de Don Quijote y Sancho Panza, a medida que se convertían en un icono universal, fueron un recurrente publicitario. En el mundo occidental se vivió una auténtica edad de oro de la publicidad, a causa del crecimiento económico tras la Segunda Guerra Mundial, la avidez del consumismo, la evolución de las técnicas de marketing y la irrupción de la televisión en los hogares de las clases medias. En consecuencia, el negocio de la publicidad pasó de ser una industria de la información a una industria de la persuasión, donde los creativos ganaron protagonismo en detrimento de los jefes de cuentas en las agencias. La profesión había cambiado para siempre.

Muy diferente era el panorama en la España de la autarquía, donde el poder adquisitivo era muy bajo y la calidad de los productos mala -la achicoria servía de sucedáneo al café, el pan negro al blanco, el puré de legumbres estaba hecho de maíz, etc.-, por lo que la escasa propaganda trató de falsear la realidad de la escasez por la imagen de la abundancia. Algunos anunciantes aprovecharon la cercanía de la guerra para mezclar las consignas del Régimen con sus artículos, como, por ejemplo, el cartel que decía “Falange, brazo en alto; Casa Sanz, precios bajos”, o la sombrerería que afirmaba “Los rojos no usan sombreros” (Eguizábal Maza 374 y 473).

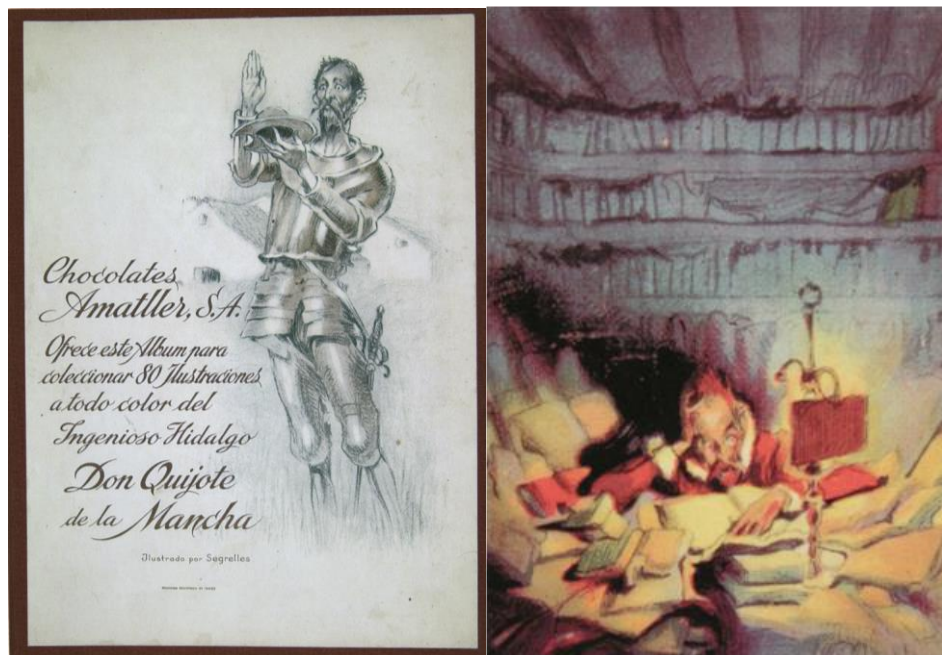
La radio fue el principal medio de propaganda. La escuchaban las amas de casa mientras hacían las labores domésticas y toda la familia reunida en la comida oía el “parte informativo” de Radio Nacional. Le seguían los escaparates de las tiendas, donde estaba prohibido utilizar la figura de Franco con fines comerciales, y algunas páginas reservadas en la prensa diaria y en las escasas revistas. Aunque había algunos anunciantes de ámbito nacional (medicinas, alimentos, juguetes...), la mayoría eran empresas locales y firmas familiares. Los personajes cervantinos, aunque serán utilizados por unos y por otros, tienen una particular implantación en La Mancha (restaurantes, hoteles, bares, vinos, productos gastronómicos, azafrán, dulces, etc.), formando parte del paisaje publicitario hasta nuestros días.



Consejos digestivos de Don Quijote a Sancho Panza para anunciar *Sal de fruta ENO* (años 50) *Don Quijote de la Plancha* (s.a.)

Así también, otro vector publicitario dirigido al público infantil, a través de sus madres que eran las que les compraban los productos, fueron los cromos. Llegados a principios del siglo XX junto a artículos alimenticios procedentes de Francia, las marcas nacionales asumieron esta técnica promocional, y, aunque esas estampitas estaban pensadas para los niños, en la posguerra se generalizó el coleccionismo entre los adultos. De manera que el intercambio y el juego con cromos no sólo se dieron en el patio del colegio sino en lugares recreativos de la ciudad como el Rastro madrileño. (Matesanz, Javier)

Los temas de las colecciones variaron de acuerdo a los intereses comerciales y las modas, pero los más populares fueron los de la liga de fútbol, las películas y los culturales, en cuyo apartado estuvo presente *El Quijote*, al punto de que los cromos han sido los mayores divulgadores de la iconografía popular cervantina. En este sentido, hallamos un álbum sobresaliente por su factura artística y literaria, el de los chocolates Amatller ilustrado por Segrelles en 1954, donde cada cromo representaba una escena cervantina en el recto que se correspondía con el correspondiente fragmento de la novela en el reverso.



Álbum del *Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*, ilustrado por Segrelles, editado por Chocolates Amatller, S.A. 1954. Capítulo I, Ilustración 2 (Colección PGM)

El auge en España de la cultura escrita impresa permitió la masificación y consumo de imágenes sueltas o insertas, cuya lectura es muy distinta al lenguaje discursivo a base de signos alfabéticos, el cual transmite a la vez unas informaciones lingüísticas lineales y descifrables en el tiempo y unas informaciones puramente visuales perceptibles en un espacio preciso de dos dimensiones para quien las mira. Los álbumes de cromos fueron los herederos de ese lenguaje escrito y visual.²⁵

Ahora bien, el cine, a pesar del control político y moral de la censura, se convirtió en el primer medio de entretenimiento de los españoles. La industria cinematográfica se repuso rápidamente después de la guerra. Los cineastas y operadores que habían participado en el cine de propaganda, incluido algunos procedentes del bando republicano, se adaptaron al cine comercial. Las miles de salas de cine que se repartían por todo el país, desde las capitales a los pueblos más pequeños, se llenaban todos los días, porque, como escribe Raún Eguizábal:

Una solución menos drástica para evadirse de los problemas cotidianos era encerrarse en una sala, con frecuencia dotada de calefacción arrellanarse en una butaca bastante más confortable que la que había en casa, cenar una bolsa de cacahuets y esperar a que la luz se apagase y la pantalla se animase con las historias que nos mandaba Hollywood. El cine era el principal entretenimiento para muchos miles de españoles y con él, el español de a pie, no sólo tenía la posibilidad de vivir incontables aventuras en el Oeste americano, en el Chicago de los años treinta o en un barco pirata. También podía soñar con las casas, las ropas, los electrodomésticos, los coches, los viajes, los restaurantes que salían en las películas americanas y que le parecían tan inalcanzables como las estrellas,

²⁵ Véase Botrel: “Las huellas de su práctica pueden rastrearse en los llamados city texts, en la prensa y la literatura ilustradas y en la relación pública o privada establecida a través de un sinnúmero de «no-libros», como, por ejemplo, la práctica predominantemente femenina o infantil de la colección de cromos y de álbumes”.

las del cielo y las de la pantalla. El cine daba entretenimiento, olvido, evasión. (Eguizábal 477)

El Quijote había sido un clásico dentro de la historia del cine. Desde los tiempos del cine mudo se habían hecho películas sobre él en Italia, Inglaterra y Francia, como la famosa versión musical que dirigió el alemán Georg-Wilhelm Pabst y protagonizó el prestigioso cantante de ópera ruso Fiódor Chaliapin. Por cierto que el hijo de éste será el que encarna a Jorge de Burgos en la adaptación cinematográfica de *El nombre de la rosa*. Sin embargo, en España, excepción hecha de un corto documental sobre Alcalá de Henares con motivo del Tercer Centenario del *Quijote* (1905) y del pequeño filme de Narcís Cuyás *El ingenioso hidalgo* (1908), no se había rodado ningún largometraje sobre la obra cervantina.

En la década de los 40 y los 50 el cine histórico, auspiciado por el Régimen, se puso de moda. La compañía más importante, CIFESA, contando con la aquiescencia del Régimen, reconstruyó la infraestructura de producción y el circuito comercial cinematográfico, llegando a acuerdos con compañías independientes como Suevia Films. Ambas produjeron películas de época en las que se transmitía la ideología franquista a través del principal medio de entretenimiento de masas, tal como explica Vicente J. Benet en su historia cultural sobre el cine español:

Estilo e ideología se fundieron de una manera decisiva en las películas históricas, en las que se diseñó una lectura del pasado entendido como explicación del presente. Al fin y al cabo, aparte de la victoria por las armas, el Régimen pretendió extraer su legitimidad una continuidad de una manera decisiva en las películas históricas, en las que se diseñó una lectura del pasado entendido como explicación del presente. Al fin y al cabo, aparte de la victoria por las armas, el Régimen pretendió extraer su legitimidad reclamando una continuidad con ciertos episodios de la historia de España. De este modo, el discurso oficial buscaba precedentes en una visión franquista de la historia que se remontaba a los orígenes de la Reconquista y la definitiva unidad de los grandes reinos de la Península (menos Portugal) con los Reyes Católicos. La propia idea de cruzada, extendida durante la Guerra Civil y sancionada por la Iglesia católica reconocía explícitamente esa continuidad con un imaginario proyecto de unidad nacional bajo el amparo del catolicismo. (Benet 218)

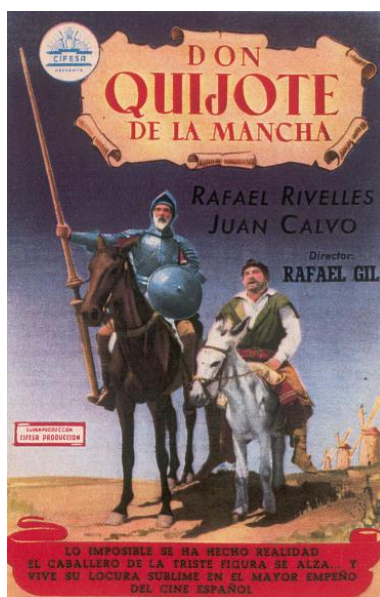
Esta manipulación de la historia para justificar el presente se dio en todos los totalitarismos y aún en las democracias occidentales. En la Italia fascista, muchas películas del género de *péplum* o ambientadas en el Renacimiento estuvieron protagonizadas por un héroe musculoso *alter ego* de Benito Mussolini, como *Escipión, el africano* (1937) y *Condottieri* (1937). En la Alemania nazi, el filme *El gran rey* (1942) sobre Federico II de Prusia fue admirado por Adolfo Hitler, sobre todo al sentar el “principio de liderazgo” de su propio régimen. En las URSS soviética, películas como *Iván el Terrible* y *Alexandr Nevski* fueron supervisadas por el propio Stalin, a fin de legitimar su gobierno despótico y alentar el patriotismo contra los alemanes tras la Operación Barbarroja, respectivamente. No obstante, ni los estudios de Hollywood ni las filmografías británica y francesa, ni la japonesa, se quedaron atrás al rodar cintas de propaganda política contra sus enemigos.

En este contexto, se realizaron sendas películas con el mismo título, la *Dulcinea* dirigida Luis Arroyo en 1946 y la de Vicente Escrivá en 1962, inspiradas en la obra de teatro homónima de Gaston Baty. La primera fue un fracaso de público, a pesar de la

nombradía de sus actores, presentando a una Aldonza Lorenzo que delira por el amor de Don Quijote hasta ser reconocida por el pueblo como “princesa del Toboso”. La segunda tiene mayor carga psicológica y su estilo es más grave. No obstante, mejor taquilla hizo el *Don Quijote de la Mancha* de Rafael Gil (1947), lo que le animó a adaptar a otros clásicos como Lope de Vega, Galdós y Jardiel Poncela. (García Martín 75-92)



Dulcinea (España, 1946). Dr. Luis Arroyo. *Dulcinea* (España, 1962). Dr. Vicente Escrivá



Don Quijote de la Mancha (España, 1947). Dir. Rafael Gil

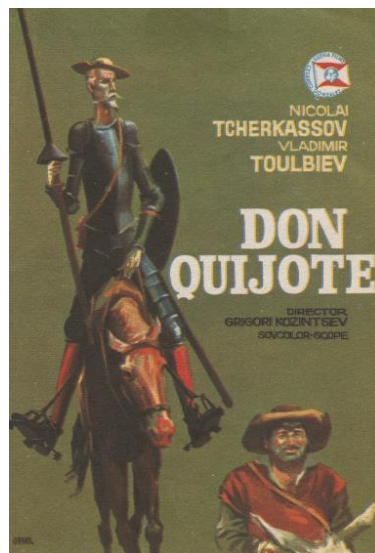
Por entonces, se había desatado un debate intelectual en torno a la idea de España, en el que tomaron parte las dos corrientes del Régimen: la falangista, a cuya cabeza se situó Pedro Laín Entralgo con su obra *España como problema*, y la nacionalcatólica, defendida por Rafael Calvo Serer mediante su *España sin problema*. También, en el seno de la historiografía se luchaba en las trincheras: bien en el interior, donde Ramón Menéndez Pidal daba un sesgo liberal a su *Historia de España* (1947); bien en el exilio, donde Américo Castro con *España en su historia: cristianos, moros y judíos* (1948) y Claudio Sánchez Albornoz con *España, un enigma histórico*

polemizaron sobre los orígenes de la identidad española coincidiendo con el auge del cine histórico (Benet 221-222).

Más controvertido que los filmes españoles fue el *Don Quijote* de Grigori Kozintsev, rodado en la URSS en 1957, pues, a pesar de sus excelentes interpretaciones y su esmerada fotografía, el protagonista aparece como símbolo de la justicia y víctima de la sociedad. El director, que era discípulo de Eisenstein, contó con la colaboración del escultor español Alberto Sánchez, exiliado de la Guerra Civil, que dotó al filme de una ambientación magnífica.

También el Ballet Soviético iba representando en sus giras el *Don Quijote*, cuya coreografía y libreto corrieron a cargo de Marius Petipa y la música de Ludwig Minkus, obra que estrenada en 1869 en la Rusia zarista, ahora se había adaptado a la estética comunista por las compañías del Bolshoi y del Kirov. Sin embargo, a pesar de las directrices estalinistas de nacionalizar la temática de la danza, nunca abandonó su aureola romántica.

Ahora bien, pienso que muchos artistas contemporáneos cayeron en la trampa del presentismo a la hora de interpretar a los clásicos del Siglo de Oro. Sucedió con la pieza de danza *Laurenzia*, basada en *Fuenteovejuna*, que fue coreografiada por Vakhtang Chabukiani y estrenada por la compañía del Ballet Soviético en el Teatro Kirov de Leningrado en 1939. En ella, el pueblo español se alza en armas contra la tiranía de un comendador déspota, al que, en nombre de la justicia revolucionaria, acaban linchando las masas. Se repitió con la versión flamenca de *Fenteovejuna*, dirigida en 1994 por el bailarín Antonio Gades, quien, a través de lo que él llamaba la “danza de masas y la música del pueblo”, pretendía hacer una llamada a la solidaridad de los perdedores frente al poder. Y también en el *Don Quijote* de Kózintsev se reflexiona sobre el sentido contemporáneo de la novela universal de Cervantes a la luz del materialismo dialéctico.



Don Quijote (URSS, 1957). Dir. Grigori Kozintsev

El *Quijote* de Orson Welles fue otro cantar y una historia interminable. El director norteamericano inició el proyecto en 1955, filmado en España algunas pruebas con el actor ruso Mischa Auer, pero su alejamiento de Hollywood le obligó a buscar productores independientes y a poner dinero de su bolsillo. Al igual que sucedió con la novela *Don Quijote en Yankilandia* de Kenneth Graham, en las grabaciones de Welles se trasladó a Don Quijote y a Sancho a la España del siglo XX, por lo que se viven

situaciones disparatadas: el caballero arremete contra una procesión de Semana Santa; el hidalgo asiste a una proyección de su propia película en una sala de cine; el enamorado intenta liberar a su Dulcinea de un monstruo infernal, una motocicleta Vespa...



Fotogramas del *Quijote* de Orson Wells

El tiempo pasaba y el director trató de explicar a la altura de 1967 porqué no podía terminar la película:

Tengo la certeza de que Cervantes se puso a escribir una historia corta y sus personajes tomaron vida y tiraron del escritor; tenían una vitalidad que sorprendió al autor y continúa sorprendiéndonos todavía a nosotros... Eso es lo que me pasó con la película: Don Quijote y Sancho tienen una vida que yo como cineasta tampoco puedo detener. No son marionetas; son libres, curiosamente independientes. Lo que me preocupa para poner fin a la película es que quizás el mundo moderno les destruiría. Y sin embargo no logro ver a Don Quijote destruido. Ése es mi problema.

Al final, fallecido el cineasta, ese cuantioso material se restauró, el filme definitivo fue montado por Jesús Franco y estrenado en el transcurso de la Exposición Universal celebrada en Sevilla en 1992. Las críticas arreciaron y, como le ocurrirá a Terry Guillian con *Lost in La Mancha* (2003), la ficción cervantina de Welles nunca vio la luz tal como él lo soñó.

En la década de 1960, el desarrollismo económico mejoró el nivel de vida de la mayoría de los españoles, surgiendo una clase media de cierto potencial consumista. Entonces, la publicidad también se alojó en el cine, que seguía siendo para los españoles el principal espectáculo de entretenimiento, al tiempo que servía para la evasión de las penurias cotidianas. En un principio se trató de placas de vidrio, diapositivas y telones pintados. Pero desde que las pequeñas productoras Movierecord S. A. y los Estudios Moro se repartieron el mercado, empezaron a rodarse pequeños filmes publicitarios, los cuales se proyectaban en un circuito de salas organizado por toda España.

La excelente acogida de la televisión por los hogares, cuyo primer programa se emitió en 1956, tomó el relevo de la propaganda política y de la publicidad comercial. El Régimen explotó las posibilidades del medio, por lo que en Televisión Española se emitía el *No-Do*, el Telediario equivalía al *parte* radiofónico y los documentales exaltaban los valores patrios. Las agencias lanzaron campañas exitosas, donde a los anuncios de alimentos y remedios curativos, se sumaron los que mejoraban la calidad de vida, como la luz eléctrica, el agua corriente, la calefacción y los cuidados higiénicos del cuerpo.

Ello era resultado del desarrollismo de los años 60, de la parodia de “democracia orgánica” que permitió a Franco firmar los acuerdos con Estados Unidos, y, sobre todo, de la llegada masiva del turismo y sus hábitos de consumo y comportamiento mucho más liberales que los autóctonos. El eslogan “España es diferente” se reflejó en los carteles propagandísticos, donde se sucedieron los tópicos tradicionales en paisajes, monumentos y folclore, y donde no faltó nuestro Don Quijote. Sin embargo, ante las enormes posibilidades de negocio que ofrecía el país salido de su aislamiento, aterrizaron en un mercado casi virgen las multinacionales de la publicidad, las cuales acabaron por imponer sus técnicas y gustos (Eguizábal Maza 483-491).



Cartel turístico publicitando La Mancha

Las “imágenes pobres” del *Quijote* siguieron estampándose en la literatura infantil, donde el Cervantes y Don Quijote comparten una vidas heroicas, un como manco de Lepanto y el otro como caballero andante, dignas de ser consideradas por los educadores y los padres como un modelo de aprendizaje.



Vida de Cervantes. Editorial Bruquera, 1968. E. Martínez Fariñas

También los sellos, las monedas, las medallas y las loterías y apuestas del Estado reverdecieron de vez en cuando al *Quijote*, en tanto icono español reconocido por el mundo entero.



Billetes de Lotería Nacional del año 1965 (Colección PGM)

En esa España que recibe el aire fresco del extranjero a través del turismo a través de la radio, los discos, la televisión, el cine y la publicidad se planteó un problema identitario. Así, por ejemplo, en la comedia de Sáenz de Heredia *Pero... ¿en qué país vivimos?* se contraponen los valores culturales de sus protagonistas, encarnados por la cantante yeyé Bárbara (Concha Velasco) y el tonadillero de copla española Antonio Torres (Manolo Escobar). En un momento del duelo cultural, es harto significativo que aparezcan los retratos de Cervantes y Shakespeare sobre un fondo de carteles turísticos de España y Gran Bretaña. El resultado del duelo entre tradición y modernidad, resuelto mediante el triunfo del amor en la pareja de intérpretes, consistió en que la chica moderna acabó por casarse con el caballero español. Y aquí paz y después gloria, como dice el refrán (Annabel Martín 190).

En el tránsito de la década de 1960 a los 70 las películas de tema cervantino se diversificaron y abandonaron el género histórico del primer franquismo. De manera que, mientras el *Cervantes* de Vincent Sherman (1967) aún conservaba el sabor épico del héroe aventurero, como rezaba el texto promocional del programa de mano, *El Quijote* se puso al servicio de las estrellas de cine más populares del momento, ya fuera utilizando su geografía y título en *Rocío de La Mancha* por Rocío Durcal, ya rodando un par de cintas cómicas protagonizadas por Cantinflas, ya en dibujos animados de factura española y hasta en el género porno realizado en el extranjero.



Cartel de la película *Cervantes* (España, Francia, Italia, 1967). Dir. Vincent Sherman (Colección PGM)



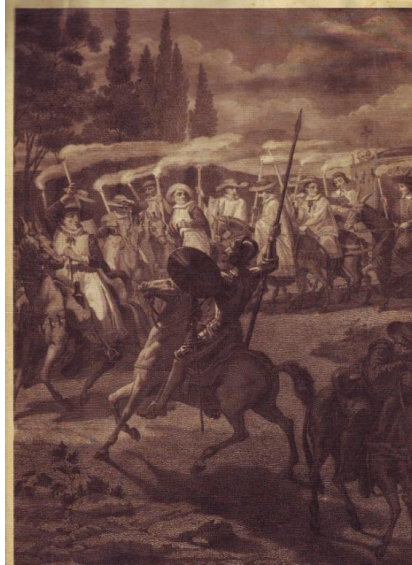
Rocío de La Mancha *Don Quijote cabalga de nuevo* de Roberto Gavaldón (1972)
(Colección PGM)

En cambio, en la cartelera extranjera *Don Quijote* se había convertido en un icono universal, por lo que sus adaptaciones provenían de los países más diversos. Ese referenc cultural de la obra cervantina lo evidencia la versión cinematográfica de *Fahrenheit 451*-la novela de ciencia ficción de Ray Bradbury-, realizada por François Truffaut en 1966, en uno de cuyos primeros fotogramas el bombero pirómano enarbola un ejemplar del *Quijote*, convertido en símbolo de la resistencia cultural ante la barbarie de un mundo sin libros.



Cartel y fotograma de *Fahrenheit 451* de François Truffaut

La publicidad, después de que España hubiese entrado en la sociedad de consumo, alternó las facetas cómica y seria de *Don Quijote*. Los anuncios en radio, prensa y televisión convivieron con los cromos coleccionables, las postales, los tebeos y hasta se utilizó su variada iconografía como regalo de empresa.



12 Interpretaciones sobre *El Quijote*. Lámina dibujada por B. Montañés y comentada por J. Perucho. Instituto Gráfico Ingro. Barcelona, 1968. Edición para regalo de los Laboratorios Roger S. A. de Barcelona (Colección PGM)

Los estertores del Régimen no fueron fáciles. Los españoles habían mejorado mucho su calidad de vida. Muchas familias poseían un coche utilitario -el nostálgico Seat Seiscientos-, una vivienda de protección oficial, un televisor en color y, quien más quien menos, podía veranear en el pueblo de sus padres o en la playa como los turistas extranjeros. Hasta la censura se había relajado en libros y espectáculos, siempre que no atentasen a los principios políticos de la Dictadura, lo que la fue haciendo permisiva al “destape” en el cine y el teatro y a la llegada de grupos rockeros en sus giras mundiales cuyas actuaciones antes eran impensables.

No obstante, además de la crisis económica del 73, los universitarios y el movimiento obrero, como una estela del mayo del 68 francés y de las protestas contra la guerra de Vietnam en Estados Unidos, mostraron su descontento ante la falta de libertades. La aparición de nuevos periódicos, como *Diario 16* y *El País* -en cuyas viñetas de Forges saldrán cada poco Don Quijote y Sancho-, así como de revistas de divulgación histórica -*Tiempo de Historia* e *Historia 16*-, contribuyeron a crear un foro de debate político y de revisión historiográfica sobre la base de las ciencias sociales. Las salas de cine desaparecieron del medio rural y la radio se rindió ante la omnipresencia de la televisión. La sociedad española entreveía en el horizonte la llegada de la democracia.

Las imágenes serias y pobres del *Quijote*, susceptibles de ser adaptadas a los más heterogéneos gustos nacionales y soportes artísticos, se convirtieron en iconos universales. Cualquier persona corriente, sin necesidad de haber leído el libro, sabía que un caballero atacando lanza en ristre a unos molinos ante el asombro de su escudero era Don Quijote. La obra cervantina estaba, pues, preparada para participar de la globalización venidera.



Las más bellas tarjetas postales de Don Quijote de la Mancha, E. Antalbe S. A. (1988) (Colección PGM)

3. Conclusiones: El icono de Don Quijote en la era de la globalización.

Las “imágenes pobres” del *Quijote*, como los “tebeos de caballerías” de mi infancia, son la muestra de una *iconosfera* cervantina que ha pasado desapercibida para la cultura oficial. El rescate de unas ilustraciones que, exiliadas en álbumes y mercadillos, han sido desdeñadas por su catadura social.

Se tiende a pesar que hasta el invento de la televisión las personas eran analfabetas visuales. Nada más lejos de la realidad histórica. El chamán de la tribu que moraba en la cueva paleolítica mostraba a sus congéneres las pinturas rupestres a la luz trémula de las antorchas. El esclavo egipcio se asombraba de la ornamentación jeroglífica en tumbas y pirámides tanto como el ladrón que las saqueaba. El campesino medieval admiraba las leyendas pétreas de las portadas románicas. El artesano burgués deletreaba la vida y milagros del santoral en los retablos góticos. El espectador moderno se deleitaba con la vista de un paisaje, un lienzo o una fotografía, mucho antes de que le saturase la sobredosis gráfica de los futuros medios de comunicación de masas, en el trecho que va del cine a la realidad virtual. Y a todos ellos les encandilaban esas representaciones porque las sabían leer. Esa es la clave de la iconografía pretelevisual. Que no basta con ver los iconos, ni siquiera con mirarlos, sino que hay que sentirlos para leerlos.

Se nos quiere hacer creer que los objetos son testigos mudos del pasado; naturaleza muertas en anaqueles; *vanitas* polvorientas de museos. Cuando, en realidad,

la cultura material y las imágenes, junto a los documentos más clásicos, conforman el bagaje de fuentes y vestigios que nos permite reconstruir la historia. La muñeca o la taba halladas en un yacimiento revelan cierta sensibilidad hacia la infancia. El ánfora reflotada del pecio griego resulta ser el tesoro máspreciado de la galera. El tocado que corona el busto marmóreo de una matrona data cada periodo romano. La espada o el alfanje remiten al simbolismo bélico de la Cruz y la Media Luna. El tipo de arado en los campos de labranza clasifica los distintos modelos agrarios. El mueble torneado por las manos del ebanista evoca el culto burgués de la vivienda. El traje y el vestido, enjaretados por la modista de la sastrería, evidencian las modas y las jerarquías sociales de cada momento. El cuenco de cerámica, acurrucado entre el vasar de la alacena, es el fedatario que rubrica el paso de la alimentación a la gastronomía. ¿Y es que acaso no son éstos los testimonios más elocuentes del mundo pretérito? Los objetos ya lo creo que hablan. Sólo hay que tener paciencia para oírlos; ingenio para interrogarlos; códigos para saberlos escuchar.

De este jaez son las “*imágenes pobres*” del *Quijote* que hemos estudiado en el periodo del franquismo. Los iconos quijotescos procedentes de objetos populares que hemos reunidos en ella. Los materiales cervantinos que he ido acopiando durante años de entresaca en mercadillos improvisados. Estas piedras preciosas del tesoro escondido en la Cueva de Montesinos hogareña, las joyas del *Quijote* desperdigadas por mi casa, son de variada naturaleza: libros raros y singulares, revistas y fascículos, sellos y sobres de correo, tebeos antiguos y cómics modernos, CDs de música y ballets, carátulas de vídeos y DVDs, soldaditos de plomo y figuras de terracota, bustos en resina y papel maché, bronce y tallas, álbumes de cromos y postales, billetes de banco y de lotería, molinos y gigantes, aleluyas y pliegos de cordel, camisetas y pegatinas, *souvenirs* y carteles, praxinoscopios y programas de cine, vitolas y barajas, ajedreces y tapetes, platos de cerámica y azulejos, dibujos y grabados, calendarios y cajas comerciales, campanillas y tarjetas, y, en fin, títeres y muñecos.



Naipes de Cafés Maracaibo



Vitolas sobre *El Quijote* de la casa de Tabacos Álvaro (1969) (Colección PGM)

Todo un caleidoscopio de piezas cervantinas que, formando parte indisoluble de la vida cotidiana de la gente corriente, forma parte de la belleza cultural como dice Umberto Eco en su *Historia de la belleza*: “Es bello aquello que, si fuera nuestro, nos haría felices, pero que sigue siendo bello aunque pertenezca a otra persona”.

Los productos de distracción consumidos por los españoles durante el periodo franquista fueron cambiando de soporte con el paso de las décadas. La radio, que se escuchaba permanentemente en el hogar, los bares y los centros de trabajo, y en la que las radionovelas declinaron ante la música y los noticiarios, empezaba a ser sustituida por la televisión. El fútbol y los toros, y a mayor distancia otros deportes y el teatro de comedias, las revistas musicales, el circo, etc., siguieron disfrutando de públicos masivos y de una gran capacidad de influencia. Las novelas populares de bajo precio y los cuadernos de historietas dejaron paso a los libros ilustrados para diferentes edades y a los CD-ROM y videojuegos.

Las “imágenes pobres” del *Quijote* siguieron comprándose en los estancos, mediante el goteo de sellos cervantinos cada cierto tiempo, en los despachos de loterías y quinielas, también con series espaciadas de billetes quijotescos, y, sobremanera, en los quioscos, cuyos tebeos y cromos se intercambiaban en las librerías de viejo y en los mercadillos del ramo los días festivos.



Billetes de lotería nacional para sorteos de 1974 (Colección PGM)

No obstante, el cine, cuyas salas de barrio tenían un precio asequible, fue el principal medio de socialización para familias, grupos de amigos y parejas, permitiendo conocer usos y costumbres de sociedades más avanzadas y democráticas que las que los espectadores vivían al retornar a la realidad cotidiana. Tal como sucedió en el plano político, donde el Régimen se aferraba al inmovilismo pasado, los cambios de mentalidad en la sociedad española fueron por delante del discurso oficial.



El hombre de la Mancha (1972) *Las eróticas aventuras de Don Quijote* (EEUU, 1976) Dr. Raphael Husbaum (Colección PGM)

Del mismo modo, los *souvenirs* que tomaban las figuras de Don Quijote y Sancho como tópicos españoles, siguieron vendiéndose, a veces con mínimos cambios formales, en los puntos de concentración turística más concurrida: junto al Museo del Prado, en los puestos del Rastro, en las tiendas de la Plaza Mayor y en los tenderetes de la Cuesta de Moyano en Madrid; en las Ramblas y en las tiendas de recuerdos en Barcelona; en la plaza de Zocodover, la Calle del Comercio y los alrededores de la catedral en Toledo; en cada pueblo de La Mancha; en las costas de vacaciones playeras y así sucesivamente hasta hoy día.



Ajedrez con personajes del Quijote y pegatina turística (Colección PGM)

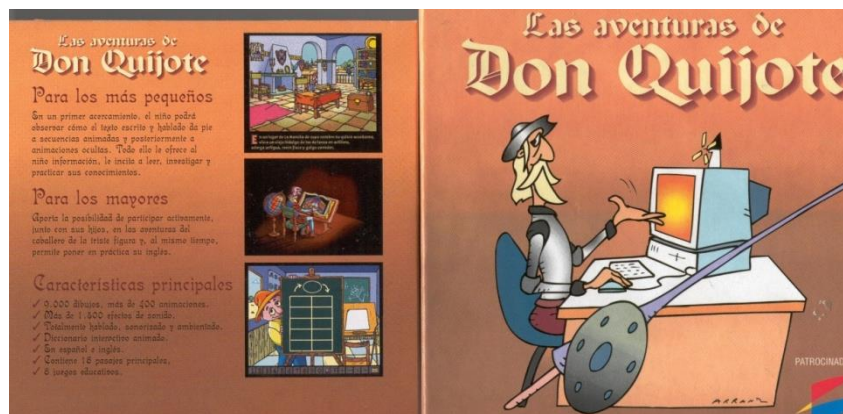
Como conclusiones, pienso que las “imágenes pobres” del *Quijote*, al margen de la carga ideológica del franquismo inicial -sobre todo, en los libros de texto de la escuela y el instituto-, contribuyeron al disfrute individual y a la socialización durante la posguerra. El Régimen se apropió del *Quijote* como parte del plan de reescribir la historia para justificar la ideología del Nuevo Estado. Pero también es cierto que, salvo excepciones entre los exiliados -León Felipe desde México, Alberto Sánchez desde la URSS, Sánchez Albornoz desde Argentina, etc., los republicanos hicieron dejación de la novela cervantina y la asociaron a la Dictadura. Sólo mucho después del restablecimiento de la democracia, ante la tesitura de reconstruir una nueva memoria histórica -ya hemos convenido en que cada régimen reelabora la suya-, los partidos democráticos volvieron la mirada hacia la obra más sobresaliente de nuestro Siglo de Oro.

La iconografía popular que ha dialogado con el texto en estas páginas debe ser valorada como fuente de cultura popular. Es una reivindicación que tienen en común intelectuales de primera fila y de distinta escuela e ideología y que yo comparto. Esa fue la actitud que mostró Julio Caro Baroja para con los pliegos de cordel, Walter Benjamin para con la historia de los vencidos y Peter Burke para con la historia desde abajo. Luego, sin menoscabo de las pinturas y grabados más excelsos sobre *El Quijote*, debemos recuperar esas estampas humildes para completar el fresco caleidoscópico, profuso e inacabado del imaginario cervantino.

La iconografía del Quijote, la elitista y la popular, hace tiempo que se hizo universal. Máxime en la era de la globalización, donde el pueblo virtual de nuestros días no tiene patria, aunque la reclamen los nacionalismos localistas de cortas miras. El capitalismo de última generación y los medios de comunicación que le justifican la han borrado y sólo queda una especie de “nostalgia del presente” (Appadurai 30).

Esos medios -más allá de sus mensajes- pueden valer para una cosa y su contraria. Pueden ser instrumentos de dominación del poder y servir para escapar al control del poder. Es un camino similar al recorrido por la escritura. En sus orígenes y a lo largo de siglos fue un oficio en manos de especialistas -escribas egipcios, griegos y romanos, cronistas áulicos, monjes copistas, escribanos reales, notarios del Estado, etc.- que trabajaban al servicio de una minoría social privilegiada. Pero desde la aparición de la imprenta y la creciente alfabetización, la difusión de la escritura contribuyó a la liberación cultural de sectores burgueses y populares, del mismo modo, como señala Luis Díaz G. Viana, que

la ‘computerización’ del mundo pareció ser un nuevo y poderosísimo sistema de dominio, pero los imperativos del mercado -que no el altruismo de las compañías o gobiernos- han propiciado que este medio quedara al alcance de cualquier usuario, generando nuevas redes de contacto en la Red que permanecían y permanecen fuera del alcance de sus propios impulsores y de los gobiernos que pretenden reglamentar el medio. Los que luchan contra la globalización utilizan los vehículos de la globalidad para organizarse y comunicar su respuesta. La cultura popular también. Y tal es la paradoja de la nueva era globalizadora. (29)



CD-RON sobre *El Quijote* patrocinado por Banesto (1995) (Colección PGM)

La efemérides del IV Centenario del *Quijote* desataron una actividad celebrativa febril, como no se había conocido en la España contemporánea con ninguna otra conmemoración histórica. Tal vez porque los políticos se volcaron en su intento de apropiación de la obra cervantina para nutrir sus respectivas memorias históricas. Sin embargo, pasados los fastos, tras el impresionismo fugaz de la historia, al día siguiente no se habían multiplicado significativamente los lectores del *Quijote* y la gente siguió conociendo sus personajes y escenas por la tradición oral y por la iconografía popular más tópicas. Entonces, me vinieron a la mente el eco de las palabras que Miguel de Cervantes puso en boca de una hospitalaria en *El coloquio de los perros*:

Pero esto ya pasó, y todas las cosas se pasan: las memorias se acaban, las vidas no vuelven, las lenguas se cansan, los sucesos nuevos hacen olvidar los pasados.

Ahora bien, desterremos el pesimismo, a favor de la universalidad de la obra cervantina. En este sentido, cerramos este ensayo tras una visita a la Sociedad Cervantina Madrileña, sita en el lugar donde se editó la primera parte del *Quijote*. Nos hemos allegado aquí para observar cómo se trabajaba en una imprenta del Siglo de Oro que ha sido recreada con todo lujo de detalle en los sótanos del edificio. Pero antes de salir al ruido del siglo, previo al tráfico de coches y peatones que atascan la calle Atocha, disfrutamos en la sala de exposiciones contemplando algunos de los mejores dibujos que Antonio Mingote hizo del clásico cervantino. Unas acuarelas que lucen, coloristas y divertidas, en las paredes como si fuesen ventanas abiertas a las aventuras por venir. Unas estampas respetables que seguirán engrosando el catálogo de iconos cervantinos en la era de la globalización. Unos ejemplares más que moran entre las numerosas e ilustres “imágenes pobres” del *Quijote*.

Obras citadas

- Alfaro Torres, Paloma y Sandra Sánchez García. *La lectura obligatoria del Quijote en las escuelas. Análisis de las ediciones escolares*. En Juan José Pastor Comín y Ángel Gregorio Cano Vela, coords. *Don Quijote en el aula: la aventura pedagógica*. Ciudad Real: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2006, 17-26
- Allen, John J. y Patricia S. Finch. *Don Quijote en el arte y pensamiento de Occidente*. Madrid: Anaya, 2004.
- Álvarez Junco, J. “Memoria e identidades nacionales”. En Justo Beramendi y María Jesús Baz eds. *Identidades y memoria imaginada*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2008. 181-200.
- Arrarás, Joaquín, Ciriaco Pérez Bustamante y Carlos Sáenz de Tejada. *Historia de la Cruzada Española*. Madrid: Ediciones Españolas, 1939-1944. 8 vols.
- Astrana Marín, Luis. *Vida ejemplar y heroica de Miguel de Cervantes*. Madrid, 1948-1958, I. 261-265.
- Bagno, Vsevolod. *El Quijote vivido por los rusos*. Madrid: C.S.I.C., 1995.
- Bandelli Rubio, A. M. *El Quijote en la Escuela*. 2004. <http://www.uned.es/manesvirtual/ExpoTema/MontajeQuijote/quijotes01.html>
- . “Don Quijote, un gran profesor”. En *Aula de El Mundo*, 7 de febrero 2005. <http://aula.elmundo.es/aula/noticia.php/2005/02/07/aula1107541111.html>
- Baroja, Pío. *Las veleidades de la fortuna*. Madrid: Caro Raggio Editor, 1975.
- Benet, J. Vicente. *El cine español. Una historia cultural*. Barcelona: Paidós, 2012.
- Bernis, Carmen. *El traje y los tipos sociales en el Quijote*. Madrid: Ediciones El Viso, 2001.
- Calvo, Ignacio. *Historia Domini Quijoti Manchegui*. (1905) Guadalajara: AACHE Ediciones, 1999.
- Caro Baroja, Julio. *Romances de ciego*. Madrid: Taurus, 1980.
- Cervantes, Miguel de. *Don Quijote de La Mancha*. Francisco Rico dir. Barcelona: Crítica, 1998.
- Cipolla, Carlo M. *La decadencia económica de los imperios*. Madrid: Alianza, 1972.
- Clinton, Alan. *Printed Ephemera. Collection, organisation and access*. Londres: Clive Bingley, 1981.
- Coetzee, J. M. *Mecanismos internos*. Barcelona: Mondadori, 2009.
- Comanducci, A. M. *Diccionario Visual de Pintores, Grabadores y Diseñadores Moderno y Contemporáneo italiano*. Milán: Louis Patuzzi Publisher, 1971. 2 vols.
- Detti, Ermanno. *Le carte povere. Storia dell'illustrazione minore*. Florencia: La Nuova Italia Editrice, 1989.
- Díaz G. Viana, Luis. *El regreso de los lobos. La respuesta de las culturas populares a la era de la globalización*. Madrid: C.S.I.C, 2003.
- Domínguez Ortiz, Antonio. “La España del *Quijote*”. En Miguel de Cervantes. *Don Quijote de La Mancha*. Barcelona: Crítica, 1998. I, LXXXVII-CIV.
- Eco, Umberto. *Historia de la belleza*. Barcelona: Lumen, 2004.
- Eguizábal Maza, Raúl. *Historia de la publicidad*. Madrid: Editorial Eresma&Celeste Ediciones, 1998.
- Farré Vidal, Judit. “La presencia festiva del *Quijote* en los virreinos americanos”. En García, Bernardo J. y María Luisa Lobato eds. *Dramaturgia festiva y cultura nobiliaria en el Siglo de Oro*. Madrid: Iberoamericana, 2007. 385-404.

- Fernández de Córdoba y Calleja, Enrique. *Saturnino Calleja y su Editorial. Los Cuentos de Calleja y mucho más*. Madrid: Ediciones de la Torre, 2006.
- Fernández Olalde, O. y F. González Moreno. *El Quijote de las luces*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2004.
- Foucault, Michel. *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI, 1986.
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1989.
- García Cárcel, Ricardo. *La herencia del pasado. Las memorias históricas de España*. Barcelona: Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores, 2011.
- García Martín, Pedro, *Imágenes Paradisi. Historia de la percepción del paisaje en la Europa moderna (ca.1450-ca.1850)*. Madrid: Obra Social de Caja Madrid, 2000.
- . "El *Quijote* en la cambiante visión de los artistas". En *La aventura de la Historia* 61 (nov. de 2003): 130.
- . *La peñola y el acero. La idea de Cruzada en la España del Siglo de Oro*. Prólogo de José M^a Díez Borque. Sevilla: S&C Editores, 2004.
- . *Álbum del Quijote. Iconos cervantinos en el cuarto centenario de su impresión*. Prólogo de Andrés Trapiello. Sevilla: S&C Editores, 2004.
- . coord. *El Quijote en la cultura popular. Las imágenes pobres y los cinco sentidos*. Catálogo de la exposición en la Casa de las Conchas de Salamanca, celebrada el 15 de abril al 2 de mayo de 2005. Valladolid: Junta de Castilla y León, 2005.
- . *Álbum del Quijote. Iconos cervantinos en los mercadillos de Madrid*. Catálogo, fichas y CDrom de la exposición celebrada en la Universidad Autónoma de Madrid del 19 al 28 de abril de 2005.
- . "Los dos espíritus de noble fin. Armas y letras en la época del *Quijote*". En el catálogo de la exposición *Vida, literatura e "imaginario" en la España del Quijote. Armas y letras*. Centro Cultural Palacio de la Audiencia de Soria, del 21 de octubre al 22 de noviembre de 2005, y Centro Cultural de la Diputación Provincial de Palencia, del 22 de diciembre de 2005 al 30 de enero de 2006. Burgos: Fundación Instituto Castellano y Leonés de la Lengua, 2005. 45-58.
- . "El contexto histórico. Las Españas en los tiempos del *Quijote*" y "Caminos y cañadas. La vida pastoril en tiempos del *Quijote*". En *La Mancha de Don Quijote. Realidad de una fantasía*. Catálogo de la exposición homónima, celebrada en Puertollano de marzo a mayo de 2005, publicado en Ciudad Real: Empresa Pública "Don Quijote de la Mancha 2005, cuadernos 2 y 5, respectivamente.
- . "Las hazañas de un cruzado rural". En el catálogo de la exposición *Don Quijote. Una nueva mirada*, celebrada en el Museo Casa Zavala de Cuenca de junio a agosto de 2005. Cuenca: Gráficas Martín y Mapa, S. L., Empresa Pública "Don Quijote de la Mancha 2005.
- . "Las Españas de Cervantes. El tiempo del *Quijote*". En *Historia National Geographic* 19 (julio 2005): 82-91.
- . Dirección del dossier "La España de don Quijote": En *La aventura de la Historia* 75 (enero 2005): 51-80.
- . *Cervantes. Lope de Vega*. Colección "Vidas cruzadas" nº 6. Libro y DVD. Entrevista en el documental realizado por Tranquilo Producciones TV. Madrid: Arlanza Ediciones S. A., 2007.
- . "Le malattie del corpo e le malattie dell'anima in Don Juan Huarte de San Juan, il medico che anticipò la melanconia di Don Chisciotte". En Giovanna Motta ed. "In bona salute de animo e de corpo". *Malati, medici e guaritori del*

- divenire dlla storia*. Milano: Franco Angeli, 2007. 108-118, Collana “Temi di Storia” nº 110.
- . “Pobre de aprecio, humilde de solemnidad. Cervantes”. En *La aventura de la Historia* 100 (febr.. 2007): 68-69.
- . “El Quijote. Emblema del Siglo de Oro”. En *La aventura de la Historia*, Especial X Aniversario, Dossier “Claves de España” 121 (nov. de 2008): 64-68.
- . *Historia visual de las Cruzadas modernas. De la Jerusalén liberada a la guerra global*. Prólogos de Carlos Martínez Shaw, José María Ridao, Soha Abboud-Haggar y Jacobo Israel Garzón. Colección “Papeles del tiempo” 18. Madrid: A. Machado Libros, 2010. 260-266.
- . “El arte nuevo de hacer España. Acerca de la Historia en el teatro de Lope de Vega”. En José Ignacio Ruíz Rodríguez e Igor Sosa Mayor eds. *Identidades confesionales y construcciones nacionales en Europa (siglos XV-XIX)*. Alcalá de Henares: Universidad, 2013.
- Garcidueñas, José Rojas. *Presencias de Don Quijote en las artes de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1968.
- Gassió, Xavier. *Los niños de Franco. Así fue como vivimos*. Madrid: Lunwerg, 2013.
- Graham, Kenneth. Madrid : Ediciones Ensayos, 1955. *Don Quijote en Yanquilandia. Traducción e ilustraciones de Ignacio Rived*.
- Gubern, Román. *Cultura audiovisual. Escritos 1981-2011*. Madrid: Cátedra, 2013.
- Henrich, Manuel. *Iconografía de las ediciones del Quijote*. Madrid: Edición facsimilar de la Asociación de Libreros de Viejo, 2005.
- Herranz, F. *El Quijote y el cine*, Madrid: Cátedra, 2005.
- Inamoto, Kenji. “Don Quijote convertido en samurái: adaptación cultural en los primeros intentos de traducción al japonés del *Quijote*”. En desviaciones lúdicas. Centro Virtual Cervantes. 305-309. cvc.cervantes.es/literatura/cervantistas/convivio/cv_I/cv_I_25.pdf.
- Layna Ranz, Francisco. *La eficacia del fracaso. Representaciones culturales en la Segunda Parte del Quijote*. Madrid: Ediciones Polifemo, 2005.
- Lezra, Jacques. “Filología y Falange.” En Georgina Dopico y Francisco Layna eds. *USA Cervantes. 39 cervantistas en Estados Unidos*. Madrid: Polifemo, 2009. 761-797.
- Lewis, John. *Printed Ephemera. The Changing Uses of Type and Letterforms in English and American Printing*. Woodbridge, Suffolk: Antique Collector’s Club, 1990 (1ª ed. 1962).
- López Bausela, José Ramón. “Las lecciones ocasionales. Una estrategia metodológica al servicio de la escuela primaria en el Nuevo Estado”. En *Cabás* 9. 39-52. [http:// revista.muesca.es](http://revista.muesca.es)
- López Estrada, Francisco. “Fiestas y literatura en los Siglos de Oro: la Edad Media como asunto festivo”. *Bulletin Hispanique* 84 (1982): 291-327.
- Lucía Megías, J. M., A. Pérez-Sánchez, H. Partzsh, C. Alvar, C. y V. Sánchez Moltó. *La imagen del Quijote en el mundo*. Madrid: Lunwerg, 2004.
- . *Leer El Quijote en imágenes. Hacia una teoría de los modelos iconográficos*. Madrid: Calambur Editorial, 2006.
- . y Sales Dasí, Emilio José. *Libros de caballerías castellanos. Siglos XVI-XVII*. Madrid: Ediciones del Laberinto, 2008.
- Llamazares, Julio. *Escenas de cine mudo*. Barcelona: Seix Barral, 1994.
- Mainer, José Carlos. *Falange y literatura*. Barcelona: RBA Libros, 2013.
- Malefaquis, Edward dir. *La guerra civil española*. Madrid: Taurus, 2006.
- Marchamalo, Jesús. *Retrato de Baroja con abrigo*. Ilustrado por Antonio Santos. Madrid: Nórdicalibros, 2013.

- Marín, Annabel. "Subdesarrollo de cinco estrellas: la guía identitaria del desarrollismo". En Rey Requillo y Antonia del Rey coords. *Cine, imaginario y turismo*. Valencia: Tirnat lo Blanch, 2007. 35-49.
- Marsé, Juan. *Si te dicen que caí*. Madrid: Cátedra, 2010.
- Matesanz, Javier. *La vida en cromos. Los álbumes de nuestra infancia*. Palma de Mallorca: Dolmen. 2013.
- Montes, Graciela. "Realidad y fantasía o cómo se construye el corral de la infancia". En *El corral de la infancia. Acerca de los grandes, los chicos y las palabras*. Buenos Aires: Libros del Quirquincho, 1990.
- Montilla, F. *Selección de libros escolares de lectura*. Madrid: CSIC, Instituto San José de Calasanz, 1954.
- Moreno Luzón, Javier y Xosé M. Núñez Seixas. *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*. Barcelona: RBA, 2013.
- Muchembled, Robert. *Una historia de la violencia*. Barcelona: Paidós, 2010.
- Núñez Seixas, Xosé M. "La 'Cruzada europea contra el bolchevismo': Mito y realidad". En *Cuadernos de Historia Contemporánea* 34 (2012): 31-63.
- Ortiz García, Carmen. "Papeles para el pueblo. Hojas sueltas y otros impresos de consumo masivo en la España de finales del siglo XIX". En Luis Díaz G. Viana ed. *Palabras para el pueblo. Aproximación general a la Literatura de Cordel*. Madrid: CSIC, 2000. I. 145-190.
- Partzsch, Henriette. "El Quijote en el mundo". En *La imagen del Quijote en el mundo*. Barcelona: Lunwerg Editores 2004. 103-127.
- Pascual, Pedro. "El 98 de Don Quijote". Actas VIII. Actas Cervantistas. 143-158. http://cvc.cervantes.es/literatura/cervantistas/coloquios/cl_VIII/cl_VIII_13.
- Payán, M. J., ed. *El Quijote en el cine*, Madrid: Jaguar, 2005.
- Payne, Stanley G. *España. Una historia única*. Madrid: Temas de Hoy, 2008.
- Ramírez, Juan Antonio. *Medios de masas e Historia del Arte*. Madrid: Cátedra, 1967.
- Ramos Pérez, Rosario. *Ephemera. La vida sobre papel. Colección de la Biblioteca Nacional*. Madrid: Biblioteca Nacional: 2003.
- Reig Tapia, Alberto. *Franco. El César superlativo*. Madrid: Tecnos, 2005.
- . *La Cruzada de 1936. Mito y memoria*. Madrid: Alianza, 2006.
- Rey Soto, Antonio. *El diálogo de los paladines*. Madrid: Compañía General de Artes Gráficas, 1931.
- Rickards, Maurice. *The Encyclopedia of Ephemera. A guide to the fragmentary documents of everyday life for the collector, curator and historian*. Londres: The British Library, 2000.
- Riquer y Morera, Martín: *Aproximación al Quijote*. Barcelona: Teide, 1967.
- Rodríguez Puértolas, Julio. *Historia de la literatura fascista española*. Madrid: Akal, 2008.
- Rojas, Carlos. *¡Muera la inteligencia! ¡Viva la muerte! Salamanca, 1936. Unamuno y Millán Astray frente a frente*. Barcelona: Planeta, 1995.
- Rosa, E. de la, L. M. Gonzáles, y P. Medina, eds. *Cervantes en imágenes: donde se cuenta cómo el cine y la televisión evocaron su vida y su obra*. Alcalá de Henares: Festival de Cine de Alcalá de Henares, 2005.
- Sopena, Ramón (Editor). *Las famosas aventuras de Don Quijote. Edición del Quijote para niños*. Barcelona: Ramón Sopena editor, 1936.
- Sotomayor Sáez, M^a Victoria. "Los prólogos en las ediciones del Quijote para niños y jóvenes". En *Revista OCNOS* 2 (2006): 39-61.
- Sotomayor Sáez, M^a Victoria: "El humor en la literatura infantil del franquismo". En *Anales de Literatura Española*, 19 (2007): 237-251.

- Southworth, Herbert R. *El mito de la Cruzada de Franco. Crítica bibliográfica*. París: Ruedo Ibérico, 1961.
- Terreros, Luis. “El monumento a Cervantes”. En la revista *La construcción moderna*. Madrid, Año XIV, 8, 30 de abril de 1916.
- Trapiello, Andrés. *Las vidas de Miguel de Cervantes. Una biografía distinta*. Barcelona: Península, 2001.
- . *Las armas y las letras. Literatura y Guerra Civil (1936-1939)*. Madrid: Destino, 2010.
- Thomas, Hugh. *La guerra civil española*. París: Éditions Ruedo Ibérico, 1961.
- Urbina, Eduardo. “Iconografía textual e historia visual del Quijote”. En Georgina Dopico Black y Francisco Layna Ranz. *USA. Cervantes. 39 cervantistas en Estados Unidos*. Madrid: Polifemo, 2009. 1105-1130.
- Varela Olea, M^a Ángeles. “Don Quijote como mitologema nacional en la generación de posguerra”. En *La dialéctica de Sofía*. 9/11/2013. <http://www.academiaeditorial.com/web/category/la-dialectica-de-sofia/>.
- Varios autores. *Don Quijote y el cine*. Madrid: Filmoteca Española, 2005.
- Varios autores. *Guía Museo Casa Natal de Cervantes*. Madrid: Comunidad de Madrid, 2003.
- Vilar, Pierre. “El tiempo del *Quijote*”. En Carlo M. Cipolla *La decadencia económica de los imperios*. Madrid: Alianza, 1999. 113-117.
- Vincenti, Eduardo. *El libro de las escuelas*. Madrid: Imprenta de los hijos de M. G. Hernández, 1905.
- www.cervantesvirtual.com/bib/bib_autor/Cervantes
- www.uam.es/eltiempodelquijote
- www.guanajuato.gob.mx/museo
- www.qbi2005.com
- www.uclm.es/ceclm/centenarioquijote
- www.dqi.tamu.edu

Filmografía de tema cervantino de Pedro García Martín

- Cervantes. Lope de Vega*. Colección “Vidas cruzadas” nº 6. Libro y DVD. Documental realizado por Tranquilo Producciones TV. Madrid: Arlanza Ediciones S. A., 2007.
- Ciudades con Genio* [documental]. Tranquilo Producciones, Buenos Aires, 2013, conducido por Fernando Savater
- [La Virgen de Lope de Vega - YouTube](#). Primera parte
- [La Virgen de Lope de Vega - YouTube](#). Segunda parte
- www.youtube.com/watch?v=1GTrUQdSCTA
- “La Virgen de Lope de Vega”