

PARODIA AL ESTILO EDITORIAL Y PERIODÍSTICO EN *WARRENIANA*: OTRA (RE)VISIÓN DEL ROMANTICISMO

María Rocío Ramos Ramos 

Universidad de Huelva
rocio.ramos@dfing.uhu.es

RESUMEN: *Warreniana* (1824) de W. F. Deacon presenta una colección de parodias literarias que varían entre aquellas centradas en poetas específicos y sus obras ("poet parody") y las que parodian estilos específicos de la prensa romántica ("journal parodies"). Estas últimas son el foco concreto de este estudio, habiendo sido las primeras, junto con la estructura y naturaleza de *Warreniana*, ya analizadas en un estudio anteriormente publicado. Deacon da más cobertura a la parodia de autores románticos que al estilo periodístico o editorial en *Warreniana*, pero también los imita. Incluye así cuatro partes dedicadas al Blackwood's Edinburgh Magazine, New Monthly Magazine, The Times y John Bull. Son estas parodias junto con la parodia al estilo editorial de Gifford las que se analizan completando así el estudio de la artillería paródica de Deacon para ofrecer otra estampa del Romanticismo paralela a la literatura más canónica del movimiento. Para entender mejor esta parodia en *Warreniana*, y su relevancia en el Romanticismo, se partirá de la relación entre parodia y prensa y del análisis de términos significativos como "puff", encuadrado en el contexto periodístico de las estrategias de marketing, muy presente también en *Warreniana*.

PALABRAS CLAVE: *Warreniana*, Blackwood's Edinburgh Magazine, New Monthly Magazine, The Times, John Bull, journal parody.

PARODYING EDITORIAL AND JOURNALISTIC STYLES IN *WARRENIANA*: ANOTHER (RE)VISION OF ROMANTICISM

ABSTRACT: *Warreniana* (1824) by W. F. Deacon presents a collection of literary parodies that vary between those focusing on specific poets and their works ("poet parody") and those parodying specific styles of the Romantic press ("journal parodies"). The latter are the particular focus of this study, the former, along with the structure and nature of *Warreniana*, having already been analysed in a previously published study. Deacon gives more coverage to the parody of Romantic authors than to the journalistic or editorial style in *Warreniana*, but he also imitates them. He thus includes four parts devoted to Blackwood's Edinburgh Magazine, New Monthly Magazine, The Times and John Bull. It is these parodies together with the parody of Gifford's editorial style that are analysed, thus completing the study of



Copyright © 2023, Los autores. Este artículo está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Deacon's parodic artillery to offer another picture of Romanticism parallel to the more canonical literature of the movement. In order to better understand this parody in Warreniana, and its relevance in Romanticism, we will start from the relationship between parody and the press and the analysis of significant terms such as "puff", framed in the journalistic context of marketing strategies, which is also very present in Warreniana.

KEYWORDS: Warreniana, Blackwood's Edinburgh Magazine, New Monthly Magazine, The Times, John Bull, journal parody.

LA PARODIE DU STYLE ÉDITORIAL ET JOURNALISTIQUE DANS WARRENIANA: UNE AUTRE (RE)VISION DU ROMANTISME

RÉSUMÉ : *Warreniana (1824) par W. F. Deacon présente une collection de parodies littéraires qui varient entre celles qui se concentrent sur des poètes spécifiques et leurs œuvres ("parodie de poète") et celles qui parodient des styles spécifiques de la presse romantique ("parodie de journal"). Ce sont ces dernières qui font l'objet de la présente étude, les premières, ainsi que la structure et la nature de Warreniana, ayant déjà été analysées dans une étude publiée antérieurement. Deacon accorde plus d'importance à la parodie des auteurs romantiques qu'au style journalistique ou éditorial de Warreniana, mais il les imite également. Il inclut ainsi quatre parties consacrées au Blackwood's Edinburgh Magazine, au New Monthly Magazine, au Times et à John Bull. Ce sont ces parodies ainsi que la parodie de style éditorial de Gifford qui sont analysées, complétant ainsi l'étude de l'artillerie parodique de Deacon pour offrir une autre image du romantisme parallèle de la littérature plus canonique du mouvement. Afin de mieux comprendre cette parodie dans Warreniana, et sa pertinence dans le Romantisme, nous partirons de la relation entre la parodie et la presse et de l'analyse de termes significatifs tels que "puff", encadrés dans le contexte journalistique des stratégies de marketing, qui est également très présent dans Warreniana.*

MOTS CLÉS : Warreniana, Blackwood's Edinburgh Magazine, New Monthly Magazine, The Times, John Bull, parodie de journal.

Recibido: 20/03/2023. Aceptado: 07/11/2023

William Frederick Deacon (1799-1845) –autor de textos paródicos cargados de retratos cómicos de sus contemporáneos románticos, más conocido hoy en día gracias al compendio de parodias románticas de Stones y Strachan (1999), y a estudios como este– ofrece una colección de parodias literarias en *Warreniana* (1824) que varían entre aquellas que se centran en poetas específicos y sus obras (“poet parody”) y las que parodian estilos específicos de la prensa romántica (“journal parodies”). Estas

últimas son el foco concreto de este estudio, habiendo sido las primeras, junto con la estructura y naturaleza de esta obra de Deacon, ya analizadas en un estudio anterior ya publicado.¹ No obstante, es necesario recordar aquí que parte de la originalidad y riqueza de *Warreniana* reside en la conexión con su contexto: los anuncios publicitarios del famoso empresario del betún Robert Warren, conexión ya plasmada en el título. En la obra, pues, los autores románticos parodiados a través de sus diferentes estilos se convertirán en manos de Deacon en meros promotores del producto trivial de Robert Warren.

Si bien es cierto que Deacon da más cobertura a la parodia de autores románticos –Wordsworth, James Hogg, Leigh Hunt, Charles Mills, Southey, Townshend, Bryan Procter, Byron, Coleridge, Scott y el americano Washington Irving– que a los periódicos, también los imita. Así incluye cuatro apartados dedicados a parodiar al *Blackwood's Edinburgh Magazine*, *New Monthly Magazine*, *The Times* y *John Bull*. Estas parodias junto con la parodia al estilo editorial de William Gifford (1756-1826), editor del periódico también paródico *The Anti-Jacobin* (1797-98), completan la artillería paródica de Deacon para ofrecer otra estampa del Romanticismo paralela a la literatura más canónica del movimiento. Su atrevida y original revisión de estilos románticos a través de la parodia, recurso tradicionalmente considerado opuesto a los postulados de creatividad y originalidad románticas, convierten al autor y la obra en merecedores de ser revalorados dentro del canon para poder obtener así una perspectiva más amplia y más completa del movimiento. A ello pretende contribuir también este estudio.

Para entender mejor este tipo de parodia en *Warreniana* y el contexto en el que se origina es necesario considerar previamente la relación entre parodia literaria y algunos aspectos del mercado editorial en el Romanticismo, así como analizar términos significativos como “puff”, encuadrado en el contexto de las estrategias de marketing, muy presente también en el engranaje la obra. Seguidamente, este estudio pasará a analizar la parodia al estilo editorial, centrado en la figura de Gifford y su exagerada pomposidad, así como la parodia a una representación de la prensa más puntera del momento, los cuatro periódicos mencionados anteriormente.

1. Parodia y prensa

Uno de los aspectos que muestra el nuevo acercamiento a la parodia romántica literaria es el contexto del mundo mercantilista y periodístico. Taylor (2018) estudia el periodo 1760-1830 partiendo del interesante concepto “dynamic culture of parody”

¹ Véase Ramos (2022b).

(11), al tiempo que insiste, por ejemplo, en la relevancia de las parodias políticas en prensa que se generaron en esta época, donde periódicos, panfletos o textos paralelos revelan aspectos fundamentales de un mundo periodístico vibrante y agresivo.² Críticos como Wheatley (2013, 2016) aseguran además que incluso las fuentes más populares de la prensa como *Edinburgh* y el *Quarterly*, tradicionalmente consideradas anti-románticas por sus ataques a autores del Romanticismo, tienen enorme valor para el movimiento romántico precisamente por su “extravagant diction of hostile reviewers” (2) que registraban y compartían el impacto de las innovaciones estilísticas de los poetas. Esto permite justificar estudios como el que aquí se ofrece sobre *Warreniana*, que sigue la misma línea de análisis de otros estudios previos sobre fuentes publicadas en periódicos literarios y relevantes tanto conservadores como liberales como *The Anti-Jacobin*, editado por William Gifford –cuyo estilo editorial queda parodiado en *Warreniana*– y escrito en su mayoría por Canning, Frere y Ellis, contando asimismo con el apoyo del primer ministro William Pitt que también participó en el periódico, o *Rejected Articles* (1826) de P. G. Patmore.³

1.1. Parodia literaria y mercado editorial en el Romanticismo

Uno de los estudios más interesantes en torno a este tema es la colección que Hull editó en 2008 con trabajos presentados en la Conferencia de la Universidad de Bristol de 2006 que se centró en el texto periodístico como reto y medio innovador dentro del periodo romántico. Hull enumera muchos de los periodistas del momento como John Wilson (alias Christopher North) y a figuras que llegan a este género como artistas resentidos, frustrados o fracasados y que lamentan el trabajo mal pagado, anónimo y comercial que se hacía. Menciona la angustia pública y privada de carreras periodísticas como la de John Scott y Keats que mueren jóvenes en el mismo año

² Mercedes Comellas ha analizado asimismo la intensidad desmesurada de la sátira y la parodia del Romanticismo español, precisamente “vinculado a la eclosión de la prensa periódica de carácter satírico” (2005: 357). Habla de “anti-romanticismo” e insiste en que esta literatura resulta muy útil “en la reflexión sobre el fenómeno romántico en general –sobre su pervivencia y acogida por parte del público contemporáneo–” (2005: 357), algo que de manera similar se produce también a este respecto con la parodia romántica inglesa.

³ Véase Ramos (2023) para consultar el análisis de la parodia en *The Anti-Jacobin* y Ramos (2022a) sobre la parodia en *Rejected Articles*. Ambas obras paródicas resultan relevantes y dignas de mención en este estudio por cuanto que la primera, aunque con más fundamento político, sirve de antecedente a *Warreniana* y la segunda continua con la parodia al estilo periodístico solo dos años después de que Deacon publicase su obra. Dada su relevancia, son obras también recuperadas en la colección de parodias románticas en cinco volúmenes de Stones y Strachan (1999).

1821. Sin embargo, estas ansiedades son factores que no afectaron nada a los logros literarios conseguidos.

También defiende el interés en los periódicos de la era romántica el crítico Klancher (1987) en su examen del público lector de la época romántica donde denuncia la falta de estudio sobre el tema (“still largely unknown world of text-making”, ix) y deja clara la importante exposición de la clase media intelectual en tales obras. Define cuatro tipos de audiencias que denomina estratégicamente cruciales: “a newly self-conscious middle-class public, a nascent mass audience, a polemical radical readership, and the special institutional audience –what Coleridge called the clerisy” (4). Así, se basa en el concepto de una variedad sofisticada de público lector que denomina “discontinuity of publics” (44) considerando también la lista de variados periódicos y sus contrincantes radicales de la época. Además de los más conocidos como *Blackwood’s Edinburgh Magazine* fundado en 1817, menciona *The Gorgon*, *The Black Dwarf* y *Political Register*. Klancher estudia las listas de suscriptores y los datos de circulación de ventas demostrando que el discurso y la retórica paródica tenían un complemento cultural importante que resulta fundamental para analizar los textos del momento.

Es más, observa una importantísima distinción entre lo que denomina el “texto radical”, cuya función es la propagación de principios, y el “texto liberal” que ejemplifica en las producciones de Arthur Young y que parece llamar la atención de algunos principios empleando una cierta técnica de duda y titubeo deliberado que persuade al lector para que llegue a las conclusiones que el autor quiere, adoptando durante todo este proceso una postura pretendidamente escéptica (112). En este segundo tipo de texto, el lector se asociaría directamente con el escritor en un movimiento común para enjuiciar un asunto difícil (113). Con estos procesos, Klancher intenta decodificar la evidente manipulación ejercida desde la prensa. Todo el entramado periodístico lo define mediante el concepto de “dissemination” (35), proceso agresivo tal y como la información se presenta frente a los enemigos, expandiendo entre los entresijos de las redes sociales nuevas los valores de las ideas antiguas y conservadoras. Frente a este, define también el concepto de “circulation” (32), la información o noticias como producto de un consenso inductivo que se expande. Este tipo de información por circulación explora, sugiere, incorpora información, sin retos y sin causar confrontaciones. Es decir, la parodia publicada en *Warreniana*, y en colecciones como *The Anti-Jacobin* o *Rejected Articles* (1826), actuaría entre estas dos estrategias o metáforas. Por un lado, son producciones literarias que imitan tomando como base a los románticos y ejerciendo la función de la difusión, por lo que la opinión personal se hace circular. Por otro, la diseminación de las ideas críticas llega también en forma de burla, de ofensiva, de admiración, de

ataque político como ocurría en *The Anti-Jacobin*, en juego paralelo con la estrategia de consumo en *Warreniana* y con el incisivo comentario contra el sistema de reseñas literarias en *Rejected Articles*.

También incluye un aspecto interesante sobre la importancia de la metrópolis. Esta se asociaba a los escritores radicales de Londres como motivo de sus escritos, al igual que a los Jacobinos se les decía que se centraban en París, desde donde se diseminaban las ideas de sedición. Así, el estilo circulatorio estaría más asociado a la relación entre capital y provincias. Los periódicos más radicales se encontraban establecidos en provincias, ciudades y pueblos centrales y del norte. Este estudio en torno a operaciones de circulación, además nos obliga a tener en cuenta el público lector, representante de la subcultura, los choques de discursos sociales e intelectuales, lo que nos permitirá ser conscientes de las maniobras retóricas en los textos estudiados. Resulta fundamental también el otro estudio de Klancher (2013) sobre la cultura. Dicho autor demuestra el cambio de discurso en el Romanticismo a través de las pautas de conocimiento en instituciones culturales de gran impacto. Tiene en cuenta figuras como poetas, oradores, filósofos, científicos y críticos literarios (incluye a Coleridge, Godwin, Bentham, Davy, Wordsworth, Robinson, Shelley y Hunt) y sus intercambios con otras figuras importantes representantes de la cultura como coleccionistas de libros, bibliógrafos, gestores de la ciencia y el arte, pintores, ilustradores, filósofos, periodistas, editores y autores de reseñas.

A su vez, el acercamiento neo-historicista de Jeffrey Cox (1998) señala la importancia de la poesía dentro del contexto crítico de las reseñas contemporáneas, definiendo la importancia de la recepción de la escuela Cockney–Shelley, Keats, Hunt y su círculo. Las contribuciones de Mark Schoenfield (1990) y Mark Parker (2000) son también interesantes en este aspecto pues utilizan la noción de Bakhtin de “heteroglosia” para explicar que cualquier producto de ensayos individuales de una revista miscelánea está mediatizado por su situación estratégica, por los artículos que los acompañan y por las directrices de la agenda política del editor.

Estos estudios del siglo XXI han demostrado además un interés especial por analizar a los autores en el contexto de su trabajo periodístico, por ejemplo a Lamb, Hazlitt y De Quincey. Revela un interés especial por observarlos en un entorno intenso en cuanto a su naturaleza comercial, competitiva y sociable. Es necesario interpretarlos en un medio discursivo y dialógico, donde la parodia centralizará muchas de sus burlas en temas tan importantes para el Romanticismo como los rasgos biográficos y la definición de genio.

Interesa por lo tanto estudiar la parodia en este entorno periodístico porque potencia los rasgos propios del género de la prensa unidos a la importancia de la producción literaria. De ahí que se traten temas románticos con tono conversacional

o casual o que se presenten de manera esporádica una variedad de asuntos muy diversos: políticos, urbanos, rurales, internacionales, privados o públicos. Estas parodias que leemos en *Warreniana* muestran que se sigue el estilo periodístico y que se adaptan a un discurso fluido, versátil y múltiple.

Warreniana, así como anteriormente *The Anti-Jacobin* o más tarde *Rejected Articles*, se adapta al formato de periódico y revista literaria romántica que alberga diferentes voces heterogéneas que se unen y se enfrentan. Muchas de las colecciones están llenas de parodias que comparten variedad de temas, cambios de puntos de vista y que muestran diferentes argumentos. Hull encuentra, por ejemplo, rasgos periodísticos en la narrativa autobiográfica que De Quincey publicó en *The London Magazine* “Confessions of an English Opium-Eater” con estilo rico en alusiones literarias, con digresiones, con tono de justificación y condena, con dramatismo y humor y dejando al lector con la duda sobre la sinceridad o seriedad del autor (2008:10). También Lamb en la misma revista en sus “Confessions of a Drunkard” de tono ambivalente entre lo sincero y lo paródico. Nos interesa la reflexión de Hull por el hecho de encontrar también en *Warreniana* este tipo de lo que denomina con doble aliteración “phantasmal figure of the pseudonymous periodical persona” (2008:10), una voz periodística que juega a un doble juego, en el que se burla y se ataca al tiempo que se expone el tema de la acometida. El acierto del parodiador es conseguir con la provocación de la burla un ejercicio intelectual artístico.

También es importante revisar la riqueza de la parodia de los ensayos que aparecían publicados en periódicos o revistas literarias. Las opiniones se hacían flexibles según la dinámica discursiva y dialógica del periódico al que pertenecían y al editor que los revisaba. Las parodias ponían precisamente ese control en entredicho. Permiten además entender cómo la publicación en prensa se había hecho extremadamente popular y se expandía en sus más diversas formas, tal como Hull enumera: “satirical squib, drama review, mock-travelogue, sports journalism, editorial puff and correspondence piece.” (2008: 11). Gran parte de tal diversidad puede verse en *Warreniana*.

La parodia romántica en este contexto de “periodical culture” se apropia y mezcla los registros vulgares y de los más correctos y tradicionales. Muestra los excesos de las producciones creativas que se estaban publicando, tanto literarias como no literarias. Los parodiadores muestran cómo conocen, por ejemplo, el estilo de Hazlitt o Lamb y siguen imitando su estilo y reproduciendo sus preocupaciones. Por ejemplo, la narrativa convencional del ensayo, es decir, la exposición de las ideas en primera persona que contrasta su punto de vista con el de otros buscando y diseminando nuevas reflexiones, se parodiaba poniendo de manifiesto el importante grado de sociabilidad de la prensa del momento.

Hull describe con brillantez las posibilidades y el alcance de la parodia a través de la prensa y, lógicamente, su poder político. Según el crítico se hace aún más poderosa que en su transmisión a través del libro: “the periodical’s capacity for proliferation, which compared to the book, enables it to reach a larger and more diverse reading public in a much shorter space of time, makes it both a highly prized and feared political weapon” (2008:12). En efecto, y para nuestro análisis, la parodia literaria a través de la prensa se convirtió en un arma temida por publicarse en un medio de fácil y deseada accesibilidad. Igualmente, su poder surgía también del hecho de que era difícil de controlar por su fácil y rápida expansión.

La prensa fue predominante en los años 1820. Al hablar de sus rasgos esenciales, Hull destaca la ansiedad que podía caracterizar a los profesionales de la prensa frente a la fama y autenticidad que representaban los autores de obras originales:

the collaborative or pseudonymous nature and overtly commercial enterprise of periodical writing; the indeterminate cultural position it occupies between ‘high’ literary endeavour and ‘low’ sensationalist journalism; and, ... an embittered sense of envy in the periodical writer over the valorised figure of the poet. (Hull, 2008: 14).

La parodia literaria en el periódico implicó no solo la apropiación de motivos románticos, sino su transformación en material prolífico de los parodiadores que lo convertían en un juego, haciéndolo simultáneamente propiedad intelectual de la revista literaria en la que se publicaban.

Además de describir la parodia periodística como ansiedad, Hull añade otro rasgo simultáneo que revela el escrutinio de opiniones y géneros literarios con una autoridad oficial y que actúa en realidad como vehículo de crítica literaria: “as a logical extension of the gusto with which it sets about poetry, drama, and the fine arts, periodical writing’s unflinching scrutiny of itself represents the act of a supremely confident artform” (2008: 17).

Lo que interesa también en este tipo de parodia literaria es ver cómo se hacen parte en realidad del origen de algunos aspectos de la prensa moderna. Resulta interesante observar en la obra que analizaremos cómo se incluyen en el discurso paródico rasgos culturales que muestran una parte inequívoca del desarrollo de aspectos novedosos. Así, por ejemplo, los enfrentamientos políticos se equiparan en burla a la lucha pugilística tan de moda en el XIX: “the fighter’s art in mock-heroic terms and revert to colloquial language and slang terminology is to assert the broad appeal of the urban intellectual” (2008:18).

Esta breve revisión del contexto periodístico romántico, específicamente el dedicado a la parodia, muestra la relevancia de *Warreniana* que se analizará, en la línea de Hull, como ejemplo de dos modelos de escritura. La parodia se crea como mezcla de ansiedad y seguridad, según si el autor sigue las pautas impuestas por las demandas de cada publicación. En cualquier caso, revelan la novedad y el reto de la parodia escrita en este medio con una respuesta variada y enérgica a las actitudes románticas.

Warreniana juega, además, doblemente con el formato periodístico. Por un lado, parodia el estilo de la prensa conocida del momento y, por otro, recurre para ello, no solo al estilo de los autores románticos, sino a las típicas campañas publicitarias como foco principal de su estrategia paródica. Se inspira concretamente en el famoso anuncio “The Cat and the Boot, or An Improvement upon Mirrors” (1820) ilustrado por Cruikshank y esencial en las campañas de Robert Warren. Resulta, pues, relevante analizar y partir del término “puff”, clave en su exagerada alabanza del producto banal pero popular de Warren, esta vez desde la dimensión periodística.

1.2. *Marketing y literatura romántica*

Uno de los conceptos cruciales para entender la relación entre Romanticismo y las campañas publicitarias en periódicos del momento se recoge en la palabra “puff” que define al anuncio o método de promoción con estrategias poco tradicionales o, lo que es lo mismo, un elogio exagerado de un producto. Mason (2013) ha explicado en su estudio el origen de los mismos y su relación con la literatura:

Today “puff” and “puffery” are often used as synonyms for advertising in general and hyperbolic marketing in particular. The original, eighteenth-century usage of the word “puff,” however, was much narrower. In yet another sign of just how closely associated the fledgling advertising system was with the book trade, the commercial sense of the word “puff” originated specifically to describe publishers’ attempts to promote their books outside traditional forms of advertising. (Mason, 2013: 34)

Remontándose a los años en torno a 1730 cuando editores y libreros empezaron a utilizar anuncios novedosos estableciendo un original sistema de reclamo en la promoción de obras, Mason documenta muy bien este sentido comercial imbuido en la literatura. Apunta las ocurrencias de la palabra “puff” desde la aparición en el *Weekly Register* del 27 de mayo de 1732: “Puff is become a cant Word to signify the Applause that Writers or Booksellers give to what they write or publish, in Order to increase its Reputation and Sale.” (2013: 9). Se centra en referencias no solo usadas

por Pope en 1735 en su “Epistle to Dr. Arbuthnot,” donde el mecenas literario se definía como “full-blown *Bufo*, puff’d by ev’ry quill”, sino también en las sátiras del *Grub-Street Journal* de ese mismo año de tipo “Short Dissertation upon Puffs” (2013: 9). Normalmente, las reseñas aduladoras, los anuncios halagadores, estos “puffs”, aparecían al final de los periódicos en su contraportada. Su estilo, tal y como puede verse en *Warreniana* destaca por el tono hiperbólico con el que pretendía convencer de las magníficas propiedades del producto que se vendía, embelleciendo y potenciando sus características. El crítico describe el proceso en el que anuncios pagados promocionaron historias, reseñas de libros o servicios públicos. Indica que la novela y las reseñas se convirtieron en realidad en grandes géneros literarios concebidos por las necesidades de promoción de sus editores y librerías y apunta a que tal promoción potenció su creatividad por la competición de mercado cada vez más grande (2013: 9). Estas estrategias de propaganda, con auge significativo desde 1739 se desarrollaron a lo largo de todo el siglo XVIII y se regularizaron en el XIX. Si bien consiguieron adquirir calidad artística propia, en palabras de Mason llegaron incluso a tener un desarrollo desenfadado que en ocasiones provocaron críticas sobre sus efectos en la auténtica literatura:

So rampant did puffery become during the later Romantic period that, when the book market floundered following the banking crash of 1826, a chorus of renowned cultural commentators, including Carlyle, Macaulay, and *Blackwood’s* “Christopher North,” hastened to charge puffing booksellers, critics, and authors with having “killed” literature. (2013:9)

Sin embargo, el análisis que se propone muestra que lejos de hacer desaparecer la literatura, este tipo de anuncios la revitalizó y demostró su validez como uno de los aspectos importantes del “otro” Romanticismo británico. Es precisamente en esa simbiosis de literatura y publicidad donde reside también el valor de *Warreniana* que muestra la facilidad con la que la parodia llegó a ser un elemento de unión entre ambos. *Warreniana* funde literatura y marketing revelando un prisma peculiar del Romanticismo, y haciéndolo parte fundamental del mismo. El propio Mason señala los años veinte como punto de inflexión importante de esta nueva estrategia creativa con carácter propio: “From the 1820s forward the British commentators increasingly spoke of the “art of literary advertising and the shaping of British romanticism advertising” (2013, 9). A ello contribuyó claramente *Warreniana* a través de la parodia.

2. Parodia al proceso editorial en *Warreniana*: W. Gifford y la pomposidad académica

Al igual que ocurre en *The Anti-Jacobin* donde su *Prospectus* marca la clave y objetivos de la parodia, también *Warreniana* emplea varios elementos paratextuales que potencian el efecto de la misma. Todos los documentos introductorios y posteriores de la edición imitan en clave burlesca el estilo de William Gifford, editor de *The Anti-Jacobin* y autor de obras como *The Baviad* (1791) *The Maviad* (1795). Firmados con sus iniciales (W.G.), abren y cierran un juego divertido que recrea, reescribe y transforma de manera inteligente el discurso que correspondería a un editor de este periodo romántico.

La introducción marca las claves claras del estilo paródico. La voz del editor justifica e incide repetidamente en la buena amistad que lo une con Warren. Describe sus destinos unidos siempre en torno al mundo de los zapatos: “A summons from his father, who was a wholesale manufacturer of blacking, recalled young Warren to London, and I was bound apprentice to a shoemaker at A – n.” (12-3).⁴ El supuesto Gifford cuenta así que recibe la propuesta de Warren para editar la obra: “he was pleased to add, that the circumstance of my previous apprenticeship to a shoemaker peculiarly fitted me for the task” (13). El lector advierte que las claves de la burla residen en el retrato de la figura del editor. El haber sido aprendiz de zapatero es así el único mérito que convierte a Gifford en editor y autor literario del compendio. Además, pomposamente marca desde el principio las distancias entre él mismo y los autores a los que edita: “Poets are an imaginary race, and a licence is permitted to their fancies, which we should deny to the soberer realities of prose.” (15). Sutilmente se incluye así un comentario sobre la percepción en la época de la diferencia entre la realidad de los editores y la concepción de los autores románticos, considerados como grupo especial por sus habilidades imaginativas.

También se expone indirectamente la relación entre el editor y el cliente. La exagerada alabanza a Warren es indiscutible y sistemática desde esta introducción. El supuesto Gifford se refiere al empresario como “my earliest and most revered friend, the manufacturer of Blacking” (15). Habla de su “promising character” (15) y, con signos de admiración embelesada, revela ser su admirador (“But with what rapture do I trace the words *Robert Warren!*”, 16). La parodia acentúa así el estilo egotista de Gifford, quien más que hablar de lo editado (a lo que dedica solo los párrafos finales) se engrandece con detalles y observaciones sobre sí mismo. La introducción en

⁴ Esta y todas las referencias de *Warreniana* han sido tomadas de la edición de Strachan (1999) en Graeme Stones and John Strachan eds. *Parodies of the Romantic Age* 5 vols. (1999), donde *Warreniana* conforma el volumen 4.

realidad se convierte en un ejercicio presuntuoso con repeticiones por doquier de los posesivos “my”, “mine”, “to me”, “I” (“confided to my inspection, . . . my late Memoirs of Ben Jonson”, 14). Tal profusión deja patente la excesiva y exagerada verbosidad de Gifford. Si bien declara su gusto por ser breve, “my regard for a pertinent brevity” (14), explica que ha añadido copiosas y largas notas al final de la obra, lo que hace reír al lector. En realidad, esta introducción paródica retrata más los fallos de Gifford como editor que los de la obra que presenta.

El ficticio Gifford explica el método de composición de *Warreniana* y la pericia de su amigo Warren por haber involucrado en la obra a los intelectuales del momento: “With this view he had lately engaged all the intellect of England in his behalf; each author furnishing a modicum of praise in the style to which he was best adapted, and receiving in return a recompense proportioned to his worth” (13). Anuncia así contribuciones como las de Byron, Hunt o Coleridge e incide en el eje primordial del libro, exaltar la gloria de Warren: “the sole intention is to advertise the merits of *one* individual” (14). Alaba a Warren y lo identifica con el corifeo de una tragedia griega, como guía de la moderna manufactura del zapato:

But the golden virtues of his character will be the theme of other times and other pens; it is sufficient for my happiness to have witnessed at the close of a career, prolonged far beyond my expectations, the friend and companion of my youth in his present dignified capacity, as the Coryphaeus of modern manufacturers. (16)

Este juego de elevar solemnemente la figura del empresario y de su betún es la práctica de la parodia que se repite a lo largo de toda la introducción cuyo efecto final culmina con un aparato crítico sofisticado (“Appendix” y “Notes, critical and explanatory”). Son una serie de cuatro parodias breves y cuarenta y una notas exhaustivas que quieren imitar la exagerada puntillosidad de un editor de la época. Todo ello muestra el conocimiento exhaustivo que tenía Deacon de la producción editorial, poética y periodística que actualiza mimetizando los estilos existentes y conocidos por el lector del momento. La supuesta voz de Gifford se vanagloria del esfuerzo de este aparato crítico. No solo presume –como hacían los autores en *The Anti-Jacobin*– de tener el respaldo de un público entregado ante el éxito de la publicación (“the interest that it excited was unprecedented”, 191), sino que se jacta de ser buscador infatigable de la verdad, y de haber seleccionado obras de calidad de grandes autores. Atendiendo a posibles dudas sobre su autenticidad (“their authenticity in some parts appeared questionable”, 191), explica que ha hecho una selección cuidada (“those passages only which bore the stamp of genuineness.”, 191).

Las cuatro parodias breves incluidas al final en el Apéndice cubren distintos temas y estilos conocidos de autores de menor importancia que los considerados en la

obra. En “The List of Loves” se parodia la obra de Moore *The Poetical Works of Late Thomas Little, Sq.* También se recrea con burla el estilo pastoral de Cornelius Webb en “The Apotheosis of Warren, a Pastoral Mask”, que reproduce la procesión funeral de Warren como cómica procesión pastoril. En “For Warren’s Blacking, an Oration in one part” se parodia el estilo bombástico de Edward Irving, sus gestos afectados, extravagantes y teatrales en una composición donde se cuestiona la moral de los autores románticos, salvándose únicamente de la reprobación Wordsworth y Warren.

Es significativo que Deacon en esta última parte incluye también “The Friend of Humanity and the Knife-Grinder” aprovechando el éxito en *The Anti-Jacobin*. Rehace el original y lo transforma para alabar a Warren. La composición imita a los protagonistas y a la historia, alterando sus profesiones significativamente, pues los recrea como un “Amigo de la Ciencia” y un aprendiz de Warren.

El efecto final lo cierran las notas editoriales de Gifford donde la parodia parece incidir en ataque abierto a todos aquellos aspectos más liberales de los románticos contemplados. Aquí apuntala a Edward Irving y su heterodoxia, a las innovaciones de Coleridge, o la escuela de los poetas Cockney como Procter, a liberales como Hazlitt y Cobbett o a Washington Irving. Pone de manifiesto la antipatía de Gifford por sus propios críticos. Todo ello en un ejercicio de creatividad donde mezcla discurso académico editorial en el contexto de un sofisticado “puff” para magnificar la obra empresarial de Warren. El empresario y su betún quedan pues a la misma altura que los románticos e intelectuales del momento y se interponen de manera original dos áreas supuestamente diferentes –literatura y empresa– en una misma obra.

3. Parodia a la prensa romántica

La pericia de Deacon llega a tal extremo que su ingenio paródico no explora solo los estilos de autores románticos individualmente sino también publicaciones conocidas y consagradas en el contexto romántico. El hecho de que incluso la prensa fuera testigo y portavoz de la fama de Warren da pie a Deacon para aprovechar su gran conocimiento de las fuentes periodísticas literarias y conseguir lanzar su parodia con efecto revisionista y crítico. Así como seleccionó a los más célebres y conocidos poetas románticos para el elogio paródico de Warren, incluye también cuatro contribuciones que ayudan a promover la figura del empresario y su betún. Es capaz de presentar a Warren y su producto adoptando el tono y estilo de cuatro publicaciones diferentes tanto en prosa como en verso.

3.1. “Maga” y las escuelas poéticas románticas

Con esta contribución, “The Sable School of Poetry”, Deacon crea un poema cómico donde se parodia el estilo de *Blackwood’s Edinburgh Magazine*, conocido popularmente como “Maga”. Para ello se hace eco de la noticia de que tal escuela ha propuesto a Robert Warren como Poeta Laureado. Los méritos de Warren, tal como se describen, no parecen tener fronteras:

not merely as a manufacturer of blacking, / but as the FOUNDER OF A NEW SCHOOL OF VERSE, an opinion which we boldly rest on the ground of his poetical advertisements. With the exception of ourselves, and a few of the Lake writers, he is the most accomplished versifier of his day. Byron may, perhaps, be more gloomily magnificent, but Warren has a purer invention, full even to overflowing, of those fanciful humanities which shed a sweet and holy charm over the poetry of Wordsworth and Wilson. (97)

Deacon pone de manifiesto no solo la influencia de la revista que imita. Editada por William Blackwood en 1817, contaba con importantes reseñadores –especialmente John Gibson Lockhart y John Wilson, conocido por su pseudónimo “Christopher North”–. De naturaleza ultra conservadora, unían el tono crítico y duro con su gran conocimiento sobre política y literatura. Sus ataques desde Edimburgo a los grupos de poetas románticos se canalizaron a partir de la conocida “Lake School of Poetry”–Wordsworth, Coleridge, Southey– a través de la que denominaron “Cockney School” representada por Hunt, Hazlitt y Keats. Tenían su contraparte en la metrópolis con otro periódico, *Quarterly*, también conservador y que llegó a definir a la “Satanic school”. Esta moda o cultura disidente que define Nicholas Roe en *John Keats and the Culture of Dissent* (1997) es la que pone de manifiesto Deacon con el análisis de las supuestas reflexiones del “Maga” en torno a Warren, a quien describen con rasgos de excesivo egotismo y gran capacidad imaginativa. La originalidad de la parodia consiste en la revisión de los éxitos de Warren y su equiparación a los de los poetas románticos. De ahí que se describa su “intense sensibility of the self” (97) o su “soberer feeling of humanity” (98). Warren tiene capacidad –como los románticos– de ver en detalles mundanos (como las botas), un ejercicio de trabajo y esfuerzo: “a pair of boots become in his eye creatures of loveliness and life” (98), al igual que en otros elementos igualmente mundanos (“a gutter”, “a sow”, “bristles” o “salt bacon”, 98).

El periódico alaba a Warren por sus imaginativos anuncios, comparándolo con Wordsworth: “their homely dialect would meet in exact accordance, and the pedlars and jack-asses of the one prove an interesting counterpart to the cock and the boots of the other.” (99).

En realidad, Deacon establece un juego en el que Warren queda ensalzado por su imaginación y estilo que lo iguala a los románticos. Con ello la parodia quiere llamar la atención sobre el estilo de las publicaciones periodísticas que ejercían de vehículo para ensalzar o denigrar la crítica literaria romántica del momento.

3.2. *The Times* y los debates parlamentarios

En “Warren at Saint Stephen’s by the R. of the T.”, Deacon parodia el estilo de un reportero del periódico *The Times* explotando las posibilidades del género periodístico de una publicación muy conocida y prestigiosa, especialmente por su cobertura en asuntos parlamentarios. Deacon recrea el ensalzamiento a Warren por su relevante contribución al progreso: “As a national blessing, Warren’s Blacking is entitled to our gratitude, and as the scientific Archimedes of England, its manufacturer enforces our veneration” (155). El elogio, sin embargo, alcanza altos índices de creatividad puesto que se presenta como parte de un debate largo y tedioso sobre la subida o bajada de los impuestos al betún de Warren.

Deacon sigue todas las pautas en su perfecta imitación del formato de la noticia en *The Times*. Un breve párrafo abre con la fecha “1st of April, 1823, significativa por ser *April’s Fool Day*, así como con la descripción del importante momento: “The gallery doors were opened at twelve. The rush was prodigious, and the house more crowded on any night since Mr. Burke’s celebrated motion on Economical Reform” (142). El tono solemne del acto que se describe se mantiene pero contrasta con el trivial objeto del debate que comienza así: “Mr. SPEAKER, ‘In proposing a reduction of the expences attending Mr. Warren’s blacking, as it is used for the army, and more particularly for the regiments of Horse Guards. . .’” (142).

Deacon incluye además en el largo debate las cuñas que mostrarían en el registro del periódico las respuestas del público (*Cries of hear, hear*, 142), (*Mr. H-e then read the following statements*, 145), (*The awful solemnity of this address drew thunders of applause from all part of the house*, 148), (*Here the confusion and cries of “order, order” became general; Mr. B-m rose to depart, and the whole business seemed likely to have a hostile termination*, 149).

De manera similar, se traslada el estilo retórico común de las discusiones entre parlamentarios, pero, en este caso, en torno a Warren y su producto:

My hon. friend has contended himself by questioning the propriety of this singular and superlative extravagance; but I shall descend to more minute particulars, by showing its positive and pernicious consequences. It is a well accredited fact, sir, that Warren’s

blacking possesses the lucid properties of a mirror, and when rightly applied to leather, lends it an inexpressible polish. (147)

Al igual que la épica burlesca, el estilo de la retórica parlamentaria se carga de sorna en el contraste entre el estilo retórico pomposo y el tema que constituye en esta parodia el centro de la atención. Deacon mantiene esta parodia sostenida hasta el final donde incluso se incluye el resultado de la votación a la medida discutida durante 17 páginas. Así termina el documento:

The Numbers were as follows:

<i>For Mr. H-e's proposition to reduce Warren Blacking,</i>	32
<i>Against it,</i>	133

<i>Majority against it,</i>	<u>121</u>
-----------------------------	------------

The other Orders of the Day were then disposed of; and the house adjourned at 2 o'clock). (158)

Con ello completa la revisión en clave paródica del formato del debate parlamentario típico del periódico que esta vez sirve para apoyar y anunciar el trivial pero famoso betún de Warren, que queda a la altura del estilo del periódico.

3.3. *New Monthly y las efemérides anuales*

Otro género propio de los periódicos culturales del momento consistía en la revisión de acontecimientos notables del año, algo que también aprovecha Deacon como formato para la promoción de Warren y su betún. La parodia agrupa el estilo del conocido *New Monthly Magazine and Literary Journal* (1821-36) fundado por Henry Colburn y editado por Thomas Campbell, así como el estilo de famosos articulistas con los que contaba como Hazlitt, Hunt, Lamb, Patmore y Smith. La índole de este periódico se caracterizaba por revisar aspectos de la sociedad combinando frivolidad y mucho humor. Tenía una sección dedicada a los recuentos políticos y otra denominada “Original Papers” que englobaba la presentación con tono frívolo, humorístico y banal de efemérides. Deacon aprovecha para imitar el estilo y material del día a día de todo un año, 1823, en un seguimiento de mes a mes, como lo haría el original. Así, el recuento de este “Annus Mirabilis” contempla cómo entre muy variados eventos, sucesos y ocurrencias del año, destacan comentarios sobre obras o referencias de clásicos románticos (Byron, Mary Shelley, Haydon, Hunt, Scott) introduciéndolos como elementos de la vida cotidiana en un acercamiento peculiar y muy diferente al Romanticismo que editaba Thomas Campbell.

El largo título de la composición (*ANNUS MIRABILIS; A Parthian glance at 1823. Showing, among other memorable minutiae, the progressive popularity of Warren's Blacking*) marca la relación mensual de eventos paralelos al progreso de la fama de Warren. La mezcla de banalidades en las noticias registradas y la seriedad sobre la empresa del betún, que se registra siempre al final de cada mes, hacen repetitivo al igual que efectivo el efecto paródico: "A lady in Dyott Street stirred up her husband with a poker. Four pair of bachelors committed matrimony at Saint George's Hannover Square. Verdict, Lunacy. Warren's Blacking increased in circulations, by means of 50 additional Agents" (132).

De manera consistente, cada última línea de los meses incluye una noticia sobre Warren, que progresivamente va aumentando en longitud y relevancia:

February.— . . . Warren's Blacking much circulated in Scotland. (133)

March.— . . . Buy Warren's Blacking" discovered written up on the ruins of the Coliseum, a picturesque proof of its popularity. (134)

April.— . . . Buy Warren's Blacking" chalked upon every wall of the metropolis. (135)

May.— . . . Almack's and Warren's Blacking in their zenith of fashionable notoriety. (136)

June.— . . . A ship-load of Warren's Blacking sailed for Kingston, Jamaica, by order of the governor. (136)

July.— . . . Orders received at the India House for a supply of Warren's blacking: intelligence reached No. 30. Strand, by a special messenger from the court directors. (137)

August.— . . . Returns for Warren's blacking during the last month, twelve hundred pounds, exclusive of foreign agencies. (138)

September.— . . . Warren's blacking and consols still looking up. (138)

October.— . . . Heralding discovery:— a special messenger arrived from Paris with intelligence that Warren was proved to be the grandson of Rousseau, by Madame de Warren. This goes a great way to account for the sentimental beauty of his rhythmical advertisements, which, as well as his blacking, are, at present, in great vogue among the Parisian diletanti. (139)

November.— . . . Official dispatches received at Warren's warehouse for a supply of blacking for the use of the United States. (140)

December.— . . . Warren closed his accounts for the year with a prodigious balance in his favour. Grand fête given on the occasion at No. 30 Strand, where the guests continued till a late hour, toasting (as the rest of the world is here invited to do,) "SUCCESS TO WARREN'S BLACKING." (140)

Todo lo anterior muestra no solo la riqueza de esta imaginativa composición romántica, sino también su relevancia contextual que prueba cómo la campaña publicitaria de Warren de 1823 alcanzaba al gran público, tanto en su vertiente seria como paródica. La naturaleza de la parodia imbuida en este género de efemérides se adapta a la naturaleza episódica y sostenida de este tipo de almanaque que ofrecía cápsulas publicitarias mensuales. Se mezclan eventos del momento (la introducción del vals en Inglaterra, las mascaradas en la Opera House, la guerra contra los franceses y Sir Robert Wilson herido en la Coruña, etc.) con los éxitos publicitarios de las grandes figuras románticas recogiendo, por ejemplo, la publicación de tres cantos de *Don Juan* en julio de 1823 (137). La original mezcla del estilo de efemérides periodística con la promoción de un producto de mercado junto con las importantes apariciones de los rastros literarios románticos prueban la diversa aparición de vestigios del movimiento romántico que hacen necesaria la reivindicación de la lectura y análisis de textos tan peculiares como *Warreniana* también como parte del canon.

3.4. *John Bull* y la prensa ultra conservadora

Deacon revive el estilo vitriólico del periódico ultra conservador *John Bull*, publicación editada por Theodore Hook (1788-1841) y conocida por el ensañamiento contra personajes y situaciones liberales con el que se desprestigiaba de manera abusiva a personajes públicos en clave personal. Su historia está muy unida al apoyo que muchas figuras leales prestaron al rey Jorge IV ante el asunto de la reina Carolina,⁵ en especial sus partidarios a los que Strachan califica como “Whig queenites” (1999: 175) como Brougham, Hume, Parr y Waithman. En el capítulo “A Letter to the Editor of *Warreniana*”, Deacon reconstruye la voz de un lector de *John Bull* que defiende a ultranza a Warren, y lo presenta como un Tory conservador. Parodia el espíritu patriótico de *John Bull* acentuando sus críticas satíricas, su tono apoloético y asertivo y el ataque frontal a los enemigos donde no faltaban detalles íntimos. Redondea el efecto el hecho de que este supuesto lector incluye con su carta

⁵ Denominado en inglés *Queen Caroline Affair*, el asunto se refiere específicamente a la acusación de adulterio que llevó a cabo Jorge IV contra su esposa la reina Carolina de Brunswick-Wolfenbüttel, de quien quería divorciarse a través de la ley del Parlamento *Bill of Pains and Penalties*. Dicha ley pretendía penalizar a una persona “without resorting to a legal trial, not a judicial act” (Fulford 1967, 41). Para justificar la acusación de adulterio principalmente se reprobaba su mala conducta y supuesto *affaire* con Bartolomeo Pergami. Véase Laqueur (1982), o Smith (1994), para un estudio más pormenorizado sobre toda esta cuestión que incluso movilizó a la sociedad de la época, para quién la reina era solo una víctima del monarca corrupto y su gobierno, convirtiéndose en símbolo de los oprimidos. Véase Thompson (1980) para más detalle sobre estas movilizaciones.

una canción (“Warren, the pride of the Strand”) que se asemeja a un himno consistente en una estrofa con una nota a pie de página exageradamente larga.

Deacon muestra que incluso para la creación de una canción es capaz de entrar en análisis de discursos conocidos en la época. El lector se asombra del ingenio con el que incluye la descripción elogiosa de Warren haciendo acopio de los elementos de la cuasi-ciencia de la Frenología. Considerada por muchos como rama del saber y tema candente en los periódicos ingleses, sobre todo en los primeros veinte años del siglo XIX, se introdujo en Inglaterra habiendo sido potenciada por su creador alemán Franz Joseph Gall (1758-1828). Según el análisis de la forma de la cabeza se podía demostrar “científicamente” el carácter de la persona. La definición del tipo de cráneo podía definir cualidades como “adhesiveness”, “destructiveness” o “combativeness” (Strachan 1999, 176).⁶

La carta formalmente imita a la perfección el género de la misiva a un editor. Enmarcada en lugar y espacio (“Johnson’s Court, April 1, 1823”) y cerrando con la fórmula conocida de una carta (“We are, Mr. Editor, Your sincere well-wishers, J_B_”, 181) anuncia su propósito claramente desde el principio (“we beg leave to inclose the following choice eulogium”, 179). Sin embargo, podemos comprobar cómo la voz colectiva que representa el lector que escribe está únicamente interesada en hablar más de ellos mismos y de sus ideas conservadoras que de Warren (“Sir, we are decided enemies of Whigism, and still more to humbug. Plain sailing is our motto; candour and openness the talisman of our success”, 175). Su investigación sobre la vida de Warren les complace al cumplir las bases de un conservador prototípico, que Deacon resume en las siguientes coordenadas:

⁶ Como ya señalaba Ramos (2021), el tema tuvo tanta repercusión a nivel literario y real que resulta evidente su reutilización como foco de la parodia. Por ejemplo, Wu (2008) recogía la anécdota relacionada con este tema en el entierro de Hazlitt en 1830: “At that time, there was feverish interest in phrenology and craniology, for which corpses were regularly disinterred and the heads removed. To protect Hazlitt from that indignity, Horne paid the sexton to dig five feet deeper than usual, watching over him to ensure it was done.” (Wu, 2008: 434-5, en Ramos, 2021). Y críticos como Felton (1972) enfatizan cómo tal obsesión afectó a otros autores de la época, como John Clare o Coleridge:

We hear of John Clare visiting a phrenologist at Deville’s salon in the Strand, and of Coleridge submitting his head to a practitioner named Spurzheim, who announced that it lacked “the organ of Ideality or Imagination”. Coleridge was unperturbed, and remarked that there might be something in Spurzheim’s general theory, but that when he began to map out the cranium dogmatically he fell into infinite absurdities. (Felton, 1972:109-110, en Ramos, 2021).

Por otro lado, además de en *Warreniana*, abundan las referencias a la frenología en *The Anti-Jacobin*, y *Rejected Articles*, así como en las novelas de T. L. Peacock, especialmente en *Headlong Hall*, tema y obra analizadas en dicho estudio previo ya publicado (2021).

We made enquiries, as our duty to church and state demanded, into the private and public character of the object of our praise. The result has been prodigiously gratifying. We hear that he is a staunch admirer of our all-accomplished ministry, holds the bench of bishops in orthodox veneration, and thinks the Morning Chronicle an absurdity. (179)

El elogio a Warren no lo es tal como empresario, sino por seguir las pautas conservadoras que ellos preconizan y que lo convierten casi en un soldado del conservadurismo, digno de ser tema de un himno: “He takes in our newspaper, this proves his taste; he despises ‘the bloody old Times,’ this evinces his loyalty; he adores ministers, –ergo, he must be a patriot. Such being the case, we address to him the following song.” (181).

El cántico marca la tonalidad que debe seguir, conocida en la época (“AIR.- ‘The tight little island’, 181). Está compuesto de ocho estrofas y crean un cántico simplón, de rima fácil donde incluyen supuestas citas de Warren y destacan sus habilidades en tono exagerado. Llama la atención la cantidad de calificativos sobre el personaje y su producto (“the sun of the Strand”, 182, “Warren’s Elixir of Blacking”, 183). La admiración por Warren se define también en el valor de su cráneo, valioso para los editores de Holborn (Bumpus) con cuyo nombre se establece un juego de palabras que define a Warren como fenómeno craneológico:

T’other day Doctor Gall, in the Free-mason’s hall,
Took a cast of our artizan’s cranium,
And found that each bump stuck out like a stump
Of an overgrown summer geranium,
So he drew up a treatise for *Bumpus*,
The great bibliopolist *Bumpus*,
And a sovereign we’ll stake, that his treatise will make
A craniological rumpus. (182)

Sin embargo, el valor de esta composición que se ríe abiertamente del estilo extremadamente conservador de *John Bull*, reside en el acierto de la comparación que ofrece de Warren con los románticos. En dos estrofas, Warren parece sobrepasar el ingenio de los poetas conocidos—Southey, Coleridge, Byron— así como los escritores de ficción cuyas musas ante el arte de Warren enmudecen: “But by Warren’s side placed, their muses defaced, /looked mere Cinderellas in drab, Sir” (184).

Deacon consigue aunar en una misma parodia el estilo burlado del exagerado tono partisano de *John Bull*, la alabanza a Warren y su superioridad ante poetas románticos. La promoción del empresario es por lo tanto solo una excusa para exponer el carácter exagerado del periódico ultra conservador.

4. Conclusiones

La aparente sencillez de una obra paródica como *Warreniana* encierra tal sofisticación que hace que la obra resulte aún más amena y divertida. Por una parte, Deacon logra jugar con los diferentes formatos del verso o la prosa –el estilo editorial y periodístico en este caso– parodiándolos. Por otra parte, mezcla literatura y marketing recurriendo para ello, además, a la técnica del anuncio para alabar un producto tan trivial como el betún de un empresario muy conocido de la época, precisamente en el estilo más elevado de los autores y periódicos del momento. Este intencionado y exagerado “puff” –en tono elevado para un simple aunque archiconocido betún para botas– recuerda las bases propias del *mock-heroic* y provocan la risa del lector que es capaz de reconocer a los románticos y editores de los periódicos contemporáneos anunciando indirectamente ese producto.

Gracias a este estudio que complementa otros previamente publicados sobre *Warreniana*, y sobre otras obras de la misma índole como *The Anti-Jacobin* o *Rejected Articles*, puede verse que la parodia romántica ejercía un importante papel. Si bien era prolija en verso, era igual de rica en prosa y en concreto en géneros relacionados con la clase media pujante como fue la prensa, y más específicamente la de cariz literario. Se inmiscuyó así en periódicos, revistas y todas sus variedades, como anuncios, reseñas, etc. Revisa asimismo las bases del Romanticismo en denuncias burlescas, serias, directas, indirectas y variadas a estilos, autores, valores, ideas y contexto en general. Además, la parodia en este entorno periodístico resulta esencial por cuanto que potencia, difunde y hace circular los rasgos propios del género de la prensa unidos a los de la producción literaria. *Warreniana* y su parodia cumplen así con creces con las estrategias señaladas por Klancher (1987) para la prensa, entre las que opera continuamente: “dissemination” y “circulation”.

Todo lo anterior nos permite dentro de este estudio profundizar en reflexiones sobre las fronteras del canon romántico. Si bien los estudios sobre el Romanticismo durante mucho tiempo se centraron en describir las técnicas del genio solitario romántico, hoy debemos ya añadir a ese perfil –entre otros muchos– a autores y obras como Deacon y *Warreniana* que evidencian creaciones literarias que surgen de otro tipo de singularidad romántica menos convencional. La obra específica aquí analizada que mezcló rasgos de la prensa y la literatura a través de la parodia literaria romántica, al igual que hizo *The Anti-Jacobin* con anterioridad o *Rejected Articles* un par de años más tarde, muestra por tanto un fenómeno que no puede considerarse como algo esporádico, aislado o fuera del canon.

Referencias bibliográficas

- COMELLAS, M. (2005) “‘¡Yo quiero ser caribe! ¡Yo quiero ser romántico!’ del buen humor del anti-romanticism.” *Del Romanticismo al Realismo: Actas del I Coloquio de la Sociedad de Literatura Española del Siglo XIX*. Barcelona, Universitat (1998, pp. 357-37) y Alicante, Biblioteca virtual Miguel de Cervantes. <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc154w0>
- COX, J. (1998) *Poetry and Politics in the Cockney School: Keats, Shelley, Hunt and their Circle*. Cambridge, CUP.
- FELTON, F. (1972). *Thomas Love Peacock*. London, George Allen and Unwin.
- FULFORD, R. (1967). *The Trial of Queen Caroline*. London: B. T. Batsford.
- HULL, S. ed. (2008). *The British Periodical Text, 1797-1835: A Collection of Essays*. Penrith, Humanities-Ebooks.
- KLANCHER, J. P. (1987). *The Making of the English Reading Audiences, 1790-1832*. Madison, U of Wisconsin P.
- KLANCHER, J. P. (2013). *Transfiguring the Arts and Sciences: Knowledge and Cultural Institutions in the Romantic Age*. Cambridge, CUP.
- LAQUEUR, T. (1982). “The Queen Caroline Affair: Politics as Art in the Reign of George IV”. *Journal of Modern History* 54, pp. 417-466.
- MASON, N. (2013) *Literary Advertising and the Shaping of British Romanticism*. Baltimore, Johns Hopkins UP.
- PARKER, M. (2000). *Literary Magazines and British Romanticism*. Cambridge, CUP.
- RAMOS, M. R. (2021). “Otro romanticismo inglés: la ventriloquia de Thomas Love Peacock y el eclecticismo crítico y temático de su obra paródica”. *Tonos Digital (Peri Biblión)* 41.2. <http://hdl.handle.net/10201/111147>
- RAMOS, M. R. (2022a). “P. G. Patmore’s view of Romanticism through the parody of literary reviews in *Rejected Articles* (1826)”. *Erebea. Revista De Humanidades Y Ciencias Sociales*, 12.2. <https://doi.org/10.33776/erebea.v12i2.7782>
- RAMOS, M. R. (2023). “*The Anti-Jacobin* and its Parodic Strategies: Parodying Jacobin Ideas and Authors” *RAEI. Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 38, pp. 131-150. <https://doi.org/10.14198/raei.2023.38.08>

- RAMOS, M. R. (2022b). “W. F. Deacon and his revision of Romanticism in *Warreniana* through Literary Parody and Advertising Campaigns to Promote Blacking”. *Miscelánea: A Journal of English and American Studies* 65, pp.105-125. https://doi.org/10.26754/ojs_misc/mj.20226849
- ROE, N. (1997). *John Keats and the Culture of Dissent*. Oxford, Clarendon Press.
- SHOENFIELD, M. (1990). “Voices Together: Lamb, Hazlitt and the London”, *Studies in Romanticism*, 29, pp. 257-72. <https://doi.org/10.2307/25600838>
- SMITH, E. A. (1994). *A Queen on Trial. The Affair of Queen Caroline*. Alan Sutton.
- STRACHAN, John. ed. (1999) *Warreniana*. Vol. 4 en Graeme Stones and John Strachan eds. *Parodies of the Romantic Age*. 5 vols. London: Pickering and Chatto.
- TAYLOR, D. F. (2018). *The Politics of Parody: A Literary History of Caricature, 1760-1830*. Yale: YUP.
- THOMPSON, E. P. *The Making of the English Working Class*. London: Penguin Books, 1980.
- WEATLEY, K. (2013). *Romantic Feuds. Transcending the “Age of Personality”*. Farnham and Burlington: Ashgate.
- WU, D. (2008). *William Hazlitt. The First Modern Man*. Oxford: OUP.