



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

El cartel de teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX. Una interpretación de la caracterización de la cultura popular (Análisis de texto e imagen)

Tesis que para obtener el grado de Maestra en Comunicación, presenta:

Blanca Estela Pérez Mendoza

Tutor: Dr. Julio Amador Bech





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Dedico este trabajo con amor a mi esposo Isaac,  
por su apoyo, solidaridad y comprensión,  
y por poder caminar juntos  
durante todos estos años.*

*A mi querida madre, Antonia,  
y a mis hermanas: Araceli, Mary, Rocío, Lety, y Anita,  
porque todas han sido un ejemplo para mí.*

*Agradecimientos:  
A la Universidad Nacional Autónoma de México*

*A mi tutor, Julio Amador, por su guía, apoyo y sobre todo  
por sus enriquecedores seminarios,  
que evitaron que abandonara este proyecto;  
a las Dras. Margarita Yépez y Luz María Garay,  
por haber confiado en mí cuando decidí entrar al posgrado;  
y a la Dra. Susana González Reyna por  
su orientación, atención y cordialidad.*

*Gracias especialmente a mi amiga y compañera Aurora Reyes,  
por su amistad y solidaridad  
desde el primer día de clases.*

*Y gracias también a Lauris y a Citla,  
por la alegría de los lunes.*

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

EL CARTEL DE TEATRO EN MÉXICO Y SU INTERPRETACIÓN DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN.....	1
--	---

## CAPÍTULO I

EL CARTEL DEL TEATRO.....	8
1.1 Antecedentes, aparición y difusión del cartel de teatro.....	8
1.1.1 Del festival dionisiaco al circo Romano.....	9
1.1.2 El drama religioso en la Edad Media.....	11
1.1.3 Renacimiento: inicio y proliferación del cartel.....	12
1.1.4 El Romanticismo y la llegada de una nueva técnica.....	18
1.1.5 El auge del cartel de teatro y el nacimiento del cartel artístico: Chéret, Mucha y Toulouse-Lautrec.....	19
1.1.6 El cartel de teatro del siglo XX y su condición actual.....	23
1.2 Origen y evolución del cartel de teatro en México.....	25
1.2.1 Del rito a la educación evangélica.....	25
1.2.2 Teatro novohispano.....	25
1.2.3 El aviso y el cartel de teatro.....	26
1.2.4 El cartel de teatro del México Independiente.....	27
1.2.5 La aparición del grabado y los diseños de José Guadalupe Posada.....	29
1.2.6 La época contemporánea y la situación actual del cartel de teatro en México.....	31

## CAPÍTULO II

EL CARTEL DE TEATRO: TIPOLOGÍA, LENGUAJES Y FORMAS DE ANÁLISIS.....	36
2.1 Tipología del cartel.....	36
2.2 El cartel y su lenguaje: formas de análisis.....	38
2.2.1 Roland Barthes: el germen de diversas propuestas para el análisis del cartel.....	39
2.2.2 Las propuestas de Georges Péninou y Jean Baraduc en la línea publicitaria.....	40
2.2.3 Aportaciones para el estudio del cartel en América Latina y México.....	42
2.2.4 La semiosis de Umberto Eco.....	44
2.2.5 La retórica, la línea simbólico-cultural y otras formas de análisis de la imagen en el cartel.....	45
2.3 La hermenéutica profunda, propuesta para el análisis del cartel de teatro mexicano.....	50

## CAPÍTULO III

LA CULTURA POPULAR MEXICANA, UN ACERCAMIENTO TEÓRICO.....	60
3.1. Hacia una noción de cultura.....	60
3.1.1 La concepción antropológica: Edward Burnett Taylor, Franz Boas y Bronislaw Malinowsky.....	62
3.1.2 La concepción simbólica Ernst Cassirer, Leslie A. White y Clifford Geertz.....	64
3.2 La cultura adjetivada o la clasificación de las distintas subculturas.....	68
3.3 Aportaciones teóricas sobre la cultura popular Bajtin, Burke, Gramsci, Bourdieu, Passeron, Grignon y Lombardi Satriani.....	71
3.3.1 La cultura popular en América Latina y México: Néstor García Canclini, Rodolfo Stavenhagen, Guillermo Bonfil Batalla, A. Warman y C. Monsiváis.....	80
3.4 Categorías de análisis de la cultura popular mexicana de la primera mitad del siglo XX.....	89

## CAPÍTULO IV

EL CARTEL DE TEATRO MEXICANO Y SU LENGUAJE VERBO-ICÓNICO. ANÁLISIS HERMENÉUTICO.....	90
4.1 Análisis formal (discursivo -texto e imagen).....	98
4.2 Análisis sociohistórico.....	134
4.2.1. Del México de los vales al asalto de la 30-30.....	134
4.2.2. Del México Post-revolución al Maximato: entre revistas y carpas.....	156
4.2.3 Los años 30 y 40, del bolero nostálgico de Lara al mambo de Pérez Prado: el apogeo de las carpas y del teatro de variedades.....	164
4.3 Mecanismos técnicos (carteles del corpus y características de transmisión).....	179
4.4 Reinterpretación y relación tripartita (cartel y lenguaje / contexto / cultura popular).....	185
CONCLUSIONES.....	194
BIBLIOGRAFÍA, ICONOGRAFÍA Y REGISTRO DE ARCHIVOS DE ANÁLISIS.....	198

# INTRODUCCIÓN

## EL CARTEL DE TEATRO EN MÉXICO Y SU INTERPRETACIÓN DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

### BINOMIO TEATRO- COMUNICACIÓN

“La comunicación humana pone en juego a todo el conjunto de la cultura”<sup>1</sup>, señala desde su concepción antropológico-simbólica de la comunicación, el Dr. Julio Amador. En este sentido, determinar los objetos de estudio de la comunicación implica la convergencia de varias disciplinas.

Por fortuna, cada vez es más frecuente encontrar investigaciones adscritas al campo de la comunicación que se vinculan con distintas disciplinas, en este caso el arte escénico y la comunicación.

Hablar del teatro como forma de representación es pensarlo como un acto comunicativo: una relación tripartita entre quien escribe o quien concibe, quien representa y quien observa y/o participa.

Desde sus orígenes rituales, el teatro funcionó como medio de comunicación. Gabriel Weisz ha definido al rito y al teatro como “situaciones representacionales”, dado que el rito es un conjunto de símbolos

y signos pertenecientes a un código socio-cultural<sup>2</sup>. De tal forma, tiene un significado y por tanto *comunica*. Esta es la relación básica entre teatro y comunicación.

Por otro lado, es posible aplicar en el ámbito teatral los niveles de la comunicación humana que algunos teóricos han propuesto: *intrapersonal* (dramaturgo-obra, texto-director), *interpersonal* (director-actor, actor-actor, actor-público), *grupal* (director-actores, actores-público), *organizacional* (director-escenógrafos, diseñadores-vestuaristas, tramoyistas-ayudantes, etc.) y *masivo* (medios de difusión de la puesta en escena: prensa, radio, TV, internet)<sup>3</sup>.



Esquema 1: Niveles de comunicación en teatro.

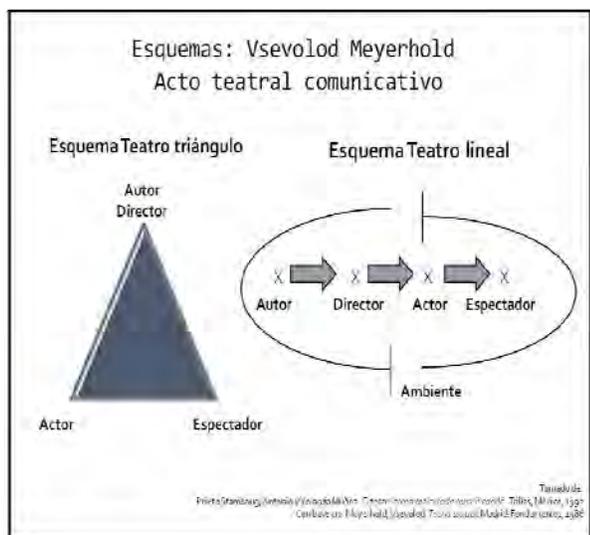
<sup>1</sup> Amador Julio, “Conceptos básicos para una teoría de la comunicación. Una aproximación desde la antropología simbólica”, en *Revista mexicana de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*, México: UNAM, Año L, núm. 203, mayo-agosto de 2008, p. 13

<sup>2</sup>Prieto Stambaugh, Antonio y Yolanda Muñoz. *El teatro como vehículo de comunicación*. México: Trillas, 1992, p. 16

<sup>3</sup> Para una mayor explicación en cuanto a estos aspectos, ver Gallardo Cano, Alejandro. *Curso de teorías de la comunicación*. México: Cromocol, 1990, p.40 a 83

También se puede situar al teatro (como forma de representación) en algunos modelos de la comunicación elaborados por teóricos de ambas disciplinas. Por ejemplo, las aportaciones del teórico ruso Vsevolod Meyerhold, quien propuso dos formas de ver al teatro como proceso de comunicación.

La primera, que denominó *teatro triángulo* (en la cual el espectador percibe el arte del autor y del actor a través de los ojos del director)<sup>4</sup>, representaba para Meyerhold la relación impositiva del director con sus actores. Esto lo llevó a diseñar una segunda propuesta, esquematizada en una *línea recta*, en la que había mayor libertad de comunicación entre autor-director y actor-espectador.



Esquema 2. Acto teatral comunicativo/ Vsevolod Meyerhold

Para Meyerhold el teatro es forzosamente un proceso comunicativo con el público y éste no existe si aquél se limita al aspecto expresivo.<sup>5</sup>

Por otra parte, respecto de la relación entre las teorías y métodos de análisis en comunicación y el arte escénico, sobresale el análisis semiótico aplicado al texto y al montaje escénico, a los códigos teatrales corporales, a los signos verbales y no verbales (kinésicos), y a la distribución espacial<sup>6</sup>.

Finalmente, a partir de las décadas de 1980 y 1990 los estudios de recepción tuvieron buena acogida en el campo escénico y han sido recuperados por investigadores interesados en la formación de públicos teatrales<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Es importante señalar que tanto Meyerhold, como otros teóricos teatrales rusos sentaron las bases para la transformación del teatro en cuanto a los procesos comunicativos humanos, tal es el caso de Constantin Stanislavsky, Antonín Artaud y Bertolt Brecht. Otros teóricos y directores como Eugenio Barba (en Italia) y Nicolás Núñez (en México) recibieron las influencias de los teóricos rusos y sentaron las bases para el trabajo de un teatro que exploró las distintas formas de comunicación humana y simbólica. Para mayor información, ver: Hesse, José. *Breve historia del teatro soviético*. Madrid: Alianza, 1971; Vsevolod, Meyerhold. *Teoría teatral*. Barcelona: Fundamentos, 1998; Stanislavsky Constantin. *Un actor se prepara*. México: Diana, 1994; Barba Eugenio. *El arte secreto del actor*. México: Escenología, 1992 y Núñez, Nicolás. *Teatro antropocósmico*. México: Gaceta, 1983.

<sup>6</sup> Para mayor referencia sobre semiótica teatral ver: Fischer-Lichte, Erika. *Semiótica del teatro*. Madrid: Arco Libros, 1983 (en esta obra la autora hace un estudio sobre el teatro como sistema cultural y analiza de forma muy puntual los diversos códigos teatrales como sistemas signícos (lengua, espacio y códigos cinésicos). Ver también: Bobes, Naves, M.<sup>a</sup>. del Carmen. *Semiología de la obra dramática*, Madrid: Arco Libros, 1997, y Ubersfeld, Anne. *Semiótica teatral*. Madrid: Cátedra, 1989.

<sup>7</sup> Ver antecedentes de recepción con los estudios culturales con la Escuela de Birmingham (Richard Hoggard, Stuart Hall, entre otros)

<sup>4</sup> Prieto Stambaugh, Antonio y Yolanda Muñoz. *Op.cit.* p. 134

## EL CARTEL DE TEATRO Y SUS RECURSOS PERSUASIVOS

Al aplicar los niveles de la comunicación al ámbito teatral, es posible identificar los recursos que el arte escénico emplea para la difusión de sus eventos. Es el caso del cartel publicitario, el cual ha sido uno de los principales recursos para anunciar puestas en escena.

En sus inicios, la publicidad del teatro se hacía “de boca en boca”. Ya los griegos usaron avisos y carteles: el *cartapel*, originalmente hecho de cuero, en el que se escribían unas pocas líneas de recado. De *cartapel* derivan los términos *cartel*, *cartello*, *cartelote*, palabras que expresan la función del cartel: que se fija en un paraje público para hacer saber alguna cosa, en este caso una representación teatral. El cartel es también un aviso, anuncio o suceso próximo.

Desde su aparición a finales del siglo XIX, el cartel de teatro en México se ha transformado: de los avisos (que sólo contenían texto) a los afiches que incluían recursos icónicos. Durante todo el siglo XIX el discurso icónico y verbal presentó una

marcada influencia de los carteles publicitarios españoles.

A comienzos del siglo XX, el cartel de teatro adquirió su carácter nacional. Fueron tres los detonantes principales: primero, el contexto sociohistórico nacionalista; segundo, la creación del Taller de la Gráfica Popular Mexicana, del cual surgieron diseñadores de carteles y se crearon pequeñas casas tipográficas; y tercero, la apertura de más espacios para la representación teatral.



Imagen 4: El cartel, uno de los recursos más antiguos como recurso para la difusión del evento teatral.

El cartel pertenece a un grupo de medios publicitarios denominados –en comunicación visual– *publicidad exterior*. En general está compuesto, de acuerdo con

en Matterlart Armand, y Érik Neveu. *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós, 2004; y los antecedentes de recepción literaria de la Escuela de Constanza.

Roland Barthes, por un mensaje lingüístico y uno icónico.<sup>8</sup>

El cartel es, en este sentido, un soporte múltiple destinado a una recepción masiva. Como medio tradicional, es un recurso confiable para la difusión y socialización de actividades, espectáculos, servicios o productos; pero no sólo se utiliza para fines publicitarios, sino que tiene un rango de acción comunicativa muy amplio, pues los recursos discursivos que aprovecha –texto e imagen– son preconcebidos de acuerdo con sus propósitos específicos.

### Los estudios sobre el cartel y el cartel de teatro

Como medio que promueve o avisa, el cartel ha sido analizado con distintos métodos y técnicas.

Entre las disciplinas que se han interesado por estudiarlo se encuentran la publicidad y el diseño gráfico, las cuales han recurrido, casi invariablemente, a la *semiología* o *semiótica*. Si bien el cartel ha sido abordado también por disciplinas

como la comunicación gráfica, no ha sido cabalmente abordado como objeto de estudio desde el ámbito comunicativo.

En nuestro país, el estudio del cartel ha llamado la atención de diversos investigadores. La mayoría se centran en el análisis semiótico de la imagen o en la semántica del texto; sin embargo, son escasos los trabajos específicos acerca de la función del cartel de teatro en México.



Esquema 5. Formas de análisis del cartel

Muchas propuestas teórico-metodológicas tienen su base en las categorías establecidas por autores como Roland Barthes. Asimismo, diversos investigadores aplican las propuestas estructuralistas de autores como Roman

<sup>8</sup> Aquí el concepto de iconicidad no adquiere el carácter que le aplicó, en el campo de la semiótica, Charles Sanders Peirce, o el que estudiara Umberto Eco, pues se refiere simplemente a la imagen, como lo utiliza Roland Barthes en su estudio sobre la retórica de la imagen en el mensaje publicitario.

Jakobson y Algirdas Julius Greimas, o las aportaciones de Umberto Eco.

Otros estudios se basan en las propuestas semiológicas de autores como Georges Péninou, Jean Baraduc y Henault, o parten de Abraham Moles, para quien el afiche constituye un elemento de la cultura social que orienta los intereses y estilos predominantes de la época.

Finalmente, dos de los autores mexicanos cuyos trabajos han sido retomados en los estudios publicitarios son Eulalio Ferrer y Juan Manuel López Rodríguez.

#### EL CARTEL DE TEATRO COMO OBJETO DE INTERPRETACIÓN DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

“La comunicación no es un mero instrumento neutro para dar forma a lo que ya existe, es una dimensión constitutiva de lo social”<sup>9</sup>, señala Rossana Reguillo.

Además de texto e imagen, el cartel de teatro mexicano posee aspectos aptos para el análisis, como la influencia de escuelas de diseño o la evolución tipográfica. Los signos en conjunto revelan

fragmentos de la evolución del espectáculo escénico en México, así como el estereotipo de los distintos públicos que se crearon en este ámbito.

Lo anterior supone la pertinencia de retomar este objeto de estudio en el ámbito de la comunicación, pues sin duda, además de su función expresiva y su uso ornamental, el cartel es un documento que registra aspectos múltiples del momento histórico y de la sociedad donde surgió. Sea desde el campo de la recepción o desde la semiótica, el análisis de este medio constituye una aportación a la comprensión de los medios masivos y su relación con el público en los ámbitos de la cultura y la comunicación.

De esta manera, el presente trabajo busca determinar el papel del cartel de teatro producido en la capital del país de 1900 a 1950, los recursos con los que se caracterizó en éste a la cultura popular mexicana y la manera en que el contexto sociohistórico definió este proceso de caracterización. En este sentido, importa analizar el tipo de representaciones visuales empleadas en el cartel de teatro.

Respecto de lo anterior, en esta investigación se considera que más allá de

---

<sup>9</sup> Reguillo Rossana, “Pensar la ciudad desde la comunicación, un ejercicio necesario”, en Galindo, Jesús y Carlos Luna (coordinadores). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO-CONACULTA, México, 1995, p. 10-11.

su función publicitaria, el cartel de teatro es una muestra destacada de la caracterización de la cultura popular mexicana del periodo.

Los recursos icónicos y discursivos empleados en el cartel, así como el repertorio que anuncia, definen el público al que va dirigido y son elementos que sirven para interpretar la caracterización de la cultura popular, dado que fueron determinados por el contexto socio-histórico. La representación de estereotipos culturales y la ubicación en la estructura social de los actores involucrados en el contexto del discurso ayudan a interpretar dicha caracterización.

Finalmente, para dar sustento a las afirmaciones anteriores en el presente trabajo se lleva a cabo el análisis del lenguaje del cartel de teatro, se describe el contexto socio-histórico de la Ciudad de México entre 1900 y 1950 y se enuncia el tipo de representaciones visuales de la cultura popular empleadas en los carteles de teatro de la época.

Dado que esta investigación es de carácter documental, se analizan carteles de funciones ofrecidas en teatros de la Ciudad de México entre 1900 y 1950.

La importancia de centrar el análisis en este periodo reside en que fue a inicios del siglo XX cuando el cartel de teatro tuvo una mayor difusión, pues la habilitación de más lugares destinados a estas exhibiciones en la capital del país incrementó las necesidades de producción publicitaria. Asimismo, fue a inicios del siglo XX cuando los carteles de teatro mexicano dejaron de tomar como pauta las construcciones icónicas y verbales de los carteles festivos de España, para crear las propias, según afirma Armando de María y Campos en *El programa en cien años de teatro en México, 1800-1900*.<sup>10</sup>

El *corpus* de análisis comprende quince carteles provenientes del Centro de Investigaciones Teatrales Rodolfo Usigli (CITRU); de archivos pertenecientes la colección “El regocijo ilustrado”, obra de José Guadalupe Posada, y a otras colecciones del Archivo Histórico de la Ciudad de México.

### **Estructura de la investigación**

El primer capítulo trata de los orígenes, evolución y desarrollo del cartel

---

<sup>10</sup> De María y Campos, Armando. *El programa en cien años de teatro*. Enciclopedia Mexicana del arte. Vol. 3. México, D.F. 1950.

de teatro a nivel mundial y su influencia en los orígenes, evolución y desarrollo del cartel en México.

En el segundo se exploran algunas clasificaciones de este medio a fin de situar al afiche teatral, se revisan brevemente algunas propuestas de análisis y se expone la propuesta metodológica de este estudio para analizar el cartel de teatro.

En el tercer capítulo se enmarcan las principales definiciones del concepto de cultura, se hace una revisión del concepto *cultura popular* y se enuncian las

características de la cultura popular mexicana, aspecto que permite fijar las categorías de análisis.

El cuarto capítulo corresponde al análisis hermenéutico. En él se presenta el corpus y se efectúa un análisis de tres fases: *análisis formal o discursivo (interpretación)*, *análisis contextual (interpretación)* y, finalmente, *reinterpretación* de texto e imagen según las categorías analíticas generales sobre la cultura popular establecidas en el tercer capítulo.

# CAPÍTULO I EL CARTEL DE TEATRO

## I ANTECEDENTES, APARICIÓN Y DIFUSIÓN DEL CARTEL DE TEATRO

**T**al parece que no existe registro alguno, o bien, como señala Armando de María y Campos, “difícil es determinar el origen de la costumbre de anunciar las representaciones teatrales por medio de avisos”.<sup>11</sup>



Fig. 1. Portador de cartel de teatro, o sandwich-man, Inglaterra 1890.

De lo que sí podemos dar cuenta es de algunos datos sobre las primeras manifestaciones publicitarias del arte histriónico, mismas que han sido registradas

<sup>11</sup> María y Campos, Armando de. *El programa en cien años de teatro en México. Enciclopedia Mexicana de Arte, Vol. 3.* México: Ediciones Mexicanas, 1950, p. 6.

en investigaciones sobre historia del arte, y algunas otras breves del cartel de teatro publicitario.

Es importante partir de los antecedentes históricos del teatro, pues “la historia de los pósters de teatro está directamente relacionada con la del teatro”,<sup>12</sup> aunque ello no significa que evolucionaran paralelamente.

La diferencia radica en que la organización y el manejo del teatro evolucionaron con la aparición de otras artes, el manejo de patrocinadores y directores, la creación de las escuelas que se instituyeron ya en la época moderna y la aparición de las corrientes vanguardistas en el campo del arte.

Por otro lado, los eventos más importante para la producción y evolución del cartel fueron la aparición de la técnica de impresión (descubierta alrededor del año 1500) y la de la litografía, un método de impresión moderno que se inventó en Alemania en 1798 y que sería utilizado por

<sup>12</sup> Reid Aileen. *Theatre posters.* Madrid: Libsa, 1991, p. 6.

tres de los pintores más representativos en las artes visuales: Jules Chéret, Alphonse Mucha y Henry de Toulouse Lautrec, quienes diseñaron varios carteles de teatro y espectáculos de su época. Asimismo, dichos autores definieron algunas de las pautas más importantes para el diseño del cartel artístico y publicitario, elementos que siguen vigentes en la actualidad.

#### DEL FESTIVAL DIONISIACO AL CIRCO ROMANO

- **El drama griego**

Fuentes documentales revelan que alrededor del año 600 a. C., el autor lírico Arión<sup>13</sup> introdujo el diálogo en el ditirambo –canto religioso en honor a Dionisios, dios del vino y abundancia para los griegos–, antecedente de la estructura del drama.

El siguiente paso lo dio Tespis de Icaria, primer actor, autor y empresario, que introdujo la participación de un personaje que le hablara al coro a manera de diálogo. Tespis diseñó una especie de carro de madera, en el que haría subir a la mayoría de los participantes del antiguo ritual a fin de recorrer algunas poblaciones cercanas a

Atenas y dar a conocer su nuevo espectáculo.

Fue a partir de ese momento cuando el acto ritual en honor al dios del vino griego dejó de ser un acto religioso, para convertirse en una festividad. De esta forma, los festivales dionisiacos (que duraban alrededor de 6 días) representaban también la ocasión para que los nuevos autores dieran a conocer sus obras y compitiesen por un premio, de ahí el surgimiento de los tres dramaturgos griegos más representativos: Esquilo, Sófocles y Eurípides.

Con la aparición de los primeros dramaturgos florecieron los más antiguos géneros dramáticos: la comedia y la tragedia, cuyas características, estructura y naturaleza fueron estudiadas por Aristóteles,<sup>14</sup> y que para nuestros fines es necesario retomar, pues la disposición aleccionadora (las consecuencias de la *hybris*, o desencadenamiento de las pasiones, y el reconocimiento o *anagnórisis* después de la *catarsis*) vista en ambos géneros, permitió al Estado financiar tal evento, dado que sirvió como un medio de instrucción para el público.

---

<sup>13</sup> Macgowan, Kennet y Melnitz William. *Las edades de oro del teatro*. México: FCE, 1997, p. 14.

---

<sup>14</sup> Aristóteles. *Arte poética*. México: Editores Mexicanos Unidos, 1996.

Para el ateniense, asistir al teatro era una actividad de vital importancia, pues representaba un acto cívico (clímax del antiguo ritual religioso). Por eso todos los hombres libres podían experimentar el placer del mismo, y era un evento comparable a los juegos olímpicos.

Al inicio, la admisión al teatro era gratuita. Además de que el Estado se encargaba de pagar a los actores, era obligación de un hombre rico, que tenía el título de *Corega*<sup>15</sup>, financiar la producción (especie de patrocinador).

De esta época no hay evidencia de publicidad o algo parecido<sup>16</sup>. Ello pudo haber sido innecesario, dado el status del teatro como un evento político, educativo e institucional.



Fig. 2. Representación de Comedia griega en vasija de cerámica. Era costumbre de los griegos grabar escenas mitológicas y de la vida cotidiana en vasijas, ánforas y vasos.

### • El *ludi* (juego) romano

Podría afirmarse que el teatro de la Roma Clásica retomó muchos aspectos del griego; sin embargo, con el paso del tiempo el público latino prefirió, más que el drama, las acrobacias, el espectáculo de malabaristas, mimos, carros, peleas de animales y juegos de gladiadores. Había una inclinación a la espectacularidad y la exageración en escenario. Por lo regular eran eventos a gran escala, verdaderamente exagerados, que se convertirían en eventos fársicos o satíricos.

Por lo anterior se puede entender el legado del teatro romano a la historia del teatro: el uso de la palabra *histrión*<sup>17</sup> (comediante, fanteche o bufón), como se les llamaba a los actores, intérpretes o ejecutantes.

La finalidad del teatro romano era entretener al público, más que educarlo. Aunque, gracias a la producción literaria de comediógrafos como Terencio y Plauto, pudo equipararse (en un periodo muy breve) al teatro griego. Macgowan y Melnitz apuntan que:

“si alguna vez el teatro romano tuvo la significación religiosa y cívica que alcanzó el teatro griego, rápidamente la perdió y se

<sup>15</sup> Macgowan y Melnitz. *Op.cit.* p.18

<sup>16</sup> Reid, Aileen. *Op.cit.* p.4

<sup>17</sup> Actor teatral que actúa de forma desmedida y afectada.

convirtió en representación comercial, es aquí cuando surgió el 'empresario' ".<sup>18</sup>

El empresario, que por lo general actuaba, era quien costaba los vestuarios de la compañía —un grupo de actores esclavos libertos— y se encargaba de todos los gastos del espectáculo. Pactaba con los magistrados el estreno de la obra y, si esta gustaba, se les recompensaba con algunos laureles o corona de plata.

El empresario, puede intuirse, era quien realizaba la promoción del evento, casi siempre con acuerdo de los magistrados para apoyar las decisiones del gobierno. El asunto era simplemente entretener: "al pueblo, pan y circo" se convirtió en el principio de dos de los más grandes césares: Pompeyo y Julio César.<sup>19</sup>

Aileen Reid relata que algunas excavaciones en Pompeya han revelado que existía un tipo de propaganda política y económica que sugería un poco de propaganda teatral, y que probablemente existió a gran escala<sup>20</sup>. Se trataba de una producción rústica en la que se anunciaban espectáculos de gladiadores y drama, aunque en menor grado.

<sup>18</sup> Macgowan y Melnitz. *Op. cit.*, p. 20.

<sup>19</sup> Revollo, Cárdenas Julio. *La fabulosa historia del Circo en México*. México: Conaculta/Escenología, p. 40-41.

<sup>20</sup> Reid, Aileen. *Op. cit.* p. 7.



Fig. 3. Ruinas del interior del anfiteatro Flavio o Coliseo

### EL DRAMA RELIGIOSO EN LA EDAD MEDIA

Durante los primeros diez siglos del periodo denominado Edad Media, el teatro fue administrado y dirigido por la iglesia con un fin educativo y controlador: promover la fe cristiana en la población con la exhibición de dramas religiosos, misterios o milagros, para mantener el control de los fieles y asegurar el diezmo. Por ello se escenificaban pasajes de la vida y obra de Cristo, y de santos y religiosos.<sup>21</sup>

Como tales representaciones tenían lugar en los atrios de las iglesias, no era necesario publicitar las funciones. Asimismo, la mayoría del público medieval era iletrada

<sup>21</sup> En Francia, estas dramatizaciones se conocieron como *misterios*, en Italia *sacrerappresentazioni*, en España *Autos sacramentales* y en Alemania *geistliche spiele*. En el *misterio* la idea era la de servir a Dios. El milagro era la muestra de una acción grandiosa por parte de algún santo.

y dado que el propósito de este tipo de teatro no era el lucro, se puede inferir que no había mucha publicidad; sin embargo, en los días de fiesta los monasterios abrían sus puertas a los pobladores y anunciaban con repiques de campana “los dramas litúrgicos que se ofrecían en un patio cubierto o en el pórtico de la casa de Dios.”<sup>22</sup>

Pese a que se publicaron varios decretos y ordenanzas reales en Roma —en contra de las festividades profanas—, no se logró impedir que los bufones de reyes y príncipes invadieran la nave de la iglesia para escenificar en ella sus burlas hacia el teatro sacro.

En esa época también proliferaron los dramas profanos. Éstos tenía varias formas de escenificación: por un lado, se encontraban las mascaradas y representaciones de juglares; por el otro, se encontraba la llamada “fiesta de locos”, una especie de kermesse y procesión en la que se mezclaban dioses profanos (antecedente del carnaval). Tales representaciones eran anunciadas con un ruido espectacular. Los propios actores desfilaban acompañados de

un eco estruendoso para anunciar el evento minutos antes de su presentación.

Por otra parte, al mismo tiempo que progresaba la literatura, se diseminaban en las vallas publicitarias carteles y avisos con pequeños relatos y sucesos. En este contexto aparecieron en Inglaterra los *vexillators* —portadores de un misterio en la época medieval— que eran personas que cargaban pancartas y daban a conocer el evento que minutos más tarde comenzaría, o algún suceso.<sup>23</sup>

#### RENACIMIENTO: INICIO Y PROLIFERACIÓN DEL CARTEL

- **El auge isabelino**

La Europa renacentista vio una vasta producción del arte escénico en todas sus dimensiones. La invención de la imprenta permitió la circulación de dramas y comedias nuevas y con ello la aparición de nuevos géneros, como la pastoral (derivado de la fábula y con tema campestre), la ópera, y otro más de improvisación, como la *commedia dell'arte* italiana, géneros que tendrían gran acogida en los nuevos escenarios destinados para tal fin.

---

<sup>22</sup> Pignarre, Robert. *Historia del teatro*. Buenos Aires: Eudeba, 1962, p. 27

---

<sup>23</sup> Haill, Catherine. *Theatre Museum, Victoria & Albert Museum. Theatre Posters*. London: Her Majesty's Stationery Office, 1983, p. 3

En Inglaterra, durante la época del reinado de Elizabeth I (1538), los dramas religiosos fueron perdiendo popularidad. Para ese momento los espectáculos públicos consistían en representaciones fársicas, interludios y proezas acrobáticas, mismas que se presentaban en plazas o jardines.

Como en el Medioevo, los propios actores anunciaban sus espectáculos de manera oral, y ya para entonces los detalles de las representaciones eran anunciados mediante textos a mano y pegados, probablemente con una especie de cola, en algunas paredes de castillos o posadas alrededor del pueblo y este es, de acuerdo con Catherine Haill, el origen de los posters de teatro en Inglaterra.<sup>24</sup>

Para 1576, poco después de que el trabajo de actor fuera oficialmente reconocido como una profesión y patrocinado por las altas esferas de la política, Jame Urbage, director de la Compañía Leicesters, abrió el primer teatro público en Londres, llamado simplemente *El Teatro* (The Theatre), y para el año siguiente se inauguró el *Curtain theatre*.



Fig. 4. Teatro *The Globe*. La bandera anunciaba la representación de la obra.

En ambos casos las obras fueron publicitadas por un grupo de actores que deambulaba por las calles cercanas (una especie de “marcha”); para ello:

“[...] se diseñaron carteles a mano, y que fueron portados en alto (con los brazos levantados, como pancartas) por algunos de los miembros de la compañía. Éstos desfilaron acompañados por un grupo musical, apenas unas horas antes del espectáculo. Inmediatamente y un poco antes de que iniciara la obra, un hombre que portaba una trompeta anunciaba el inicio del espectáculo con tres llamadas.”<sup>25</sup>

Asimismo se acostumbró izar una bandera pequeña en la parte más alta del teatro. Tal práctica fue conservada durante un tiempo. Más tarde, el sacerdote John Stockwood criticó la manera en que se

<sup>24</sup> *Ídem*.

<sup>25</sup> *Ibidem*. p. 6

anunciaban la obras de teatro; creía que usar la trompeta para convocar al público no era apropiado, y que ante tal situación sería necesario hacer sonar las campanas con estruendo para llamar a los fieles al sermón (pues de esa manera podría convocar a miles de personas).

Los primeros carteles ingleses (cuyas medidas aproximadas eran de 7 x 3 pulgadas) sólo daban a conocer brevemente algunas características de la obra. Para 1587, varios carteles fueron diseñados por John Charlewood quien, en octubre del mismo año, adquirió la licencia de impresor (el único impresor de carteles de teatro) en Londres<sup>26</sup>.

Pese a lo anterior, la práctica de los anuncios con carteles levantados como pancartas continuó hasta finales del siglo XVII, también la costumbre de izar una bandera roja. Del mismo modo, el diseño o elaboración a mano era el recurso inmediato de los teatros de provincia. Para ello se utilizaba una especie de papel reciclado o tela, y se recurría al método del relieve conocido como *leterpress* (se diseñaban tipos en una especie de planchas de madera, se

entintaban por el reverso y se imprimían en la tela o papel).

Muchos textos se imprimieron con la técnica anterior, mientras que los mapas y algunos otros libros –más delicados– eran impresos con el método de grabado (en el que se utilizaban tipos de plata). Ambos procesos perduraron durante el siglo XVI.

Durante el reinado de Elizabeth (Isabel I) –periodo de gran esplendor cultural para el teatro, gracias a las creaciones de William Shakespeare y Christopher Marlowe– se concedió permiso para pegar carteles. Éstos incluían solamente la fecha (sin año), el nombre del teatro, el título de la obra, los actores principales y el dato sobre si era un estreno o una obra presentada con anterioridad.

Los afiches eran colocados en postes de madera o vallas, distribuidos en mesones, colocados en algunas de las paredes de las calles cercanas al teatro o bien, entregados de manera personal en las casas de personas acaudaladas.

El diseño de los carteles de teatro ingleses tuvo varias modificaciones debido a la influencia de otros estilos europeos, como las artes plásticas francesas, ya que a partir

---

<sup>26</sup> *Ídem*.

de la visita de la Compañía de teatro Francés a Londres los diseños ingleses cambiaron.

En la capital inglesa, la Compañía francesa comenzó a distribuir sus propios carteles, que estaban admirablemente diseñados e incluían un color distinto al tradicional: el rojo.

Fue en la época de finales del siglo XVII cuando se incluyó el color en los diseños de carteles y el tamaño de las letras y del soporte aumentaron. Se crearon entonces grandes anuncios de letras rojas combinadas con otras en color negro, que resultaron mucho más atractivos que los clásicos a una sola tinta. De tal forma, la popularidad que adquirieron estos carteles quedó expuesta en un prólogo de la obra de *Motteux*, estrenada en el *Teatro Haymarket* en 1706, en el que se invita a lo siguiente

“Diseñe sus carteles con letras rojas e incremente los precios, usted podrá atraer a una selecto público en un abrir y cerrar de ojos”.<sup>27</sup>

Ciertamente el uso de la tinta roja era más caro, alrededor de 5 chelines más que la negra, sin embargo, eso no fue obstáculo para algunas producciones financiadas por gente acomodada. Y pese a que para junio de

1700 el gobierno de la ciudad prohibió la colocación de los anuncios de teatro en cualquier lugar de la ciudad, desde que la Iglesia los considerara profanos ante el uso del color, los carteles reaparecieron pronto. Es justamente en este periodo de prohibiciones cuando los empresarios y directores de las compañías se vieron obligados a publicitar las obras en los periódicos de la ciudad.

Gradualmente, en los carteles se incluyó más información acerca de las representaciones y se agregó, de manera ocasional, el nombre del autor.

A principios del siglo XVIII otros espectáculos fueron publicitados en carteles, como muestras de danzas, conciertos y mascaradas, cuyos diseños mostraban ya el uso de otras técnicas.

Aunque el cartel de gran tamaño era el preferido por los empresarios y actores, aún a las afueras de los locales se entregaban avisos pequeños (tipo volantes) a los transeúntes, minutos antes de las representaciones, hecho que se podría considerar el origen del programa de mano.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Literalmente: “Put out Red-letter’d Bills, and raise your Price You’ll lure a select Audicence in a trice”. Haill, Catherine. *Op. cit.* p. 4.

<sup>28</sup> Aunque Patrice Pavis señale que “los programas propiamente dichos, ofrecidos o vendidos al público antes del espectáculo datan de fines del XIX”, se puede considerar éste el inicio de tal actividad. En

- El cartel de teatro y el programa de mano

El “programa de mano” apareció a inicios del siglo XVIII; muchos de ellos usualmente pequeños –especie de hojas impresas que indicaban el título de la obra, lugar y hora de presentación, y los nombres y roles de los actores—. <sup>29</sup> Por ejemplo, para la representación de *Cimbelino*, el 5 de mayo de 1779, el *Covent Garden Theatre* mandó diseñar avisos pequeños y un cartel de grandes dimensiones y con dos tintas (roja y negra). <sup>30</sup>

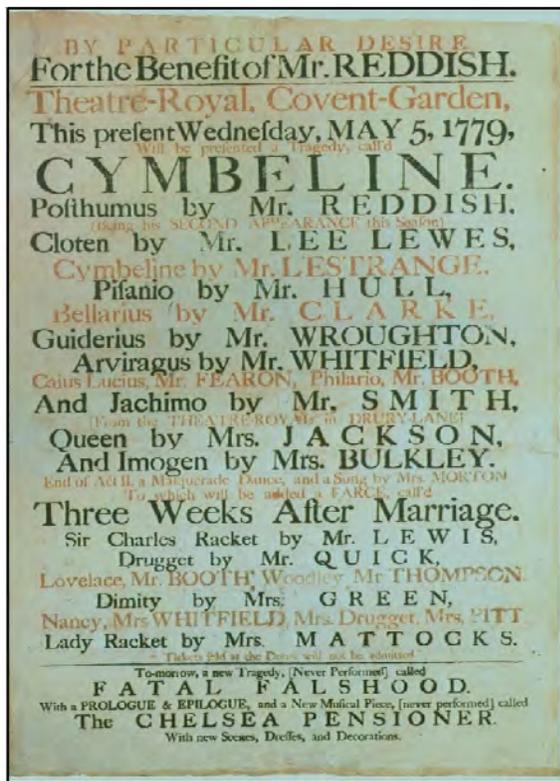


Fig. 5. Póster del *Covent Garden Theatre*, Mayo 1779.

Para finales del siglo XVII, tanto en el cartel como en los nacientes programas de mano, se introdujeron anuncios de patrocinadores (restaurantes, casas de moda, etc.), los cuales pagaban el costo de la impresión de los carteles y las hojas de los programas a cambio de un espacio para anunciarse.

Lo anterior provocó que proliferaran los programas de teatro y los carteles que incluían gran cantidad de anuncios (por los que el espectador tenía que pagar). Así, se decidió separar un elemento de otro.

- El cartel de teatro durante el Siglo de Oro Español

Durante el mismo periodo, en la España de Cervantes hubo comedia, representaciones de églogas profanas, algunos dramas pastoriles y otros divertimentos cortesanos.

Don Armando de María y Campos apunta que algunos autores de comedia y dramas pastoriles como Lope de Rueda, Cristóbal de Avendaño y Cosme de Oviedo, recorrían las villas y cortijos distrayendo a los aldeanos. Llevaban consigo a un muchacho “gritón”, quien recorría las calles aledañas al corral de presentación y cuyo pregón decía, más o menos:

Pavis, Patrice. *Diccionario del teatro: dramaturgia, estética, semiología*.

Paidós: Barcelona, 1993, p. 357.

<sup>29</sup> Reid, Aileen, *Op. cit.*, p. 7.

<sup>30</sup> Haill, Catherine. *Op. cit.*, p. 5.

“Esta tarde, con permiso del señor alcalde, habrá comedia en el corral de la [señá] Lorenza, haciéndose entremés o sainete...”<sup>31</sup>

Casi a finales del siglo XVI se crearon los famosos corrales –patios posteriores de algunas posadas– a los que se les instaló un toldo para formar una especie de jaula (o cazuela) con palcos y balcones.<sup>32</sup>



Fig. 6. Cartel de Teatro, 1619. Archivo Municipal de Sevilla.

Actores y empresarios utilizaron también una forma de publicidad para las representaciones escénicas: anuncios fabricados con papel sin filigrana o de piel de cerdo, entintados en colores rojo y negro, con una tipografía caracoleada.

Mercedes Reyes de la Peña ha realizado un estudio profundo, a partir de algunos carteles conservados en el Archivo Municipal de Sevilla y otros fragmentos que se encuentran en la Biblioteca Nacional de Madrid, en el cual apunta que el invento del aviso del cartel de teatro en el Siglo de Oro se atribuye al comediante toledano Cosme de Oviedo<sup>33</sup>.

Cabe señalar que otros autores también han adjudicado a Oviedo la invención del cartel, como Agustín de Rojas Villandrado en *El viaje entretenido*, obra en la que tres personajes toledanos apuntan:

“SOLANO: Por cierto, la loa es buena y tiene muchas cosas antiguas de la comedia (...)

RAMÍREZ: Un Navarro, natural de Toledo, se os olvidó que fue el primero que inventó teatros.

RÍOS: Y Cosme de Oviedo, aquel autor de Granada quien fue el primero que puso carteles”<sup>34</sup>

De acuerdo con las investigaciones de Reyes de la Peña, en esa época era muy importante anotar en los carteles los nombres de los poetas o dramaturgos y de los actores.

Por otro lado, la autora apunta que también en esta época, hubo en España personas encargadas de pegar carteles, a quienes se les definía como “el cartelero que

<sup>33</sup> De los Reyes Peña, Mercedes. “Los carteles de teatro en el Siglo de Oro”, en *Revista Crítico*n, Núm. 59, Universidad de Sevilla, 1993, pp. 99-118. [En línea] [Fecha de consulta: abril de 2008] Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/obref/criticon/PDF/059/059\\_095.pdf](http://cvc.cervantes.es/obref/criticon/PDF/059/059_095.pdf)

<sup>34</sup> Rojas Villandra, Agustín de. “El viaje entretenido”, en *Historia de teatro español*, México: UNAM, 1976. (El subrayado es mío.)

<sup>31</sup> María y Campos, Armando de. *Op. cit.* p.15

<sup>32</sup> Pignarré, Robert. *Op. cit.* p. 36.

lleva el cartel a la plaza y lo trae”<sup>35</sup> (sic), y cuyo pago se incluía en los libros de cuentas de corrales y comedias.

Como en muchos casos, en España eran los propios actores quienes inicialmente elaboraban los carteles, pero tiempo después aparecieron los copistas y los “pinta carteles”, que eran colocados en la entrada de los corrales de representación, o bien, cerca de la catedral.

#### EL ROMANTICISMO Y LA LLEGADA DE UNA NUEVA TÉCNICA.

Un significativo descubrimiento para el póster fue la invención de la litografía en 1796 por Aloys Senefelder, en Alemania. Aunque desde la mitad del siglo XVII algunos pósters de teatro, especialmente en Francia, fueron ilustrados con la técnica del grabado en piel<sup>36</sup>, no fue sino hasta la invención del grabado en papel que hubo un florecimiento de esa técnica.

De acuerdo con la autora Aileen Reid, en sus inicios la litografía se relacionó con el diseño de cera y aceite sobre piedra, cuyo relieve –repelente al agua–, permitía más

colores, tamaños más grandes y la opción de una reproducción económica<sup>37</sup>.

Como técnica de impresión, la litografía fue introducida en Inglaterra alrededor de 1800 por Rudolf Ackermann y Charles Joseph Hullmandel quienes, luego de visitar Múnich, decidieron establecer la primera casa litográfica en Londres: *The Lithographic Press of London*.<sup>38</sup> Con ello cambiaron las técnicas de diseño e impresión tradicionales (de tipos de madera o grabados).

Poco a poco comenzaron a producirse carteles en grandes cantidades, y ante tal proliferación, apareció un nuevo oficio en Inglaterra: el “pega pósters” o “sándwich man”<sup>39</sup> –personaje similar al cartelero del Siglo de Oro español–, ocupación que continúa vigente con los llamados “volanteros”.

Otra de las consecuencias de esta producción masiva, fue la proliferación de pósters de todo tipo que cubrían la mayor parte de los edificios públicos. Por lo anterior, para limitar el indiscriminado despliegue de pósters y proteger las paredes, en Francia se erigieron una especie de

---

<sup>35</sup> De la Peña Mercedes. *Art. Cit.* p. 103

<sup>36</sup> La técnica del grabado en piel y otras formas de impresión del póster y de ilustración (como el uso del color rojo en el caso del cartel inglés), eran excesivamente caras, especialmente cuando se utilizaba una gama variada de matices. Reid, Aileen. *Op. cit.*, p. 7.

---

<sup>37</sup> *Ídem.*

<sup>38</sup> Haill, Catherine. *Op. cit.*, p. 5.

<sup>39</sup> Reid, Aileen. *Op. cit.*, p. 9.

pilares<sup>40</sup> destinados al uso de los avisos publicitarios, anuncios y mensajes impresos.



Fig. 7. Pilar construido en Francia para pegar carteles y avisos de teatro.

### EL AUGE DEL CARTEL DE TEATRO Y EL NACIMIENTO DEL CARTEL ARTÍSTICO: CHÉRET, MUCHA Y TOULOUSE-LAUTREC

Gracias al descubrimiento de la técnica litográfica, el diseño del cartel de teatro experimentó un giro importante. Más allá de funcionar como el simple aviso de una presentación escénica, adquirió carácter de obra de arte, pues varios artistas de vanguardia se interesaron en esta forma de plasticidad. Sin embargo, la facilidad de

crear avisos de teatro tuvo consecuencias, pues la producción masiva provocó que muchos de ellos no tuvieran buena calidad.

#### • El cartel artístico teatral

El nacimiento del cartel artístico ocurrió en 1870. Acerca de las causas John Barnicoat, señala:

“Aparte de llevar al consumidor medio los movimientos artísticos del siglo XX, el carácter y las limitaciones de la publicidad han influido a veces en la forma y dirección de la pintura. Esto ocurrió por primera vez en 1870, cuando el cartel acababa de nacer”<sup>41</sup>

Puede decirse que el nacimiento del cartel artístico de teatro tuvo lugar en 1871, cuando el *Teatro Olímpico de Londres* presentó el drama *La mujer de blanco*, obra de Wilkie Collins. El cartel fue diseñado por W. H. Hooper y dibujado por Frederik Walker<sup>42</sup>, artista que en muchos aspectos mostraba una tendencia hacia lo contemporáneo. En ése cartel se destacó el diseño minimalista y la poca información incluida: título de la obra y nombre del teatro<sup>43</sup>. La imagen de la mujer, aunque con trazos gruesos, estaba perfectamente delineada; sobre el cuello

<sup>41</sup> Barnicoat, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003, p. 7.

<sup>42</sup> Frederick Walker estudió dibujo en la Real Academia londinense, más tarde se interesó por el grabado en madera y muy joven comenzó a hacer diseños. Fue reconocido como líder del movimiento social de la escuela Realista de pintura.

<sup>43</sup> Reid, Aileen. *Op. cit.*, p. 9.

<sup>40</sup> Haill, Catherine. *Op. cit.*, p. 10.

destacaba un adorno abstracto, diseño que lo hacía más artístico. El uso dos colores era simple, sólo blanco y negro, con un rasgo colorido.

- **La influencia del arte gráfico japonés**

Una de las mayores influencias que recibió el cartel artístico de teatro fue el diseño japonés.

En sus inicios, el cartel de teatro japonés sólo incluía texto; sin embargo, poco a poco fueron incorporándose imágenes delicadas, por lo regular flores. Más tarde, también se incluyeron imágenes de los protagonistas. En el diseño se utilizaban gruesos trazos que contrastaban con la delicadeza de los elementos naturales –varios carteles sobre teatro Kabuki, presentan estas características-.

Ya en el cartel de Frederick Walker se podía apreciar la influencia oriental, sobre todo en el grosor del trazo en la tipografía y en el contorno de las figuras, así como en los ojos. Aspecto que también se vería reflejado en los diseños de artistas como Henry de Toulouse-Lautrec y Jules Chéret, grandes representantes de la época dorada del cartel artístico de teatro.

- **Los grandes exponentes del cartel artístico de teatro: Chéret, Mucha y Lautrec**

Jules Chéret (1836-1933) fue el primer litógrafo que siguió los pasos de Walker, pues una vez que conoció las propuestas del diseñador, consideró que estas representaban un gran avance de la técnica británica que definiría la historia del cartel.

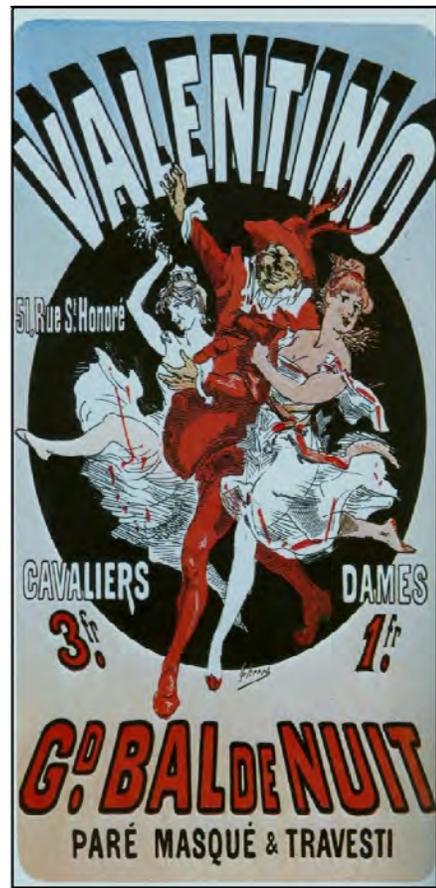


Fig. 8. Póster de Jules Chéret  
Espectáculo de Val Valentino 1869.

Cuando Chéret regresó a París abrió su propia casa de impresión. Aunque no era muy usual que en esa época algún artista de

la talla de Chéret diseñara e imprimiera al mismo tiempo, esta práctica lo distinguió y equiparó con Walker y con los impresores japoneses a quienes tanto admiraba.

En 1900, París era un lugar muy fructífero para el arte. La ciudad había crecido mucho y las creaciones de *Hausmann's Grands Boulevards* eran símbolo del glamour para clase media de la ciudad parisina. En este contexto, el teatro recuperó el vigor que tuvo en el siglo XV; se incluían formas de entretenimiento establecidas, como ópera, teatro clásico de Moliere y Racine así como creaciones de escritores contemporáneos prominentes como Dumas y Sardó. A la par, hubo formas de entretenimiento como la ópera cómica.

Quizá lo más importante, respecto a la producción de carteles de teatro, de este periodo, fueron las creaciones para los programas del *Café Concert*, el *Moulin Rouge* y el *Moulin de la Galette*, cuyos espectáculos eran una mezcla de *Music Halls*<sup>44</sup>.

Los propietarios de esos lugares vieron en el cartel una técnica de mercadeo grande y un tanto exótica. De esta forma, hubo una mayor producción de pósters

artísticos. Y como consecuencia, muchos artistas fueron atraídos por los café conciertos y *music halls*, como Toulouse Lautrec y el mismo Chéret.

La maestría que Chéret mostraba en este medio, radicó en el uso de efectos de luz y en la simpleza de las hojas de sus impresiones. Quizá el primer ejemplo de sus habilidades cartelísticas fue la reproducción del anuncio de la bailarina estadounidense Loïer Fuller realizado para la producción del *Follies Bergère* en 1893.



Fig. 9. Loïer Fuller, póster realizado por Chéret para la producción del *Follies Bergère* en 1893.

<sup>44</sup> *Café Concert & Music Hall*, espectáculos en los que se mezclaba la música, la comedia y la danza, todos de carácter popular.

Fuller causó sensación en ambos lados del atlántico con su serpentina figura, mientras danzaba. Como muchos de sus contemporáneos, Chéret quedó encantado con ese espectáculo; Toulouse Lautrec afirmó que su colega logró captar el espíritu de la bailarina en su cartel.

Chéret consideraba que los carteles funcionaban más como un buen ejemplo de arte en murales; por eso, según Barnicoat, no figuró como el más importante representante del cartel artístico, lugar que ocupa Lautrec<sup>45</sup>.

- **Henry de Toulouse-Lautrec**

Los pósters de teatro de Lautrec son los más reproducidos. Él contribuyó a que el cartel fuera distintivo y considerado un trabajo de arte fino, comparable al trabajo de un pintor y un impresor.

Henri de Toulouse-Lautrec fue el único que pintó espectáculos del *Music Hall* y el *Demimonde*<sup>46</sup> parisino. Solía frecuentar el *Moulin Rouge* y el club nocturno *Montmartre* cuando apareció el "Can-Can". Tomó a las prostitutas, bailarinas y asistentes en general como modelos de su obra.<sup>47</sup>

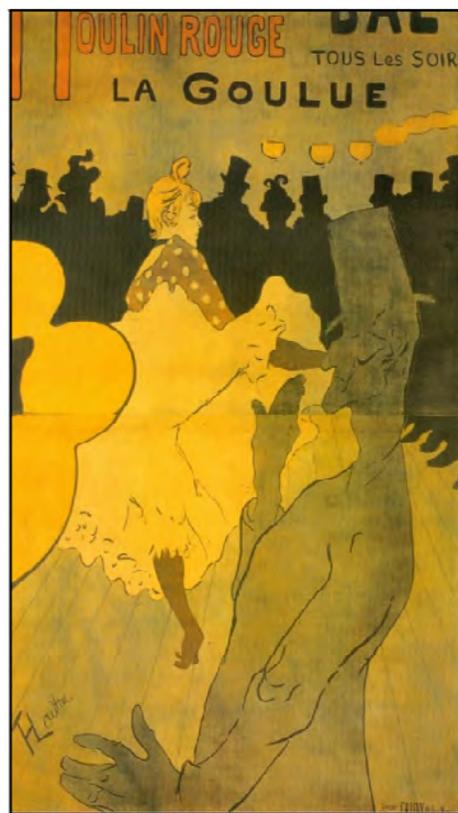


Fig. 10. Moulin Rouge -La Goulue  
Póster de Henri de Toulouse Lautrec, 1891.

Lautrec también recibió la influencia del arte japonés, pero lo que mayormente definió y engrandeció su estilo fue la presencia viva de actores y actrices del teatro de espectáculo nocturno. Lautrec creó un estilo propio, en el que no había una idealización de actores o actrices, sino un realce de sus cualidades histriónicas e fue expuesto con un diseño un tanto caricaturesco.

Este artista vivió caracterizando la esencia de grandes estrellas del *music hall* parisino y de clubes nocturnos como la de

<sup>45</sup> Barnicoat. *Op.cit*, p. 11.

<sup>46</sup> Casa de citas, prostíbulo.

<sup>47</sup> Harris, Nathaniel. *Henry Toulouse-Lautrec, life and works*. London: Book Parragon Serviced, 1994, pp. 30-32.

May Belfort, La Goulue, Yvette Guilbert y Jane Avril; en una ocasión comentó que había visto a Ivette Gilbert treinta veces en actuación antes de capturar su naturaleza.

- **Alphonse Mucha**

La mayor parte de la producción cartelística de teatro de Mucha (1860 -1930) se encuentra relacionada con la actriz Sarah Bernhardt, de quien hizo su primer cartel:

“Como pintor del mito Bernhardt, Mucha demostró ser un compañero perfecto. Su afición por las ropas y joyas exóticas encontró en la personalidad de la actriz una realidad viva.<sup>48</sup>”



Fig. 11. Sarah Bernhardt en *La dama de las camelias*. Póster de Alphonse Mucha, 1896.

El estilo de Mucha ejemplifica cómo el cartel de teatro, al igual que pinturas, diseños y moda de la época, reflejaban el boyante art-decó.<sup>49</sup>

Finalmente, se puede afirmar que estos Mucha, Toulouse-Lautrec y Chéret sentaron las bases del diseño del cartel del siglo XX.

### EL CARTEL DE TEATRO DEL SIGLO XX Y SU CONDICIÓN ACTUAL

Entre 1900 y 1914 hubo muchos avances tecnológicos en cuanto a impresión en color para diseños masivos.

Los tipos de impresión de madera y piedra fueron remplazados por planchas de zinc y láminas de aluminio; asimismo, el sistema de color de la litografía fue perfeccionado combinando el magenta, azul, amarillo y negro. Para ese momento, en América ya se utilizaban las bases del *Offset*, método en el que las imágenes son trasladadas de una plancha entintada a un rollo de goma en el que se enrollaba el papel.

La introducción de la litografía en *Offset* impulsó el desarrollo de la fotolitografía, método por el cual la imagen

<sup>48</sup> Barnicoat John. *Op. cit.*, p. 37.

<sup>49</sup> Tanto el Art-decó como el Art Nouveau fueron estilos que se dejaron ver en el diseño de carteles de teatro. Uno de los máximos exponentes de estas vanguardias fue Alphonse Mucha.

fotográfica era transferida a medio tono a la plancha de impresión.

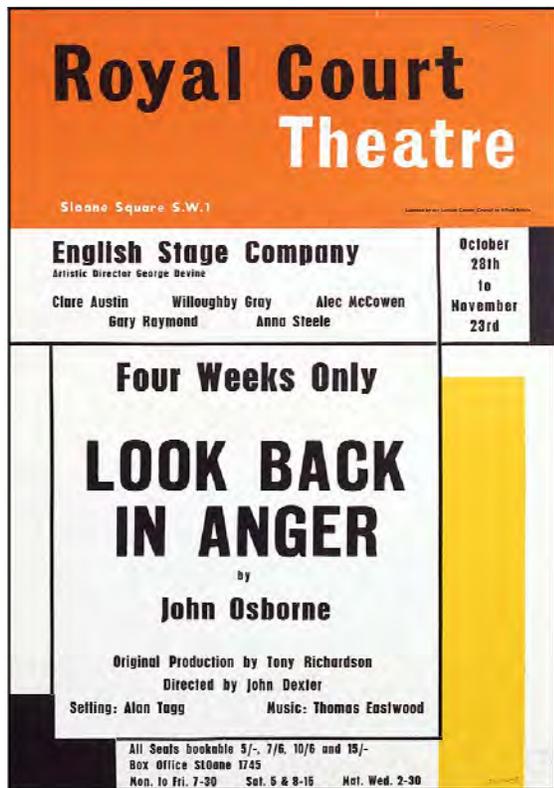


Fig. 13. *Look Back In Anger*.  
Póster de Royal Court Theatre, 1957.

A inicios del siglo XX, la introducción de la serigrafía, como método de impresión también revolucionó la manera de diseñar carteles de teatro. La técnica fue desarrollada en Estados Unidos de América donde fue creada la primera plantilla, que se importaría a Inglaterra. Y ya a mediados de esta centuria, otros estilos artísticos como el pop-art y el arte conceptual, vieron en el cartel de

teatro un buen medio para difundir las propuestas de estos movimientos.



Fig. 14. Póster diseñado por Dewynter Plc, *Cats*, 1981

Finalmente, se puede agregar que, pese a que en la actualidad los métodos de impresión han evolucionado y la producción estándar de póster ha declinado a raíz de la multiplicación de formas de publicidad cibernética, televisiva, radiofónica y alternativa, esta forma clásica de anunciar una puesta en escena continúa vigente.

## II ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL CARTEL DE TEATRO MEXICANO

### DEL RITO A LA EDUCACIÓN EVANGÉLICA

De manera análoga al europeo, el origen del teatro mesoamericano tuvo sus inicios en el ritual prehispánico.

Investigaciones de la Dra. María Sten<sup>50</sup> señalan que tanto el teatro náhuatl como el griego, el egipcio o el hindú están estrechamente relacionados con el ciclo agrícola. Así, la danza, el sacrificio en algunos casos, el canto y la fiesta formaban parte del ritual que se celebraba en honor a los dioses, con la finalidad de agradecerles por la buena cosecha, y dado su carácter religioso, en el caso del teatro prehispánico, era innecesario anunciar tal evento<sup>51</sup>.

Después de la Conquista, el Teatro de Evangelización tuvo una dirección educativa, que en su momento asumieron tanto el teatro griego, como el medieval. De éste último, los frailes evangelizadores retomaron el repertorio y la estructura para realizar su labor con el pueblo indígena, por tanto no había necesidad de

anunciar un evento a través de carteles o propaganda. Lo que se hacía en estos casos era simplemente representar algún pasaje religioso, interpretado por los propios frailes.

Por lo anterior, resulta difícil definir la aparición de los carteles o avisos de teatro en México; sin embargo, puede inferirse que sucedió a partir de los diseños españoles (originalmente fabricados con un trozo de cuero de cerdo en el que se inscribía solamente algunos datos breves sobre el suceso a presentar).

### EL TEATRO NOVOHISPANO

En la época novohispana, los primeros escenarios de representación teatral fueron espacios públicos, como la Plaza Mayor y algunas plazas menores. También se utilizaba cierta especie de carros para las fiestas cívicas y religiosas; se ocupaban patios de colegios, atrios de iglesias y callejones adaptados al estilo del corral español, con el tablado sobre la calle y los espectadores en las aceras y los balcones de las casas circunvecinas.

---

<sup>50</sup> En Sten, María. *Vida y muerte del teatro Náhuatl*. México: SEP SETENTAS, 1a. edición, 1974, 214 pp.

<sup>51</sup> Pese a que no había un espacio que podría llamarse "teatro", en sus *Cartas de Relación* Cortés habla de un "como teatro", ubicado en la plaza de Tlatelolco, donde se realizaban algunas "fiestas y juegos". Ver *Cartas de relación*. México: Editores Mexicanos Unidos, 2ª. edición, 1998, pág. 325.

Algunos otros tablados se levantaban en los portales de las Casas de Cabildo y los atrios de la Catedral.

La publicidad de esos eventos se realizaba a manera de pregón y se difundía de boca en boca. Por tanto, tampoco hay algún registro de publicidad impresa.

Fue en la segunda mitad del siglo XVII (entre 1671 y 1672) cuando se inauguró de manera oficial el primer teatro en México, dentro del Hospital Real de los Naturales, bautizado como Teatro Coliseo.<sup>52</sup>

### EL "AVISO" Y EL CARTEL DE TEATRO

Con el paso del tiempo, para las funciones del Coliseo se imprimió una especie de aviso (sin imágenes) que se destinaba a las autoridades; unos pocos se pegaban a las afueras del local. Aunque también se imprimían carteles grandes o murales, no se les concedía gran importancia; de acuerdo con don Armando de María y Campos, en México el cartel de teatro se

inició a finales del siglo XVIII, aunque se le denominó aviso.

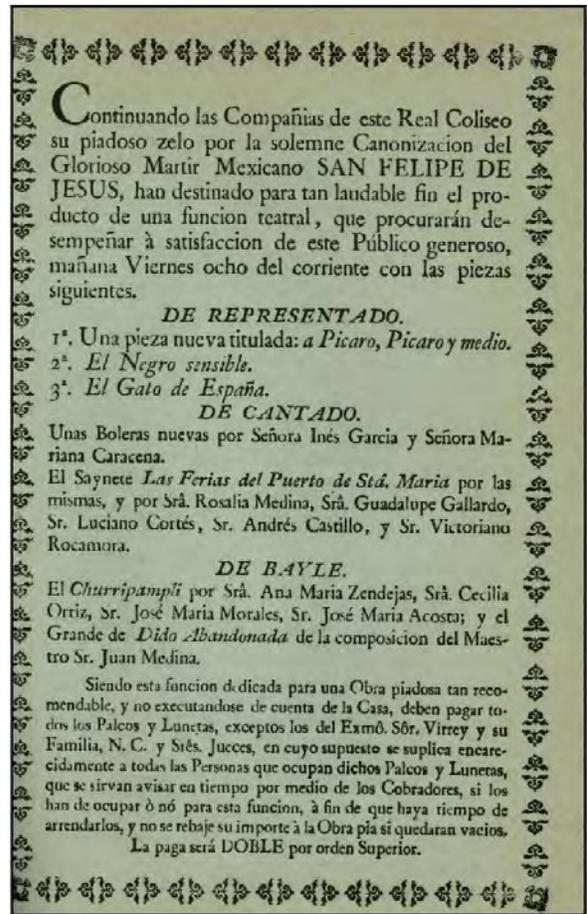


Fig. 15. El programa más antiguo sobre una función en el Coliseo. México, 1823.

Si bien el Ayuntamiento había considerado que era indispensable que los asentistas imprimieran el programa de la función respectiva, no había alguna disposición que indicara que debiera reimprimirse uno por función, lo cual hace suponer que se utilizaba el mismo aviso para las funciones subsecuentes.

Ante el gusto y la afición de la sociedad novohispana por el teatro, hubo

<sup>52</sup> Anteriormente funcionaba como jacalón con representaciones esporádicas; su cédula de construcción se remonta a 1553. De este hecho da cuenta Antonio Magaña Esquivel, en *Imagen y realidad del teatro mexicano*. México: Escenología, 2000, p. 513.

que tomar medidas para su funcionamiento pues, de acuerdo con Pedro Viqueira:

“El teatro en el siglo XVIII era un verdadero macrocosmos, ahí en el escenario, en las gradas y con las reacciones del público se manifestaba la realidad viva de la sociedad novohispana [...] Ahí convivían, rara vez en armonía, las ideas y las creencias de la sociedad, sus mitos y sus esperanzas, el pueblo y la élite, el poder del dinero y las tradicionales jerarquías [...] la moralidad y la desfachatez, el orden y el relajo.”<sup>53</sup>

Debido a ello hubo que “poner el orden en el desorden”: con la aparición del primer Reglamento de Teatros en México, expedido el 11 de abril de 1786 por el virrey don Bernardo de Gálvez, conde de Gálvez, las funciones teatrales del Coliseo se regularizaron. El reglamento fue expedido y notificado, a propósito, con un cartel colocado en la entrada principal. Entre los asuntos principales se señalaba:

“Habiendo acreditado la experiencia en años anteriores el desorden con que algunos concurrentes al teatro han procedido en días de Carnaval [...sigue una serie de disposiciones...] y para que llegue a noticia de todos, se hace saber al público por medio de este cartel.”<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Viqueira Albán, Juan Pedro. *¿Relajados o reprimidos? Diversiones públicas y vida social en la Ciudad de México, durante el Siglo de las Luces*. Tercera reimpresión. México: FCE, 2005, p. 53.

<sup>54</sup> “Reglamento de Teatros en México expedido el 11 de abril de 1786, por el Virrey don Bernardo e Gálvez, Conde de Gálvez”, en Olavarría y Ferrari, Enrique. *Reseña histórica del teatro en México, 1538-1911*. Tomo I. Tercera edición ilustrada. México: Porrúa, 1961, p. 50.

Una vez que se declaró el edicto, la mayoría de las funciones del Coliseo fueron anunciadas por medio de avisos pequeños. Aunque las presentaciones de teatro siguieron la misma reglamentación a lo largo del siglo XIX, fue hasta el Porfiriato cuando el teatro pasó a manos de los empresarios, quienes hicieron un nuevo reglamento —un poco menos restrictivo que el anterior, pero aún con pequeñas limitaciones para el repertorio—.

#### EL CARTEL EN EL TEATRO DEL MÉXICO INDEPENDIENTE

Durante la Guerra de Independencia el teatro declinó y las funciones del Coliseo (el cual sufrió un incendio devastador tiempo después) fueron esporádicas.

Ya durante el periodo de la restauración, los teatros seguían publicitando las obras con avisos escritos, en los que se combinaban diferentes tipografías, pero que aún no incluían imágenes.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX se multiplicaron los locales para representaciones teatrales; entre ellos, el Teatro Principal Nuevo México, el Gran Teatro Nacional (antecedente del Teatro de Bellas Artes) y el Teatro Iturbide.

Comenzaron a diseñarse, además de avisos, algunos cartelones que se pegaban en las afueras de esos lugares.

Según Justino Fernández, citado por Armando de María y Campos, “en el último tercio del siglo XIX se acentuó en esta capital el gusto por los cartelones que anunciaban los estrenos de los teatros Nacional, Principal e Hidalgo”<sup>55</sup>. En la misma cita afirma también que el iniciador de este arte fue el pintor catalán Ramón P. Cantó y que lo secundó Herrera y Gutiérrez<sup>56</sup>. Tales creaciones estaban elaboradas en telas que se reusaban, por lo que su existencia fue efímera.

Larga vida tuvo el aviso. En él predominaba el aspecto discursivo, sobre el icónico, pues simplemente se agregaban detalles o plecas alrededor del texto. Asimismo, iba adquiriendo un carácter poético, pues muchos avisos estaban escritos en verso —aunque un tanto ingenuos—, como el que fue diseñado a beneficio de la bailarina María de Jesús Moctezuma y que informaba:

“Comenzará la teatral función de esta señorita,

<sup>55</sup> Fernández, Justino. “El arte Moderno en México. Breve Historia, Siglos XIX y XX”, citado por María y Campos, Armando de, *Op.cit.* p.18

<sup>56</sup>Fernández Justino, citado por María y Campos, *Op.cit.* p 19.

con esta comedia bonita, *Un corazón maternal*. Deseosa de complacer, a su público sensato, habrá otra pieza en un acto: *El hijo de mi mujer*”<sup>57</sup>

Aun con eso, el aviso imperaba en la publicidad de teatro y tanto éste como los cartelones (los pocos que había), se vieron influenciados por la litografía europea.



Fig. 16. Grabado de 10 x 11, aviso de Teatro Principal, 19 de septiembre de 1880.

Durante toda la segunda mitad del siglo XIX se imprimió una buena cantidad de programas, no sólo de eventos teatrales sino de programas de mano o avisos

<sup>57</sup> Reyes de la Maza Luis. *Circo, maroma y teatro (1810-1910)*. UNAM, México, 1985, p. 90

pequeños, mismos que fueron recopilados por Armando de María y Campos<sup>58</sup>, quien además describe el contenido de los avisos, en cuanto a diseño, repertorio y casas de impresión. En estos se puede resaltar el uso de tipografía clásica, combinada con varias familias (con o sin serifas) e influenciada por los estilos europeos –sobre todo el español– y acompañada de algunos ornamentos.

En esa época apareció la impresión de “tiras”; una especie de impreso de papel delgado y corriente en un angosto formato vertical, que fueron diseñadas con un estilo muy modesto, debido a la rapidez con la que se imprimían.

A finales del siglo XIX uno de los teatros más populares, el Hidalgo, tuvo su propia imprenta para publicidad; además, de sus prensas salieron otras publicaciones de carácter popular, creaciones de los hermanos Manilla (familia de dibujantes y grabadores), que ejercieron una fuerte influencia sobre José Guadalupe Posada.



Fig. 17. Publicidad de los talleres del Teatro Hidalgo, México 1880.

#### LA APARICIÓN DEL GRABADO Y LOS DISEÑOS DE JOSÉ GUADALUPE POSADA

A finales del siglo XIX y durante la primera década del XX, el grabado y la litografía fueron los medios de impresión más usados en los carteles de teatro, sobre todo porque era una técnica económica y sencilla.

- **Sobre la técnica del grabado y la técnica litográfica**

Pese a que la técnica del grabado en México inició en la época Colonial (ante la necesidad de reproducir imágenes religiosas), y la de la litografía hasta mediados del XVIII, fue a finales del siglo XIX y principios del XX cuando ambas

<sup>58</sup>De María y Campos, Armando de. *Op.cit.* 9-57 pp.

técnicas proliferaron, debido al descontento social de un amplísimo sector de la población, que halló un espacio de manifestación en la impresión de caricaturas políticas en la prensa clandestina. Entre los periódicos más conocidos se encontraban: *El diablito rojo*, *El Satanás*, *El malcriado* y *El Quijote*, periódico hablador pero no embustero"; *La gaceta callejera*, y más tarde *El Ahuizote* y *El hijo del Ahuizote*.

Todos utilizaban la técnica de la litografía y el grabado en plancha, y en más de tres de esas publicaciones participó José Guadalupe Posada, ya con muestras de su ingenio popular o de su crítica mordaz.

• **La producción cartelística de José Guadalupe Posada**

Una parte importante del trabajo de sus últimos años (1897-1900 aprox.), fue la ilustración de programas y carteles de teatro, así como carteles de gallos, toros, luchas y circo.

Posada diseñó varios carteles del Teatro Hidalgo; de hecho, el corpus de análisis de la presente investigación incluye parte de la producción de este autor, sobre

todo la que corresponde a la primera década del siglo XX.

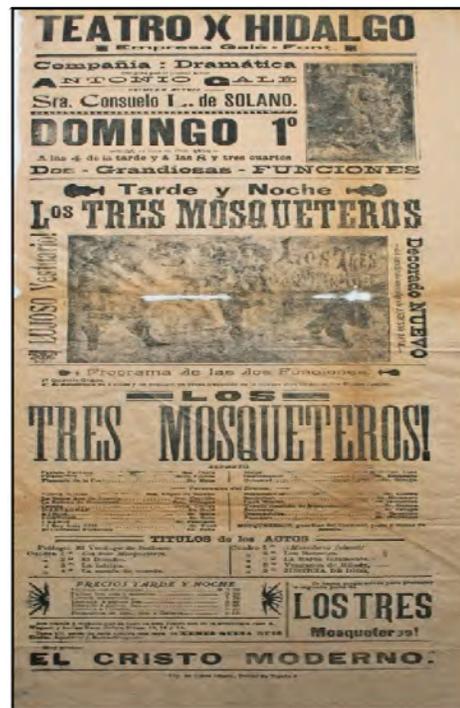


Fig. 18. Cartel de teatro Hidalgo, 1o. de julio de 1906. Diseño de José Guadalupe Posada.

En esa época, la imagen en el cartel de teatro, gracias a la técnica del grabado, tuvo una buena acogida debido a que gran parte de la población era analfabeta y los elementos icónicos del cartel cumplían la función de ilustrar persuasivamente el aviso<sup>59</sup>. Existía una variedad de tamaños, pero predominaban los de 60 x 40 cm; y otros más pequeños y alargados, como las tiras.

<sup>59</sup> De acuerdo al Archivo sobre "Estadísticas Históricas de México", del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, entre 1895 y 1910 el índice de analfabetismo oscilaba entre el 82% y 72.3%.

Por esos años comenzaron a proliferar las “tandas” –una serie de varios espectáculos por el mismo precio– que ofrecían un nutrido repertorio, durante el cual el espectador podía marcharse, si así lo deseaba, al término de cualquier espectáculo. Las tandas eran anunciadas también en tiras y a veces en cartelones.

#### • La introducción de la fotografía

A finales del siglo XIX y principios del XX la fotografía comenzó a introducirse como un elemento del cartel. Aunque la cámara daguerrotipia llegó a México a finales de 1839, el estilo se perfeccionó décadas más tarde; de la fotografía retrato a la fotografía paisaje y la nacionalista.

El propósito de la fotografía en el cartel de teatro era atraer al público que reconocía a las estrellas. Además, los patrocinadores ahorraban dinero al prescindir de un artista que decorara los carteles, pues la fotografía era mucho más barata y fácil de producir en serie.

Aún así, el diseño artístico siguió conservándose durante las décadas siguientes, desde luego que en menor grado. En la actualidad predomina el

diseño por computadora y, al menos en el cartel de teatro, a diferencia del cinematográfico, la imagen del actor en cuestión no tiene demasiada relevancia.

#### LA ÉPOCA CONTEMPORÁNEA Y LA SITUACIÓN DEL CARTEL DE TEATRO MEXICANO

La situación política del México de inicios del siglo XX tuvo repercusiones en el arte escénico, de tal forma que el repertorio de la época no fue tan nutrido. Se recuperaron muchos dramas españoles de capa y espada y se escribieron otros tantos. En ese entonces el teatro de revista acaparó los escenarios con obras como *El tenorio maderista*, de José F. Elizondo, y *El país de los cartones*, de Prida Santacilia, Ortega y Castro Padilla, revistas en las que resaltaba el nacionalismo.

Las obras seguían utilizando como medio de difusión la tira o cartel, los cuales simplemente se colocaban a las afueras de los locales de presentación y su duración era efímera.

#### • El teatro de revista

En aquellos años apareció el teatro de revista, género que adoptó la estructura de la zarzuela, pero con un contenido político

y satírico, acompañado de baile y otras variedades.



Fig. 19. Propaganda de dos grandes divas, aparecida en *El Quijote*, 1922. Archivo hemerográfico de Pablo Dueñas.

La gente iba a ver los espectáculos, a divertirse y a admirar a las grandes divas del momento. El teatro de revista tuvo su auge al término de la Revolución y hasta la década de 1940. Existen pocos registros acerca del tipo de publicidad que se usaba para esa clase de teatro, aunque se puede intuir que se usó la tira promocional para informar al público; este recurso se utilizó también en la carpa, donde igualmente

trabajaron algunos actores del teatro de revista.

### • La carpa

Durante la década de 1930, en la Ciudad de México existieron teatros de comedia y revista como el Lírico, el Iris, el Arbeu, el Principal y el Fábregas. Debido a los efectos de la crisis de 1929, algunos tuvieron que cerrar temporadas enteras; otros se convirtieron en cines y muchos cerraron definitivamente. Buena parte de los artistas optaron por trabajar en otros espacios, como los pequeños y oscuros locales donde se presentaban cantantes, cómicos, tiples y vicetiples (bailarinas): las carpas, especie de jacalones de madera donde las mofas y la crítica política que efectuaban los artistas lograban que el público se desternillara de risa.

De acuerdo con la Dra. Socorro Merlín, de las carpas no se conservan carteles que hayan registrado los eventos, pues las presentaciones eran efímeras y muchas veces improvisadas. Para eso se imprimían unas tiras que se entregaban a los transeúntes y en ocasiones se diseñaban cartelones [con un estilo un tanto burdo] que se colocaban a las afueras de los jacalones, como La

Berumen, el Teatro Modelo o el Salón Amaro. La Dra. Merlín, también apunta que había otra especie de cartelones que se diseñaban minutos antes de la representación o, por mucho, un día antes, y eran colocados en algunas mamparas a las afueras de los locales.<sup>60</sup>



Fig. 20. Izq. Programa de la carpa Noris, 1935. Der. Programa de teatro Iris, 1931. Archivo de Jesús Flores Escalante y Pablo Dueñas, respectivamente.



Fig. 21. Carpa “La Berumen”, en ambos costados puede verse el tipo de cartelones o “cartelones” — según Socorro Merlín — que informaban sobre el repertorio.

### • La época de la modernidad

La época del “milagro mexicano” fue, según Armando de María y Campos, “triste y pobre para el teatro y la tipografía en México”.

El diseño de los programas de mano y los cartelones no sufrió muchas variaciones. Aunque seguían empleándose recursos fotográficos y tipografías diversas, se usaba más texto que imagen.

<sup>60</sup> Entrevista realizada a la Dra. Socorro Merlín, investigadora del Centro de Investigaciones Teatrales Rodolfo Usigli, CNART, México, en octubre de 2006. La Dra. Merlín ha investigado ampliamente el teatro de carpa y muchos de los datos más importantes se encuentran reunidos en su libro *Vida y milagros de las carpas. La carpa en México, 1930-1950*. CITRU, CNART, 1995, 234 pp.



Fig. 22. Programas de obras Palacio de Bellas Artes, 1954. La tipografía en ambos casos es clásica y carecen de imagen, pues el propósito de ese tipo de teatro no era atraer al “gran público”.

Con la creación del teatro universitario, en la segunda mitad del siglo XX fueron las instituciones universitarias y el Departamento de Bellas Artes quienes se encargaron de mandar diseñar los anuncios para las representaciones.

Para la década de los 1970, un grupo de jóvenes empezó a incorporar trabajos de diseño en imprenta. Bajo la dirección de Vicente Rojo, comenzaron a trabajar en

una especie de taller, a manera de colectivo. Estos diseñadores (Luis Almeida, Carlos Gayou, Eduardo Téllez y Carlos Palleiro), sentaron las bases del diseño de carteles, sobre todo de cine y algunos de teatro.

- El papel del diseñador como intérprete de la obra en el cartel actual

En la época actual, el cartel de teatro mexicano ha incorporado elementos fotográficos manipulados digitalmente mediante programas de edición de imágenes.



Fig. 23. Cartel de *Historia de una asesina*, México, abril de 2008.

Lo que predomina es la imagen y no el texto. El concepto de la obra –es decir, de la puesta en escena– adopta otras dimensiones: además del director, el diseñador intenta captar la esencia de la obra y exponerla, desde un punto de vista particular, al público.

De este modo, más allá de una mera ilustración, el cartel de teatro mexicano se ha convertido también en un arte conceptual y desde sus inicios como *pregón, aviso, anuncio, cartel* o *cartelón* no ha dejado de cumplir su función principal: comunicar y representar en un trozo de papel un aspecto de la cultura nacional.

## CAPÍTULO II

### EL CARTEL DE TEATRO: TIPOLOGÍA, LENGUAJES Y FORMAS DE ANÁLISIS

Como medio que promueve o avisa, el cartel, afiche, póster, manifiesto o *bill* ha sido analizado con distintos métodos y técnicas a lo largo de su historia.

Algunas de las áreas que se han interesado por estudiar el cartel son la publicidad y el diseño gráfico; en ambas se le considera un medio de comunicación compuesto tradicionalmente por texto e imagen.

Para la fundamentación de sus análisis, dichas disciplinas han recurrido a disciplinas como la *semiología* o *semiótica*,<sup>61</sup> puesto que tanto imagen como texto encuentran su naturaleza en una relación simultánea, tal como lo concibió Charles Sanders Peirce, quien definió la semiótica como la “teoría general de los signos”. Así, el cartel de cualquier clase, o inserto en

cualquier tipología, es un compuesto de signos y símbolos.

El propósito del presente capítulo es mostrar, en principio, algunas de las formas en las que se ha clasificado este medio, a fin de ubicar el lugar que ocupa el afiche teatral. Posteriormente se hará una breve revisión de algunas propuestas de análisis para, finalmente, enunciar la propuesta teórica metodológica para el análisis del cartel de teatro que corresponde a este estudio.

#### TIPOLOGÍA DEL CARTEL

Existen diversas maneras de definir al cartel así como de clasificarlo.

Un cartel puede especificarse tan metafóricamente como “un escándalo visual”,<sup>62</sup> o “un grito pegado en la pared”.<sup>63</sup> Asimismo puede agruparse según su tamaño, intención, función, o lugar en el que se coloquen.

Abraham Moles – uno de principales estudiosos del cartel – clasifica al *afiche* de

---

<sup>61</sup> El concepto *semiótica* o *semiología* remite a la raíz griega *semeio*, “signo”, “diagnóstico” u “observación de los síntomas”. Las raíces de la semiología se encuentran en Saussure, quien en 1916 la definió como la “ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Ferdinand de Saussure. *Curso de semiótica general*. México: Fontamara, p. 43.

En Estados Unidos de América, Charles Sanders Peirce definió la semiótica como la “doctrina de la naturaleza esencial de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiosis”. Citado por Eco, Umberto. “La definición de Peirce” en *Tratado de semiótica general*. México: Debolsillo, 2005, p. 32.

En esta segunda visión Peirce destaca la función lógica del signo. Así, *semiología* y *semiótica* poseen un origen paralelo que se remonta a principios del siglo XX, en el que la única diferencia es el del término. El primero fue empleado por los europeos, mientras que el segundo fue acuñado en EUA.

---

<sup>62</sup> Savignac, diseñador de carteles en la Francia de los años 70, citado por Abraham Moles, en *El afiche en la sociedad urbana*, Buenos Aires: Paidós, 1976, p. 125.

<sup>63</sup> Beltrán y Cruces, Ernesto. *Publicidad en medios impresos*. 6a. ed. México: Trillas, 2006, p. 103.

acuerdo con su contenido y por su intención social en: publicitarios y no publicitarios.



Fig. 1. Clasificación del cartel, de acuerdo con Abraham Moles.

Moles señala que es necesario concebir al segundo grupo como anuncios impresos y en general como propaganda, en lugar de publicidad.

“No todo afiche es publicitario. Muchos, frecuentemente de los mejores, son realizados por organismos no publicitarios. Las innumerables entidades que quieren dar a conocer su acción al público: la Unesco, la FAO, Liga contra el alcoholismo, etc., utilizan las mismas técnicas: pegar contra una pared, a la vista de todo el mundo, una hoja de papel grueso impresa con imágenes o signos acompañadas de un texto.”<sup>64</sup>

En este sentido, el cartel de teatro se sitúa en ambas categorías puesto que se diseña tanto por grupos que no persiguen el lucro – cuya intención es simplemente anunciar el evento – como por los que sí lo buscan.

Por otro lado, una de las clasificaciones más estrechamente relacionadas con la presente investigación es la de Alicia Poloniato<sup>65</sup>, quien agrupa el cartel, de acuerdo con la intencionalidad de sus emisores y por el tipo de discurso, en:

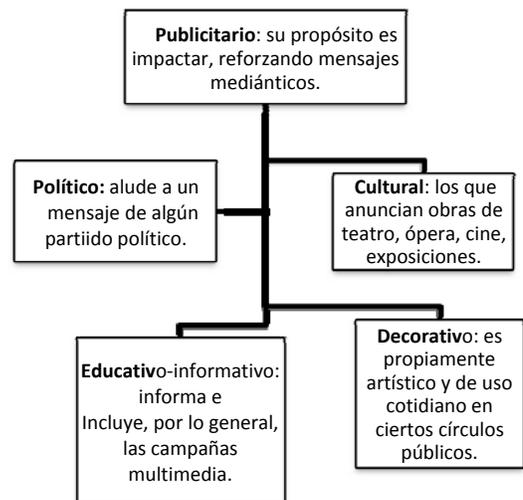


Fig. 2. Tipología del cartel, según Alicia Poloniato.

Aunque en la clasificación de Poloniato el cartel de teatro se ubica dentro de la línea cultural, si atendemos a la definición amplia de cultura se pueden situar en este rubro todos los tipos de carteles.

En otros estudios se considera una tipología más, en la cual se denomina *cartel festivo* a todo aquel que alude a una celebración:

<sup>64</sup> Moles, Abraham. *El afiche en la sociedad urbana*. Buenos Aires: Paidós, 1976, p. 13.

<sup>65</sup> Poloniato, Alicia. *La lectura de los mensajes. Introducción a l análisis semiótico de mensajes*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, 1998, p. 154-157.

“Se conoce como cartel festivo al medio impreso cuya información se refiere a conmemoraciones públicas, tanto urbanas como rurales, y celebraciones religiosas tradicionales que tienen lugar con motivo de las fiestas patronales de los diferentes pueblos y barrios, ocasiones en que se reúnen los aspectos religiosos y profanos de una comunidad.”<sup>66</sup>

Si consideramos el origen y evolución del teatro, podemos observar que varios de los elementos que aluden al concepto *festivo* se relacionan con este evento escénico, aunque actualmente no se trate de una conmemoración pública ni una celebración religiosa tradicional.

Con la finalidad de encontrar una clasificación adecuada al propósito de esta investigación, se sugiere la tipología *festivo-cultural* para el cartel de teatro. Por festivo se entiende el aspecto de la representación, del disfrute, del gozo, o la emoción catártica que el evento de carácter *humano-corporal* puede provocar. Esto responde también al uso e implicaciones que tiene la tipología *cultural*, en la que se agruparían todos los tipos de carteles: publicitarios y no publicitarios, políticos, artísticos, educativos y decorativos, mismos que han evolucionado con los procesos culturales de la historia.



Fig. 3. Propuesta tipológica para el cartel de teatro

Finalmente, antes de revisar las diversas maneras en que se ha estudiado el lenguaje del cartel, determinaremos las características principales de este medio en el arte escénico.

Características básicas del cartel de teatro	
➤	El cartel es el medio más tradicional para informar de un evento teatral.
➤	En cuanto a tipología es conveniente ubicarlo dentro de la línea <i>festivo-cultural</i> .
➤	Como medio de comunicación: informa, o da aviso de alguna función de teatro o representación escénica.
➤	Se considera como un medio de publicidad exterior pues se coloca en lugares donde transite un gran número de público.
➤	Como todos los carteles, está compuesto por texto e imagen.

### EL CARTEL Y SU LENGUAJE, FORMAS DE ANÁLISIS

Mucho se ha hablado de la historia del cartel y también de su tipología. En cuanto a los modos en los que éste se ha estudiado, o los análisis que se han realizado para este soporte, existen diversas visiones.

<sup>66</sup> López, Bruno. “El cartel festivo”, en *México en el Tiempo* No. 16 diciembre 1996-enero 1997.

## Roland Barthes: el germen de diversas propuestas para el análisis del cartel.

Roland Barthes<sup>67</sup>, pionero en los estudios del cartel publicitario, estableció categorías de análisis para este medio y ha sido referencia para muchas investigaciones sobre el cartel.

En *Retórica de la Imagen* (1964)<sup>68</sup>, Barthes analizó la imagen publicitaria de un anuncio de pastas “Panzani” (*un par de paquetes de pasta, de la marca Panzani, dentro de una red de color blanco, en la que se observan, debajo de los paquetes, varios pimientos y cebolla. Casi encima de la red, se sitúa una lata de salsa para pasta y abajo de ésta un paquete de queso parmesano, ambos con la marca Panzani*). En este anuncio, el autor distinguió tres tipos de mensajes: el mensaje lingüístico, el mensaje icónico o imagen denotada y el mensaje plástico o imagen connotada. Barthes halló en el mensaje una serie de signos y de sentidos que demostraron la aplicación de la técnica retórica en la expresión visual.

El autor afirma que la retórica clásica es parte de la ideología y por esta vía la

lectura del mensaje icónico —sobre todo— y textual, muestra la existencia de códigos que evidencian valores culturales de la sociedad en la que fue publicado.

Uno de los principales señalamientos que hace Barthes en su primer estudio se refiere al mensaje lingüístico, el cual, asegura, cumple dos funciones: *anclaje* y *relevo*. Lo que el autor denomina *anclaje* apoya a la imagen y tiene una función denotativa; es decir, el mensaje refuerza el significado de la imagen y adquiere mayor importancia. Al contrario, el *relevo* no otorga ningún sentido a la imagen sino que explica lo que el mensaje icónico no puede expresar por sí mismo. De este modo, el mensaje lingüístico ofrece mayor información que cuando se presenta simplemente como anclaje.

En ambos casos, el mensaje icónico pierde peso y es desplazado por el mensaje lingüístico. Este rasgo despertó críticas, como la que efectuó años más tarde Jean Baraduc en su obra *La denotación en los anuncios publicitarios*<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> Roland Barthes formó parte de la escuela estructuralista de Ferdinand de Saussure y es reconocido por sus publicaciones dedicadas al estudio de los signos; sus escritos abarcan el estudio de los signos en la literatura, la vida cotidiana y otros campos.

<sup>68</sup> Barthes, Roland. “Retórica de la imagen”, en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*. Barcelona: Paidós, 1986, p. 29-47.

---

<sup>69</sup> En Marafioti, Roberto. *Aportes de la semiología en el análisis publicitario*, a su vez recuperado por el mismo autor en *Los significantes del consumo: Semiología, medios masivos, y publicidad*. Buenos Aires: Biblos, 2003, p 180.

Roland Barthes, uno de los fundadores de la *Escuela de Análisis Semiótico Francés*, ha sido el creador de la base teórica y metodológica de diversos estudios subsecuentes (en imagen y texto publicitarios y no publicitarios). También se le ha calificado como estructuralista; no obstante, él no se autodenominó como tal. Sus aportaciones fueron más allá del simple análisis binario, por ejemplo, sus reflexiones en obras como *Mitologías* y algunos ensayos como los recogidos en *Crítica y verdad* (1966) y *El imperio de los signos* (1970). En una ocasión afirmó que el estructuralismo era simplemente una serie de operaciones mentales:

“El estructuralismo no es una escuela ni un movimiento, no existe razón alguna para restringirlo a priori al pensamiento científico [...] el estructuralismo es esencialmente una actividad, es decir, la sucesión regulada de un cierto número de operaciones mentales.”<sup>70</sup>

### **Las propuestas de Georges Péninou y Jean Baraduc en la línea publicitaria**

Buena parte de los estudios del cartel han tomado como base las propuestas de Barthes en torno a los componentes del cartel publicitario; algunos otros, la línea

que —como respuesta a las propuestas iniciales de Barthes— propusieron autores como Georges Péninou, Jean Baraduc y François Henault.

Georges Péninou es también uno de los pioneros en el estudio de la imagen publicitaria. A partir de un anuncio de la cerveza Indian Tonic Schweppes (*el cual muestra dos escenas: una mano enguantada que eleva la bebida y una pareja jugando golf*) diseñó su propuesta de análisis denominada *estructura del manifiesto*, en la que, a diferencia de Barthes, señala que era necesario no confundir el mensaje o sustancia con el soporte, determinado por el autor como manifiesto, ya que dicho manifiesto contiene en sí diversos mensajes distintos<sup>71</sup>.

En el anuncio, Péninou distingue tres textos en lugares distintos, con una composición no lineal y cuya función no necesariamente sirve como anclaje o relevo (propuesta barthiana). El autor agrega que si bien todos los mensajes que se encuentran en el anuncio “contribuyen a hacer la publicidad, no concurren con ello en el mismo grado”.<sup>72</sup>

<sup>70</sup> Barthes, Roland. *Ensayos críticos*, citado por Marafioti, Roberto en *Sentidos de la comunicación*. Biblos. Buenos Aires, 2003 p. 35.

<sup>71</sup> Péninou, Georges. *Semiótica de la publicidad*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976, p. 52.

<sup>72</sup> *Ibidem*, p. 51.

Respecto de la composición icónica, Péninou retoma las propuestas de Barthes en *El sistema de la moda*<sup>73</sup>, específicamente lo que concierne a la denominación de soporte y variantes –imagen principal y elementos secundarios–, y afirma que el mensaje icónico emite a su vez dos mensajes: uno de referencia y otro simbolizado.

De este modo, para efectuar el análisis icónico Péninou propone partir del recuento de dos unidades icónicas distintas: las que se notan a primera vista o imagen principal –soportes– y lo que genera éste soporte –variantes–.

Por su parte, Jean Baraduc, en *La denotación en los anuncios publicitarios*,<sup>74</sup> sostiene que las funciones anclaje y relevo que propone Barthes restan importancia a la imagen, pues la limitan en todos los sentidos. Este autor propone retomar elementos que sólo la imagen puede brindar y que permiten efectuar un análisis más profundo: el color o código cromático, la luminosidad y la nitidez.

Al igual que Barthes y Péninou, Baraduc parte del análisis de un mensaje publicitario para fundamentar sus afirmaciones. Se trata del anuncio de cigarrillos Sobranie Virginia, cuyo único texto expresa: “El cigarrillo que refleja gusto”; el resto del anuncio lo ocupa –en primer plano– *un paquete de cigarrillos acompañados de un encendedor; al fondo se encuentra una pareja en un restaurante y en el último plano se observa un ramo de flores y una botella de coñac.*

Con el examen de esta imagen Baraduc realizó un análisis estructural binario de los códigos cromáticos y los elementos de luminosidad, nitidez, etcétera.

En conclusión, se han expuesto brevemente las propuestas teóricas de Péninou y Baraduc, porque si bien Barthes tuvo buena acogida dentro de los estudios del anuncio publicitario y cartelístico, tanto Péninou como Baraduc fueron retomados en algunas investigaciones, sobre todo en América Latina y particularmente en México.

---

<sup>73</sup> En *El sistema de la moda*, 1978, Roland Barthes realiza un análisis estructural del vestido femenino según los discursos de las revistas de moda de los años 60, y establece categorías de oposición en cada una de ellas.

<sup>74</sup> Citado por Roberto Marafioti. *Op.cit.* p. 180

## Aportaciones para el estudio del cartel en América Latina y México<sup>75</sup>

### Abraham Moles

En América Latina, muchos estudiosos han dedicado sus investigaciones al análisis del cartel. En principio, Abraham Moles, en *El afiche en la sociedad urbana*<sup>76</sup>, propone una metodología para el análisis del cartel que si bien retoma aspectos teóricos de Barthes, nos acerca más al examen de este medio en el ámbito psicosocial.

Para Moles, el afiche constituye un elemento de la cultura social que orienta los intereses y estilos predominantes de la época. En la obra mencionada, los temas más relevantes se refieren a la situación social del cartel: las funciones comunicativas y las técnicas visuales en el campo del diseño gráfico.

En cuanto al análisis del lenguaje, este autor crea su propia metodología y categorías, y recupera sólo algunos elementos de la semiología estructuralista. Si bien recurre a conceptos como connotación y denotación, Moles analiza la

situación social del cartel a partir de la teoría clásica de la comunicación —emisor, mensaje, receptor— y su relación con la publicidad.

Para él es importante la relación del afiche con el receptor, por lo que emplea el enfoque psicológico para analizar la recepción del mensaje.

### Eulalio Ferrer

Es uno de los autores mexicanos cuyo trabajo ha sido recuperado en diversos estudios sobre publicidad. Una de sus obras más consultadas es *Publicidad y comunicación*,<sup>77</sup> en la que analiza la relación entre comunicación humana y publicidad, la función y naturaleza de cada una de éstas, así como el universo en el que conviven.

### Juan Manuel López Rodríguez

En su obra *Semiótica de la comunicación gráfica*<sup>78</sup> —texto de consulta para muchas investigaciones de tesis—,<sup>79</sup> López Rodríguez propone una metodología para el análisis y el diseño del cartel un

---

<sup>75</sup> Es el caso de Abraham Moles, en Argentina; Eulalio Ferrer, Juan Manuel López Rodríguez, Diego Lizarazo y Alicia Poloniato, en México. Así mismo, el Mtro. Alejandro Gallardo Cano presenta el estudio más acabado del lenguaje del cartel —texto e imagen— y en cuanto a investigaciones de grado se trata.

<sup>76</sup> Moles, Abraham. *Op. cit.*, p. 100-170.

---

<sup>77</sup> Ferrer, Eulalio. *Publicidad y comunicación*. FCE, 2002, 318 p.

<sup>78</sup> López Rodríguez, Juan Manuel. *Semiótica de la comunicación gráfica*. México: CONACULTA-EDINBA/UAM, 1993, 492 p.

<sup>79</sup> Ver el estudio *Aplicación en Puerto Rico de elementos de análisis del cartel teatral*, tesis de maestría en la que la autora propone un tipo de análisis a partir de las líneas teóricas de Barthes y los elementos que propone López Rodríguez.

tanto distinta de la de Barthes, y con influencias de la semiótica peirceana.

Si bien esta obra no es un tratado de semiótica, el autor lleva a cabo una revisión histórica de las diversas corrientes de análisis —del funcionalismo al estructuralismo (Barthes, Jakobson, Morris, Peirce, Eco, y otros autores)— con el propósito de analizar las distintas propuestas.

Para dicho autor el *afiche* es un universo semiológico y, en este sentido, parte de que “el cartel es portador de ideologías y se inserta en una estructura social”, compuesta de tres instancias:

- a) Base: constituida por las técnicas de producción, división técnica del trabajo y la organización del trabajo
- b) Estructura: las relaciones de propiedad (estructuradas-estructurantes), la relación de la producción y la división social del trabajo
- c) Las ideologías, instituciones y estados.

Asimismo, López Rodríguez propone líneas de análisis discursivo —ideológico— con los aparatos ideológicos del Estado —Estado, Religión, Escuela, Familia, Política, Sindical, Informativo, Cultura— que a su vez propusiera Louis Althusser.<sup>80</sup>

---

<sup>82</sup> Ver el estudio basado en propuestas de López Rodríguez: González Hernández, Nasheli. *El cartel de cine y su análisis semiótico, aplicado a 3 carteles de las películas del director Luis Buñuel, (1972-1977)*. Tesis de licenciatura en Diseño y comunicación visual FESC-UNAM, México, 2005.

## **Alicia Poloniato**

En su obra *La lectura de los mensajes. Introducción al análisis semiótico de los mensajes*, Alicia Poloniato orienta al lector al descubrimiento de la estructura, intención y articulación de los mensajes en sus planos histórico-cultural y social.

Poloniato recurre a la semiótica para estudiar los mensajes y sus diversos discursos (televisivo, verbo-icónico, radiofónico y lingüístico narrativo), que se insertan en un proceso comunicativo y contextual, con la finalidad de señalar pautas para el estudio crítico de los mismos.

La autora introduce el estudio del cartel en el capítulo dedicado a las relaciones verbo-icónicas en el discurso gráfico; para el análisis recurre a las propuestas teórico-metodológicas de Roland Barthes —soporte, variantes, etcétera—.

## **Julio Amador**

Otra de las propuestas del análisis, pero enfocada a la obra de arte, es la que propone el Dr. Julio Amador. En su obra *El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para una interpretación de las artes visuales*, el autor ofrece herramientas básicas para el

análisis y la interpretación de la obra artística<sup>81</sup>.

De la obra de Amador es importante destacar la parte relacionada con las formas narrativas que se incluyen en la obra; aspectos como tema, personajes, situaciones u obra a la que remite la escena representada, son tomados en cuenta por el autor para recuperar el aspecto iconográfico (con base en la propuesta de Erwin Panofsky).<sup>82</sup>

En su estudio, el autor pasa de la parte formal, a la simbólica interpretativa. En ésta se incluyen los elementos contextuales o culturales donde ha tenido germen la obra, que se insertan en el ámbito de la hermenéutica.

### La semiosis de Humberto Eco

Otro autor que es retomado con mucha frecuencia en investigaciones de análisis de cartel es Umberto Eco, para quien el estudio de la imagen visual se fundamenta en las figuras clásicas de la retórica.

En este aspecto es posible observar una coincidencia con Barthes y otros

autores, como Péninou y Baraduc, en cuanto al análisis de la imagen; sin embargo, Eco rechaza que la lingüística sea una guía para la semiótica, al contrario de algunos semiólogos franceses. Así, en su obra *La estructura ausente* (1976), señala:

“La semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación; tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay unos sistemas: la dialéctica entre sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje [...]”<sup>83</sup>

Si para Barthes la imagen es un todo irreductible, para Eco la imagen o signo icónico es susceptible de ser analizada en unidades independientes. De esta forma, Eco define al signo icónico como *semas* o *enunciados icónicos*, es decir unidades complejas. Asimismo, sostiene que los códigos publicitarios operan simultáneamente sobre los registros verbal e icónico –lo cual puede aplicarse al análisis de carteles de teatro– y distingue en toda imagen los niveles:

- ❖ icónico: elementos gráficos.
- ❖ iconográfico: significados convencionales ligados a la cultura.<sup>84</sup>
- ❖ tropológico: elementos visuales que se pueden comparar con la retórica clásica.
- ❖ tópico: nivel ideológico que se puede analizar a partir de la argumentación.
- ❖ etimético: referente a la retórica.<sup>85</sup>

---

<sup>81</sup> Amador, Bech Julio. *El significado de la obra de artes. Conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales*. México: UNAM, 2008.

<sup>82</sup> Para nosotros las categorías de la propuesta de Amador son vitales, puesto que el cartel de teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX incluye, por lo general (en el caso de la imagen), la escena climática de la obra dramática.

---

<sup>83</sup> Eco, Umberto. *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen, 1999, p. 33.

<sup>84</sup> Cfr. el planteamiento de Erwin Panofsky en cuanto a la iconografía como metodología de análisis de la obra de arte.

## La retórica, la línea simbólico-cultural y otras formas de análisis de la imagen en el cartel.

En *Retórica de la imagen*, Barthes sentó algunas propuestas para el análisis del texto visual; no obstante, el desarrollo de estos supuestos se evidencia un poco más en investigaciones de autores contemporáneos, que han sido retomados para estudios del cartel en el ámbito académico.

### Alejandro Tapia y la retórica

En su obra *De la retórica a la imagen*,<sup>86</sup> Alejandro Tapia realiza un examen de mensajes icónicos —en los que se incluye el cartel— a partir de las figuras clásicas de la retórica griega y moderna —abismo, acumulación, alusión, antítesis, comparación, elipsis, hipérbole, etc.— y de algunos conceptos de la semiología estructuralista de Barthes.

El propósito del autor es resaltar la vigencia de algunas técnicas discursivas antiguas en el lenguaje icónico actual, mediante la exposición de textos visuales.

<sup>85</sup> Eco, Humberto. *Op. cit.*, 258-259 pp.

<sup>86</sup> Tapia, Alejandro. *De la retórica a la imagen*. México: UAM, 1990, p. 78.

## Fermín Bouza y la propuesta retórica y simbólica

En su artículo “El cartel, retórica del sentido común”<sup>87</sup>, Bouza demuestra que el afiche es signo cultural y sostiene que el análisis del cartel debe apoyarse en la retórica, puesto que ésta se refiere tanto al signo figurado de la palabra como al de la imagen, y para él ambos son argumentativos.

Por un lado, contextualiza su artículo con las teorías semiológicas de Barthes y de Eco, así como con las de la semiótica de la Escuela de Tartu<sup>88</sup>, para resaltar los diversos caminos que ha seguido el análisis icónico o textual del cartel. Por el otro, utiliza las teorías sobre la retórica de la publicidad verbal o visual de Bonsiepe<sup>89</sup> y Péninou<sup>90</sup>.

<sup>87</sup> Bouza, Fermín. “El cartel, retórica del sentido común”, en *Revista de Occidente*, No. 5, España, 1981, p. 35-52.

<sup>88</sup> Según Roberto Marafioti (2005), la Escuela de Tartu está ligada a la obra de Yuri Lotman, teórico nacido en Petrogrado (San Petersburgo). Con publicación, en 1964, del artículo “Lecciones de poética estructural” en la revista *Semiotiké*, Lotman logró reconocimiento y con algunos colaboradores de la misma revista se funda la Escuela de Tartu, en la cual el estudio de la cultura representó un avance en el pensamiento semiótico y la superación de las teorías estructuralistas. La variedad de las culturas y sus rasgos —memoria, sistema, organización sistémica y comunicación— son para Lotman las bases de estudio. (Marafioti, Roberto. *Op. cit.*, p. 62-75 )

<sup>89</sup>Gui Bonsiepe analiza la imagen publicitaria para estudiar su relación con el texto —de manera similar al estudio de Barthes— y considera que la publicidad es “el arte de decir las cosas de forma nueva”; sin embargo, señala que la retórica clásica no funciona para describir y analizar aquellos soportes en los que convivan texto e imagen pues la retórica —según el Bonsiepe— solo se aplica a lo verbal. Posteriormente advierte que la semiótica podría funcionar como una metodología para el análisis del discurso publicitario. Así denomina “tipogramas” a los enunciados que poseen rasgos significativos en sí mismos (cfr. con la función de anclaje y relevo del texto de Barthes). Finalmente, afirma que “una imagen icónico-verbal es una combinación de dos tipos de signos, cuya eficacia comunicativa se refiere a la relación de tensión de las peculiaridades

De esta manera, para el autor es de suma importancia destacar el grado simbólico del cartel y, apoyado con las ideas de Baudrillard<sup>91</sup> respecto a la teoría del consumo y los objetos simbólicos, pone en relieve que el papel de este objeto es ser un signo social.

En el artículo “Retórica, pragmática y simbólica en los carteles de carnaval”<sup>92</sup>, Bouza expone la importancia de los elementos simbólicos en el cartel —el “de carnaval”, en este caso—. El autor afirma que el cartel recoge toda la simbología, creencia y estética de una época determinada, y se convierte así en objeto de estudio para toda ciencia social.

Bouza propone un análisis de los símbolos del cartel de carnaval centrado en la funcionalidad o disfuncionalidad de éstos. Una “sociosimbólica”, en palabras del autor, es la metodología<sup>93</sup>; el corpus de

análisis, una colección de afiches de carnaval españoles fechados entre 1898 y 1936.

Por una parte, el autor analiza, desde la perspectiva psicoanalítica freudiana, los elementos simbólicos del carnaval urbano, que afirma “están sometidos al refinamiento de las costumbres culturales”; por la otra, propone pautas de análisis a partir de los temas identificados —en su mayoría antagónicos: “amor-desamor, alegría-tristeza” — y se enfoca en el estudio de los símbolos y alegorías y su relación con la cultura, para lo cual recurre a las propuestas de Erwing Goffman<sup>94</sup> acerca de los rituales de interacción.

### **Omar Calabrese y la imagen artística en la era neobarroco.**

Entre los estudiosos cuyas ideas han servido de fundamento para el análisis de la imagen en el cartel destaca el semiótico del

---

semánticas. Los signos ya no se suman simplemente, sino que actúan, sobre todo, mediante una recíproca relación hiperaditiva”. (Bonsiepe, citado por Carmen Lasso. *Semiótica de la publicidad*. Universidad de Sevilla)

<sup>90</sup> Péninou, Georges. *Op. cit.*

<sup>91</sup> Baudrillard, Jean. “El sistema socioideológico de los objetos y del consumo. La publicidad”, en *El sistema de los objetos*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2004, p. 187-223.

<sup>92</sup> Bouza, Fermín. “Retórica, pragmática y simbólica en los carteles de carnaval”, en *Carnavales*. Colección de carteles Círculo de Bellas Artes. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1985, p. 21-27.

<sup>93</sup> El autor distingue los siguientes temas: anónimo (máscara, antifaz); fiesta (baile, alcohol —champán sobre todo— y serpentinas); erotismo (tentación, satán, ambigüedad, juego, posibilidad e imposibilidad). Por otro lado, elabora una estructura de análisis a partir de las líneas que denomina tridimensionales y poliédricas para el estudio de los diferentes componentes del cartel

---

(bacantes, faunos, sibilas, etc., que ocupan el espacio de los carteles) que se encuentran en una especie de caos visual, y que solo es posible analizar con las diferentes dimensiones que propone. Lo anterior expresado en conjuntos antagónicos amor-desamor, tristeza-alegría. Finalmente, destaca también los aspectos simbólicos y alegóricos que evoca la propia representación carnavalesca.

<sup>94</sup> La obra de Goffman gira en torno a las relaciones sociales desde el punto de vista de la comunicación que se establece a partir de los roles asignados a los distintos interlocutores. Este autor pertenece a la corriente sociológica denominada Interaccionismo simbólico (ver Mead y la Escuela de Chicago). Para Goffman, el lenguaje es acción y actuación —todos somos actores—, por ello jugamos roles distintos en las diversas situaciones de nuestras vidas. (Tomado de McQuail, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós, 1991.)

arte Omar Calabrese<sup>95</sup>, quien defiende que la imagen artística en general y la imagen publicitaria en particular deben ser conceptualizadas como textos.

Calabrese no es el único teórico que concibe la imagen artística como un texto, pero este autor no prioriza el aspecto lingüístico sobre el icónico, como lo hizo Barthes.

Por otro lado, para Calabrese la imagen contemporánea se inserta en el periodo de la posmodernidad, pero como un elemento barroco. De tal suerte, en *La era neo barroca*<sup>96</sup>, el autor plantea el concepto *neobarroco* como el dominante cultural de nuestra era, época de consumo exacerbado.

De acuerdo con Calabrese, varios elementos determinan el arte en la era neo barroca: ritmo y repetición, límite y exceso, detalle y fragmento, inestabilidad y metamorfosis, desorden y caos, nodo y laberinto, complejidad y disolución, “más o menos” y “no sé qué”, distorsión y perversión<sup>97</sup>.

---

<sup>95</sup> Calabrese, Omar. *El lenguaje del arte*. Barcelona: Paidós, 1987, 279 pp.

<sup>96</sup> Calabrese, Omar. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1989.

<sup>97</sup> La aplicación de los conceptos teóricos de Calabrese puede verse en la tesis de maestría en Artes visuales de Ocampo, Chávez Mario *El cartel cultural y el cartel popular: Un análisis desde la estética neobarroca*. México: Escuela Nacional de Artes Plásticas-UNAM, 2007.

## Diego Lizarazo y la propuesta Hermenéutica.

Diego Lizarazo Arias es otro autor mexicano que ha despertado gran interés debido a su peculiar propuesta hermenéutica.

Un ejemplo de dicha propuesta está planteado en su artículo “Juego y sentido en el cartel contemporáneo”<sup>98</sup>. En él, Lizarazo analiza la *encrucijada* que conforma, según el autor, al cartel contemporáneo. Esa encrucijada son las funciones comunicativas y expresivas del afiche.

Para Lizarazo es importante recurrir a propuestas como la hermenéutica y la semiótica de la imagen. De tal suerte, las formas de análisis de autores como Panofsky<sup>99</sup>; las observaciones sobre la interpretación de la imagen y la simbología evidenciadas por autores como Ricœur<sup>100</sup> y Deleuze; y algunas pautas del análisis semiótico formal de autores como Barthes, están presentes en sus investigaciones.

---

<sup>98</sup> Lizarazo Arias, Diego. “Juego y sentido en el cartel contemporáneo”, en *Interpretaciones icónicas. Estética de las imágenes*. México: Siglo XXI, 2007, p. 39-57.

<sup>99</sup> Erwin Panofsky enfoca su análisis del arte en el estudio de la iconología, en la cual el *contexto histórico-obra de arte* son los fundamentos para la interpretación. (Panofsky, Erwin. *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Editorial, 1993, p. 45-75.

<sup>100</sup> El autor determina que el símbolo es una estructura de doble sentido y de naturaleza metafórica. Ver: Paul Ricœur, “De la metáfora al símbolo”, en *Teoría de la interpretación*. México: Siglo XXI, 1995, p. 58-82.

En su obra *Hermenéutica de las imágenes, íconos, figuraciones, sueños*<sup>101</sup>, el autor se propone analizar las imágenes simbólicas, oníricas, sagradas y poéticas, a partir de postulados hermenéuticos. Para ello, recupera algunos elementos de las propuestas analíticas de la hermenéutica de autores como Ricœur y Gadamer; varias de las categorías de Roland Barthes y Umberto Eco, en el plano semiótico; y algunos de los supuestos teóricos del psicoanálisis freudiano y lacaniano.

Con lo anterior, Lizarazo realiza una reinterpretación que permite tener una mejor comprensión de las imágenes, además de ayudar a visualizar, “el resplandor y el abismo icónico que enhebra de lado a lado nuestra experiencia cultural”<sup>102</sup>.

### Otros códigos o propuestas de análisis

Texto e imagen no son los únicos elementos de análisis en el cartel, éste presenta otros códigos de igual importancia. En sus diferentes tipologías, el cartel ha sido abordado también a partir de teorías como la cromática o la del color.

### La teoría del color o el estudio del código cromático

Isaac Newton determinó el principio del color a partir del reflejo de un halo de luz, aunque ya antes Descartes había estudiado los principios de formación del arco iris<sup>103</sup>.

En todas las épocas, múltiples artistas han estudiado la función y efecto del color. Entre las teorías destacadas se encuentra la de Thomas Young –quien recuperó los principios de Newton–, y hasta el mismo poeta Goethe (en contrasentido de Newton).

Goethe agregó al círculo cromático de Newton algunos colores complementarios. En la propuesta de Goethe, el magenta –color no espectral– adquiere un valor, en contraposición a Newton, para quien sólo los colores espectrales tenían valor en la gama cromática. De este modo, la gama cromática experimentó diversas modificaciones, –además de varios diseños– a partir de la combinación de colores primarios y secundarios.

En épocas recientes, autores como Eulalio Ferrer han reconocido la impor-

---

<sup>101</sup> Lizarazo Arias, Diego. *Hermenéutica de las imágenes, íconos, figuraciones, sueños*. México: Siglo XXI, 2004, 255 pp.

<sup>102</sup> *Ibidem*, p. 19.

---

<sup>103</sup> Ball, Philip. *La invención del color*. México: Turner/FCE, 2004, p. 43-45.

tancia del código cromático en el mensaje.

Ferrer afirma que:

“El lenguaje del color puede tener una semejanza a los sonidos y fonemas de una gramática, así el color se puede traducir en tonos y brillos que funcionan como un acento.”<sup>104</sup>

Además de haber planteado algunas propuestas para el análisis publicitario, el autor también se ha interesado por el análisis cromático en el mensaje publicitario. En su obra desarrolla una descripción del significado de los colores en relación con la visión del receptor.

### El código morfológico

El código morfológico también es un elemento para el análisis del cartel, en el cual lo importante es la relación que la imagen establece con el espectador de acuerdo con el espacio que ocupa en el soporte. Este aspecto se relaciona con las teorías psicológicas, que parten del análisis de la percepción visual.

Un buen acercamiento a los elementos del código morfológico de la imagen lo efectúa Donis A. Dondis, quien señala que “los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido: punto,

línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento”<sup>105</sup>.

### Código tipográfico

En diversos estudios del cartel también se analiza el aspecto del mensaje lingüístico: la tipografía.

Con la invención de la imprenta y el diseño de tipos movibles, la tipografía cobró especial importancia y se diversificó.

Para 1757, John Baskerville, un impresor de Birmingham, desarrolló innovaciones entre las que destacaba su propia fuente. Para 1800 aparecieron otros diseños, entre ellos la fuente egipcia *Unique*, la *san serif* y la *Bodoni*, creación del hombre que llevó ese apellido.<sup>106</sup>

En la actualidad, la tipografía ha cambiado con más rapidez; las nuevas tecnologías, los programas de diseño gráfico y las múltiples herramientas digitales posibilitan mayor manipulación y creación de diseños.

Para concluir podemos decir que el análisis tipográfico en el cartel arroja información relevante acerca del contexto sociocultural en el que fueron creados.

<sup>105</sup> Dondis, Donis A. *La sintaxis de la imagen*. México: Gustavo Gili, 1992, p. 53-81.

<sup>106</sup> Meggs, Phillip B. *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill, 2000, p. 153-185.

<sup>104</sup> Ferrer, Eulalio. *Los lenguajes del color*. México: FCE, 1999, p. 103.

## LA HERMENÉUTICA PROFUNDA, PROPUESTA PARA AL ANÁLISIS DEL CARTEL DE TEATRO MEXICANO

Los estudios examinados anteriormente proveen información básica para el diseño del marco teórico y la propuesta metodológica que sustenta nuestra investigación.

A continuación se expone el modo de ver e interpretar el cartel de teatro, que de acuerdo con los propósitos de la presente investigación, se encuentra relacionado con el estudio de las formas simbólicas.

### El estudio las formas simbólicas

El concepto *formas simbólicas* lo propuso Ernst Cassirer (1874-1945), filósofo alemán considerado uno de los “tres grandes” de la escuela de Marburgo<sup>107</sup>, al lado de Hermann Cohen y Paul Natorp.

En su obra *Antropología filosófica* (1945), Cassirer afirma que la razón no puede abarcar toda la riqueza de las formas de la vida cultural humana, por eso en lugar de definir al hombre como animal racional, lo define como hombre simbólico<sup>108</sup>.

El símbolo representa la clave para encontrar la naturaleza del hombre, dado

que se ve envuelto en formas lingüísticas, imágenes artísticas, símbolos míticos y ritos religiosos.

Por lo anterior, la existencia del hombre no se halla en un universo físico, sino en un universo simbólico, en el que se entretajan las diversas manifestaciones o formas simbólicas:

“El lenguaje, el mito, el arte y la religión constituyen partes de este universo, forman los diversos hilos de la red simbólica, la urdimbre complicada de la experiencia humana.”<sup>109</sup>

En 1923, Cassirer había publicado *Filosofía de las formas simbólicas*, obra en la que analiza las expresiones del pensamiento humano a través de las formas simbólicas que éstas adquieren.

El autor analiza cada una de las *formas simbólicas* y les asigna una función: el mito – función expresiva de los símbolos –, la ciencia – función significativa – y el lenguaje – la función intuitiva –. Asimismo, una filosofía del lenguaje es equivalente a una filosofía de la cultura.

La relevancia que Cassirer concede al estudio del lenguaje<sup>110</sup> es de vital importancia para nuestra investigación, debido a que el cartel, como expresión icónico-

<sup>107</sup> Ferrater Mora, José. *Diccionario de filosofía. Tomo I*. Barcelona: Ariel, 2004, p. 496.

<sup>108</sup> Cassirer, Ernst. *Antropología filosófica*. México: FCE, 2007, p. 49.

<sup>109</sup> *Ibidem*, p. 47.

<sup>110</sup> Cassirer, Ernst. *Filosofía de las formas simbólicas. Tomo I. El lenguaje*. México: FCE, 1971, p. 310.

verbal, es concebido como una expresión lingüística, en el sentido de que significa y representa – al mismo tiempo – rasgos culturales.

Por otro lado, Clifford Geertz es otro autor que, siguiendo la visión teórica de Cassirer, analiza el fenómeno de las formas simbólicas como proceso cultural en el campo antropológico.

En *La interpretación de las culturas*, Clifford Geertz parte de la idea de Max Weber que afirma que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, por lo cual la cultura es esa urdimbre de significaciones que es posible analizar mediante una ciencia interpretativa.

Lo que Geertz pretende “es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie”<sup>111</sup>.

De este modo, para Geertz es posible analizar la cultura como un sistema simbólico; en principio aislando sus componentes y después especificando las relaciones entre sí, a fin de caracterizar el sistema conforme a los símbolos centrales en los que se inserta la propia cultura.

Tanto las ideas de Cassirer como las de Geertz tienen gran resonancia en la propuesta de John B. Thompson denominada *hermenéutica profunda*, la cual se retoma en el presente trabajo para el análisis del cartel.

Antes de explicar los componentes de nuestra propuesta metodológica, mostraremos algunas características de la hermenéutica, pues si bien, como Thompson, la consideramos un método de análisis, en sus orígenes no tuvo este uso, no “nace de una propuesta metódica de la interpretación”<sup>112</sup>, y autores como Hans George Gadamer la consideraron un proceso ontológico-filosófico.

### **Sobre la hermenéutica**

A veces utilizada como método, otras como una técnica de análisis, la hermenéutica ha sido aplicada en disciplinas como la literatura, la antropología, la sociología y el arte.

De acuerdo con Maurizio Ferraris, nació en la Grecia Clásica con Platón, quien la definió como técnica o arte de la interpretación, aunque subordinada a otras

---

<sup>111</sup> Geertz, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa, 2005, p. 20.

---

<sup>112</sup> Ferraris, Maurizio. *Historia de la hermenéutica*. México: Siglo XXI, 2005, p. 13.

técnicas. Sin embargo, fueron los filósofos Presocráticos –Parménides, Heráclito y Tales de Mileto– quienes propusieron la primera hermenéutica. Y tanto Heidegger como su discípulo Gadamer, ubican como referencia central de la Hermenéutica a estos filósofos.<sup>113</sup>

En la Edad Media, la hermenéutica se orientó a la interpretación de las Sagradas Escrituras. En la Escuela de Alejandría se plantearon las bases para la interpretación de los textos sagrados, analizados a partir de los elementos alegóricos del discurso.

Agustín de Hipona es exponente de una hermenéutica ligada a un problema semiótico, pues para él “las palabras son esencialmente signos”<sup>114</sup>; de esta forma estableció sus planteamientos hermenéuticos a partir de lo que la palabra quiere decir y su relación con los malentendidos. Este elemento fue recuperado en el siglo XX por Paul Ricœur, para quien la base de la interpretación está en el lenguaje.

La hermenéutica de los siglos XV y XVI –durante el Humanismo y la

Reforma– rescató elementos de la cultura clásica mediante la rehabilitación de la retórica frente a la dialéctica y la lógica escolásticas.

Durante este periodo, Flacio Illirico (1520-1575), como respuesta al proyecto contra reformista, propuso algunas ideas que sirvieron de base al rescate de la interpretación. Éstas establecieron la relación intérprete-lo interpretado, pues parten de la relación entre la fe del intérprete con la gramática y finalmente con su psicología; es decir, los conocimientos previos sobre lo interpretado y las ponderaciones que, según sus intereses, el interpretante establece antes de la interpretación. Este último aspecto dio origen a uno de los elementos más importantes de este *arte de interpretar*: el *círculo hermenéutico*, del que explica Ferraris:

“Se pueden comprender verdaderamente las partes de un texto sólo cuando se tenga una precomprensión de él que se refuerza y completa a través de la sucesiva intelección de las partes singulares.”<sup>115</sup>

En el siglo XVIII, otro de los hermeneutas influido por las ideas de Leibniz y Locke–que encontró en la hermenéutica la vía de la interpretación –

---

<sup>113</sup> Oñate, Teresa. *Gadamer y los Presocráticos*. “La Teología de la esperanza en el límite oculto de la Hermenéutica”, en *Revista Endoxa*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia [en línea] [Fecha de consulta mayo 2009] Disponible, en: [http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20580&dsID=gadamer\\_presocraticos.pdf](http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20580&dsID=gadamer_presocraticos.pdf)

<sup>114</sup> Ferraris, Maurizio. *Op. cit.*, p. 22.

---

<sup>115</sup> *Ibidem*, p. 38.

como lo planteó Tomás de Aquino—, fue Georg Friedrich Meier. Este autor concibió la hermenéutica como una ciencia que establece las reglas para interpretar la mayor parte de los signos. En este sentido, el signo es para Meier, “el medio por el cual se puede conocer la efectividad de otra cosa”.<sup>116</sup>

En la primera mitad del siglo XIX Friedrich Daniel Ernst Schleiermacher (1768-1834) ofreció interesantes aportaciones al arte de la interpretación, incluso llegó a ser considerado el “padre de la hermenéutica moderna”.

Para Schleiermacher, el problema radica en el lenguaje. A partir del análisis del malentendido o la obscuridad en el texto y en el interlocutor se pueden establecer las bases de la interpretación. De esta forma, para el autor el discurso —idea que desarrollará más tarde Ricœur— se encuentra inserto en una dimensión psicológica, como lo propuso Flacio Illirico. Por ello recurre al *círculo hermenéutico*, a fin de analizar las dimensiones sociales en las que se encuentra el autor del discurso y el interpretante.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, con las aportaciones de Wilhelm Dilthey, la hermenéutica consideró al contexto cultural e histórico de toda manifestación humana uno de los aspectos básicos de la interpretación.

Ferraris señala que “debemos a Dilthey el mayor esfuerzo de autorreflexión histórica y metodológica de la hermenéutica del siglo XIX”.<sup>117</sup> Este autor partió de las ideas de Schleiermacher, sobre todo de la base psicológica y contextual; sin embargo, Dilthey explotó más este último aspecto. Justo es en su obra en la que los hermeneutas del siglo XX encontraron bases para el desarrollo de su pensamiento.

En *Método y Verdad*, Gadamer expone las ideas más importantes de su pensamiento hermenéutico. En esta obra conceptualiza la noción de “fusión de horizontes”, un puente entre los contextos históricos del intérprete y la obra. Para el autor, la hermenéutica representa “un modo de comprensión de las ciencias y la historia”.

Por otro lado, Paul Ricœur tiene una propuesta metodológica de la hermenéutica, que parte de la fenomenología. Así mismo,

---

<sup>116</sup> Citado por Ferraris, *Op. cit.*, p. 71.

---

<sup>117</sup> *Ibidem*, p. 132.

más adelante centra sus estudios en el análisis del lenguaje como discurso.

En *El conflicto de las interpretaciones*<sup>118</sup> Ricœur considera indispensable establecer una vía larga que verse en la reflexión como fenómeno en el plano simbólico. Tal vía se establece a partir del estudio de la semántica en el discurso y de la reflexión que de éste se efectúe.

La visión del lenguaje como discurso<sup>119</sup> en praxis, es la característica principal de la hermenéutica de Ricœur. De este modo, el estudio del discurso representa la vía mediante la cual el intérprete reflexiona.

Finalmente, podemos notar que a lo largo de la historia la hermenéutica se ha considerado un arte, una técnica, una ciencia y un método, cuyo propósito es interpretar aspectos de la realidad que se relacionan con el quehacer humano. De acuerdo con el concepto de formas simbólicas de Cassirer, se puede afirmar que en ellas el hombre establece significaciones a partir de sus propios juicios.

Este repaso teórico nos ayudará a comprender la propuesta de John B.

Thompson, debido a la repercusión que tienen en su pensamiento tanto las ideas de Cassirer como las de Geertz, en la definición de los componentes teóricos de su metodología.

### **La hermenéutica profunda de John B. Thompson**

Para el sociólogo inglés John B. Thompson, la concepción simbólica representa un punto de partida para analizar los fenómenos culturales.

#### **De las formas simbólicas**

En *Ideología y cultura moderna* (1990), Thompson presta más atención a los procesos sociales en los que las formas simbólicas circulan de forma natural. El autor concibe como formas simbólicas todos aquellos constructos que pueden ser interpretados de diversas maneras en condiciones sociales e históricas específicas. Por ello señala que:

“Las formas simbólicas son expresiones de un sujeto y para un sujeto o sujetos [...] son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que al producirlas y emplearlas, persigue ciertos objetivos [...] se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales y

<sup>118</sup> Ricœur, Paul. *El conflicto de las interpretaciones*. Ensayos de hermenéutica. Buenos Aires: FCE, 2003, 462 p.

<sup>119</sup> Ver las ideas bases de esto en: Ricœur, Paul. *Teoría de la interpretación*. Siglo XXI, México, 2006, 112 p

por medio de los cuales se producen y reciben.”<sup>120</sup>

Podemos notar que esta idea de forma simbólica se relaciona de cierta manera con la de Cassirer; sin embargo, este último es mucho más claro al definir como forma simbólica al mito, al arte, a la religión y a la lengua. Por el contrario, para Thompson las formas simbólicas incluyen objetos significativos para el hombre, los cuales el autor denomina *fenómenos significativos*, en los que se incluyen acciones, gestos, rituales, enunciados, textos, obras de arte y hasta programas televisivos.<sup>121</sup>

Ahora bien, en el estudio de Thompson, las formas simbólicas se encuentran definidas por ciertos rasgos.

El primero es la intencionalidad; sin embargo, aun cuando la producción de la forma simbólica haya tenido una intención primaria, ésta queda sujeta a lo que se pueda interpretar de ella.

En segundo lugar, en este ámbito de producción intencional, las formas simbólicas se insertan en un contexto en el cual adquieren sistemas convencionales — que pueden ser reglas o sistemas culturales

establecidos—. Por ejemplo, en la lengua podemos advertir distintos registros y ciertos estilos usados convencionalmente en contextos determinados y en la producción de formas simbólicas —discursos orales, escritos, visuales, etc.—, así como otras formas convencionales de carácter no verbal sino conductual, las cuales —aun como convenciones— están sujetas a la interpretación, pues ésta es característica del ser humano. Thompson señala:

“Un texto producido según las convenciones del discurso científico puede ser interpretado de diferente manera por varios lectores consecutivos [...] así mismo un espectáculo puede ser representado como un acto de gobierno o puede ser interpretado como una farsa [...] una forma simbólica se puede decodificar de acuerdo con ciertas reglas o convenciones, aunque de hecho nunca se haya codificado.”<sup>122</sup>

La tercera característica que, de acuerdo con Thompson, determina a las formas simbólicas es “su aspecto estructural”, el cual representa un patrón de elementos insertos en un sistema, como el sistema de signos en el caso de la lengua.

El análisis estructural o formal es un aspecto importante, aunque no definitivo —como señala el autor— en el análisis de las formas simbólicas, pues no consideran el aspecto contextual.

---

<sup>120</sup> Thompson, John. B. *Ideología y cultura moderna*. UAM, México, 2006, p. 216.

<sup>121</sup> *Ibidem*, p.205

---

<sup>122</sup> *Ibidem*, p. 209

En cuarto lugar se ubica el aspecto referencial de las formas simbólicas. Éstas siempre refieren algo o dicen algo de algo, y éste elemento ayuda a confirmar lo que la misma forma simbólica proyecta.

La última característica de las formas simbólicas señalada por Thompson es el aspecto contextual. Como se había señalado, éstas se insertan en contextos específicos, en los cuales se producen, reciben e interpretan.

El contexto es un elemento definitivo, y aunque los anteriores también adquieren una gran importancia, al momento en que se les considere para un análisis, -estos otros aspectos- dependerán a veces, del mismo contexto.

### El modelo metodológico de la hermenéutica profunda

A fin de reestructurar el planteamiento anterior –e influido por las aportaciones de hermeneutas como Dilthey, Heidegger, Gadamer y Ricœur–, Thompson diseñó su modelo para el análisis de las formas simbólicas:

“[...] el análisis de las formas simbólicas se puede conceptualizar más adecuadamente en términos de un marco metodológico que describiré como hermenéutica profunda.”<sup>123</sup>

<sup>123</sup> *Ibidem*, p. 395-396.

La *hermenéutica profunda* es un marco metodológico que incluye tres fases o procedimientos principales. Estas fases no son etapas distintivas de un método, sino más bien dimensiones distintas en el proceso interpretativo. Las fases del enfoque hermenéutico profundo son:

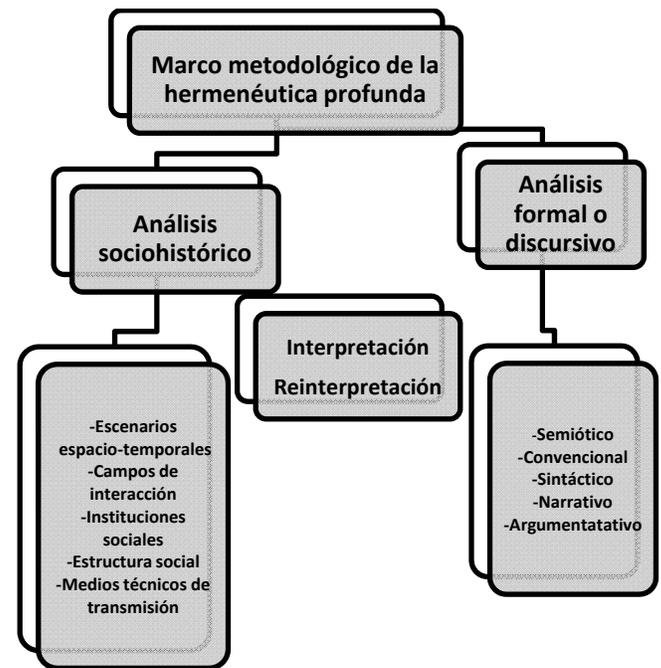


Fig. 4. Marco metodológico de la hermenéutica profunda, según John B. Thompson.

El adecuado seguimiento de estas fases en la práctica depende de los objetos específicos de análisis y de los tipos de información a disposición del investigador. Los elementos que considera cada una de ellas se explican enseguida<sup>124</sup>.

<sup>124</sup> *Ibidem*, p. 409-423.

1. La primera fase del enfoque hermenéutico profundo se puede describir como análisis sociohistórico, en el que se producen, transmiten y reciben las formas simbólicas.

Según Thompson, esta es la primera tarea del interpretante: “la reconstrucción de las condiciones sociohistóricas y los contextos de producción y circulación de las formas simbólicas”. Esto permite examinar los campos de interacción, escenarios o instituciones de las que depende la producción de las formas simbólicas.

2. La segunda fase es el análisis formal o discursivo. Como señala Thompson, las expresiones significativas presentan una estructura articulada.

Esta etapa de análisis está vinculada con las relaciones estructurales o formales que subyacen en el propio discurso y con la organización interna de las formas simbólicas y de sus componentes.

De acuerdo con el autor, el análisis formal puede contemplar:

a) El análisis semiótico. Conforman todas las relaciones que guardan los elementos que componen una forma simbólica, o las relaciones que existen entre éstos elementos y los que puedan ser parte de ellos. Este tipo de análisis puede aportar mucho para revelar las maneras en que se construyen los avisos y otras formas simbólicas, y ayudar a identificar el medio en el que se construye y se transmite un mensaje.

b) El análisis de las conversaciones. Se refiere al estudio de las propiedades sistemáticas de diversas formas de interacción lingüística, conforme al ámbito en el que éstas ocurren.

c) El análisis sintáctico. Se ocupa del análisis sintáctico o de la gramática práctica u operativa en el discurso cotidiano.

d) El análisis narrativo. Tiene su origen en el formalismo ruso de Vladimir Propp y ha sido recuperado por muchos autores como Roland Barthes, Lévi-Strauss, Todorov, Genet y Greimas.

\*Paul Ricœur es uno de los autores a los que se recurre con bastante frecuencia en el análisis narrativo, pues su propuesta, lejos de insertarse en un modelo estructural, contempla los elementos contextuales de la narración, a partir de la hermenéutica. Mediante el análisis de una estructura narrativa -de acuerdo al autor-, podemos clarificar el papel que los elementos de esta estructura cumplen en la historia.

e) El análisis argumentativo. Éste contempla todos aquellos recursos cuya construcción parte del razonamiento lógico que se hace presente como forma discursiva en el plano de la persuasión.

El objetivo del análisis argumentativo es reconstruir y hacer explícitos los patrones deductivos que caracterizan al discurso.

3. La tercera fase es la interpretación de las dos primeras fases y la reinterpretación que se haga de ellas.

En esta parte se reconstruyen las significaciones de las formas simbólicas tratadas, mismas que desde su origen ya fueron pre-interpretadas.

El marco metodológico de la hermenéutica profunda permite, en palabras de Thompson:

“[...] apreciar los méritos de diferentes métodos de análisis, sea del análisis sociohistórico o del análisis formal o discursivo, al tiempo que nos permite determinar sus límites. Los métodos particulares del análisis sociohistórico pueden esclarecer las condiciones de producción y recepción de las formas simbólicas.”<sup>125</sup>

**Propuesta de análisis hermenéutico a partir de la propuesta de John B. Thompson, aplicada al cartel de teatro.**

Después de haber repasado las distintas formas de análisis –teórica y metodológicamente– del cartel, concluiremos este capítulo con la presentación de nuestro modelo teórico-metodológico para el análisis del cartel de teatro.

En este caso, el análisis va más allá de los elementos formales o discursivos que componen el cartel, pues éste es

precisamente un objeto simbólico y, de acuerdo con John B. Thompson, una forma simbólica que se inserta en tiempo y espacio específicos.

Consideramos que con un análisis basado en la propuesta metodológica de la hermenéutica profunda diseñada por Thompson, será posible dar respuesta a las hipótesis establecidas en la presente investigación. Propuesta metodológica:

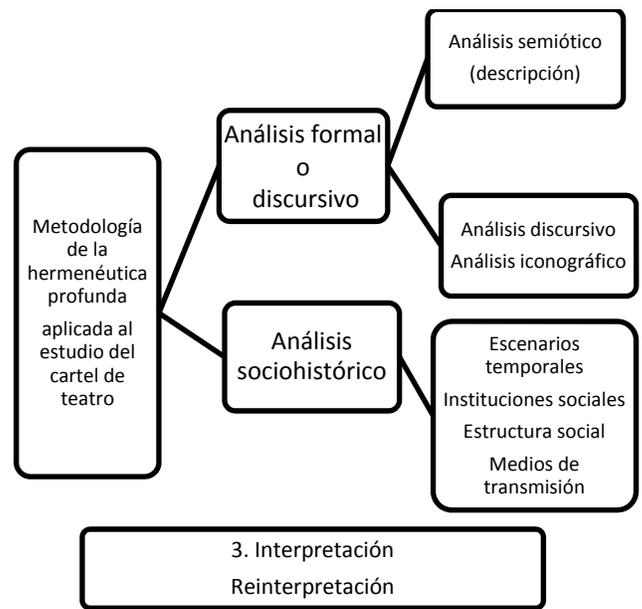


Fig. 5. Propuesta de análisis hermenéutico para el análisis del cartel de teatro, a partir de John B. Thompson.

En este estudio el elemento de análisis se efectúa a partir de la forma simbólica. Por ello, para el análisis del cartel se

<sup>125</sup> *Ibidem*, p. 422.

intercambiarán las fases de análisis y se comenzará como se indica a continuación:



Fig. 6. Ejemplo de análisis hermenéutico del cartel de teatro.

1. *Análisis formal o discursivo-Descripción general. Texto e imagen.* En el plano semántico lingüístico e icónico. se efectuará a partir de la técnica del análisis del discurso; para ello se recurrirá a las propuestas de la Escuela Francesa y en el campo de la semiótica se retomarán algunas propuestas de de Roland Barthes y otras que sea necesario ajustar (imagen).
2. *Análisis sociohistórico.* En esta fase se analizará el contexto sociocultural en que el cartel fue diseñado a fin de acotar y comprender sus formas expresivas específicas.

3. Finalmente, se realizará una *reinterpretación, a partir de lo pre interpretado.*

El intercambio de las fases de análisis es pertinente, ya que lo que nos interesa saber es, en principio, lo que el objeto simbólico representa por sí mismo; es decir, sus códigos visuales y formas de composición, y después el por qué de esos códigos en el contexto histórico-cultural.

De tal forma, el análisis hermenéutico comenzaría por nuestro objeto de estudio, es decir, el cartel. Claro está que todo discurso se inserta en tiempo y espacio, por ello hemos decidido realizar un análisis que nos permita, en principio, explorar el lenguaje del cartel y después su contexto.

Más tarde, al unir las dos fases se hará una pre-conclusión que permitirá, definidas nuestras categorías analíticas sobre la cultura popular, hacer una nueva reinterpretación, como sugiere Thompson.

Finalmente, apostamos a que esta propuesta, con los cambios realizados, nos permitirá hacer un examen desmenuzado que dé respuesta a los planteamientos iniciales.

# CAPÍTULO III

## LA CULTURA POPULAR MEXICANA UN ACERCAMIENTO TEÓRICO

Muchos teóricos se han ocupado en definir aquello que es la esencia de cualquier grupo humano: la cultura. Un acercamiento a su estudio, implica un recorrido teórico semejante al que han efectuado autores como Terry Eagleton, John B. Thompson y Gilberto Giménez.<sup>126</sup>

Si bien el propósito de este capítulo no es replicar ese itinerario, parece pertinente contextualizar las principales definiciones de *cultura* en el ámbito antropológico. De este modo, partiremos de la revisión de diversas definiciones y clasificaciones de dicho concepto, pero centrándonos en la concepción simbólica antropológica; a esta revisión le seguirá el estudio del concepto de *cultura popular* a partir de las reflexiones de autores varios.

Lo anterior nos permitirá seleccionar las categorías necesarias para la reinterpretación de la cultura popular caracterizada en el lenguaje del cartel de

teatro de la primera mitad del siglo XX en la Ciudad de México.

### HACIA UNA NOCIÓN DE CULTURA

Partiremos de una breve exposición etimológica del concepto *cultura* y de su evolución histórica.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, el término *cultura* proviene del latín *cultūra*, que significa “cultivo”. La tercera acepción del diccionario refiere: “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”<sup>127</sup>. A su vez, el diccionario crítico etimológico Corominas-Pascual, indica que la voz *cultor*, tomado del latín *culturus*, remite a la “acción de cultivar o practicar algo”.<sup>128</sup> Como se ve en ambos casos, el significado etimológico del término supone el acto del cuidado, la crianza o la práctica de “algo”.

---

<sup>126</sup>Cfr. Eagleton, Terry. *La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Barcelona: Paidós, 2001; b) Thompson, John, B. *Ideología y cultura moderna*, México: UAM, 2006 (específicamente el capítulo III); y c) Giménez Montiel, Gilberto. *Teoría y Análisis de la cultura, vols. I y II*. México: Conaculta/ICOCULT, 2005 (del mismo autor ver también: *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. ITESO/Conaculta, México, 2007).

---

<sup>127</sup> *Diccionario de la Lengua Española. Tomo I*. 22ª. edición. Madrid: RAE/Espasa Calpe, 2001, p. 714.

<sup>128</sup> Corominas, J y J. A. Pascual. *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico. Vol. II*. Madrid: Gredos, 1984.

En el plano semántico, Terry Eagleton afirma que *cultura* es una de las palabras más complejas de la lengua inglesa, debido a que tiene múltiples acepciones de acuerdo con su uso histórico.<sup>129</sup> En la Grecia clásica, los filósofos sofistas, estoicos y cínicos debatieron en torno a lo que se llamó luego “«el estado de natura» (naturaleza) y «el estado de cultura» (civilización)”.<sup>130</sup> Para los cínicos, la forma de vida civilizada se contraponía al estado natural del hombre y su relación con la felicidad; para los estoicos, la forma de vivir de acuerdo con la naturaleza equivalía a mantener el equilibrio universal.

Más tarde, los romanos acuñaron el término y, según Gabriel Zaid:

“[...] dieron a las palabras *cultura*, *cultus*, *incultus* (que tenían significados referentes al cultivo del campo y el culto a los dioses) un nuevo significado: cultivarse, adquirir personalmente el nivel de libertad, el espíritu crítico y la capacidad para vivir que es posible heredar de los grandes libros, el gran arte y los grandes ejemplos humanos.”<sup>131</sup>

En el siglo XVIII, la palabra cultura se convirtió en sinónimo de *civilización* y aludió al proceso de avance en los planos

material e intelectual. En este sentido, formó parte del ánimo general de la Ilustración, y por ello en la Francia del Siglo de las Luces, el término cultura-civilización englobó la forma de vida política, económica y técnica; es decir, un conjunto de elementos sociales.

Más tarde, casi a finales del mismo siglo XVIII y durante el llamado periodo romántico tardío, el filósofo alemán Johann Gottfried Herder propuso una diversificación del término cultura, y planteó la idea de distinguir también las características internas de los pueblos; es decir, hablar de cultura en plural. De esta forma se comenzó a hablar de las culturas sociales, económicas y políticas de una misma nación. A éste se le conoció como el periodo *Particularista* de la cultura.

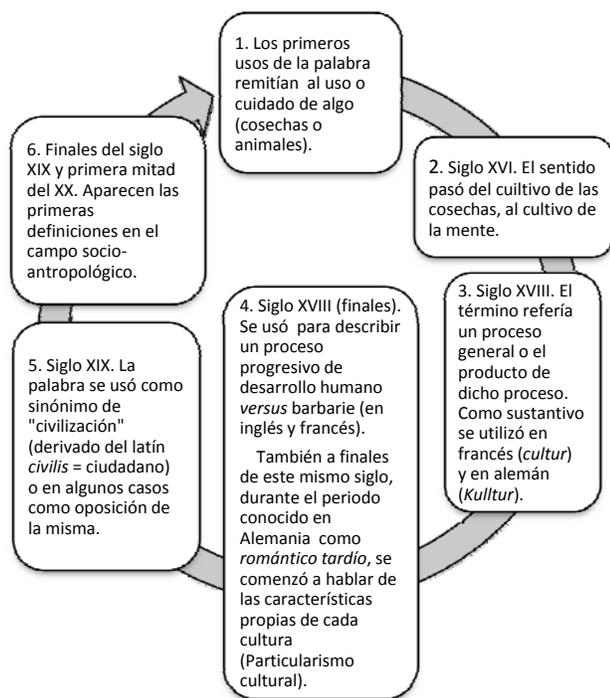
A finales del siglo XIX, el término cultura dejó de ser equivalente al de civilización para convertirse en su antónimo. De acuerdo con Eagleton, en los años recientes, civilización significa: “industrias, vida urbana, políticas públicas complejas, tecnologías y cosas de ese estilo”<sup>132</sup>.

<sup>129</sup> El autor realiza un recorrido crítico sobre las diversas acepciones que la palabra *cultura* ha adquirido a partir de los diversos procesos sociohistóricos. Ver Eagleton, Terry. *Op. cit.*

<sup>130</sup> Ferrater Mora, José. *Diccionario de filosofía, Tomo I*. Barcelona: Ariel, 2004, p. 762-763.

<sup>131</sup> Zaid, Gabriel. “Tres conceptos de cultura”, en *Letras libres*. Revista mensual, núm. 102, México: Vuelta, 2007, p. 36-37.

<sup>132</sup> Eagleton, Terry. *Op.cit.* p. 22-23.



Esquema 1: Evolución del concepto de cultura, según datos de John B. Thompson y Terry Eagleton.

Podemos ver que en su concepción etimológica el término hace referencia particularmente a una acción semejante en sí misma; mientras que en el plano semántico, el término se ha asociado en algún momento a la palabra civilización – si bien ésta funcionó más como adjetivo que como sinónimo—; más tarde, el vocablo englobó modos o formas de vida y organización social; en la actualidad, abarca el conjunto de los elementos anteriores.

La noción de cultura ha sido analizada y conceptualizada en diferentes campos del conocimiento, sobre todo en la sociología y la antropología, y diversos investigadores han acuñado sus propias definiciones.

## La concepción antropológica: Edward Burnett Taylor, Franz Boas y Bronislaw Malinowsky

El antropólogo inglés Edward Burnett Taylor, a finales del siglo XIX<sup>133</sup>, definió “cultura” o “civilización” como:

“[...] todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto a miembro de la sociedad.”<sup>134</sup>

La definición de Taylor fue punto de referencia hasta mediados del siglo XX. Ésta planteaba una forma más general de concebir al hombre y su entorno social, y dejaba atrás ideas añejas sobre la relación entre cultura y civilización. Tuvo origen en un periodo definido como histórico-evolucionista –con las ideas de Charles Darwin, en el ámbito biológico-científico; Herbert Spencer, en el plano sociológico y Lewis Henry Morgan en los estudios etnográficos)<sup>135</sup>—, cuyo clima intelectual influyó la forma de ver y estudiar la cultura en Taylor, pues ésta se veía como un proceso evolucionista.

A diferencia de Taylor, Franz Boas, fundador de la antropología estadounidense,

<sup>133</sup> Antropólogo inglés (1832-1917), uno de los primeros fundadores de la teoría del evolucionismo cultural. Entre sus publicaciones que sirvieron como base para futuras investigaciones antropológicas, destacan: *Investigaciones sobre la historia de la humanidad*, (1865); *Cultura primitiva: investigaciones sobre el desarrollo de la mitología, filosofía, religión, arte y costumbres* (1871); *La sociedad antigua*, (1877); y *Antropología: una introducción al estudio del hombre y de la civilización*, (1881).

<sup>134</sup> Taylor, Edward Burnett. “La ciencia de la cultura” (1871), en Kahn, J.S. (comp.), *El concepto de cultura. Textos fundamentales*. Barcelona: Anagrama, 1976, p. 29.

<sup>135</sup> Giménez, Gilberto (2005). *Op. cit.*, p. 42.

planteó que para definir el término «cultura» había que centrarse no en los aspectos que rodeaban la vida del hombre, sino en la vida mental de éste. Propuso definir la cultura como:

“[...] la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función de los grupos [...]”<sup>136</sup>

Boas rechazaba el concepto evolucionista en la definición de cultura, a diferencia de Taylor; su tesis refleja la necesidad de un estudio diferenciado de los grupos culturales, sujetos, elementos físicos, psicológicos y contextuales.

Las ideas de Franz Boas<sup>137</sup> repercutieron en la formación –a mediados de los años 30– de una teoría que combinó la psicología conductista y la etnografía, denominada *teoría de la aculturación*, la cual plantea la influencia y adopción de costumbres por los grupos culturales.<sup>138</sup>

Los discípulos de Boas –Ruth Benedict, Margaret Mead y Ralph Linton–

, representantes de la escuela culturalista, definieron la cultura como: “todos los esquemas de vida producidos históricamente, explícitos o implícitos, racionales o no racionales, que existen en un determinado momento como guías potenciales de comportamiento humano”.<sup>139</sup>

Finalmente, Bronislaw K. Malinowsky (1884-1942) –influido por Taylor– propuso una teoría científica de la cultura en la que los fenómenos culturales se pudieran analizar a partir de la satisfacción de las propias necesidades humanas.

Para Malinowsky lo importante es partir del análisis y la diferenciación entre las estructuras biológicas, así como la repercusión de la herencia social en cada grupo cultural; en la tesis del autor se combinan dos disciplinas: la antropología física y la cultural, mismas que convergen en un sistema cerrado –visión estructuralista de un grupo cultural– con funciones específicas.

De este modo, para Malinowsky la cultura se trata de una realidad “sui generis” que debía estudiarse en sus

<sup>136</sup> Boas, Franz. *Cuestiones fundamentales de antropología cultural*. Buenos Aires: Ediciones solar, 1964, p 166.

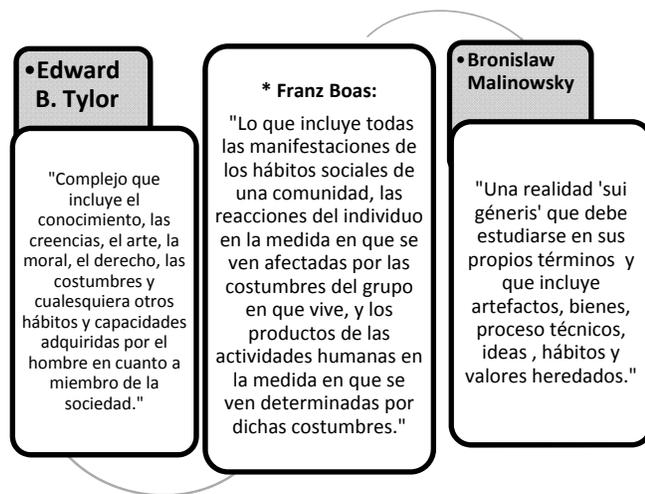
<sup>137</sup> Ver: *Race, language and culture*. Toronto: Collier-Macmillan, 1966, p. 243-269.

<sup>138</sup> Semejante a los préstamos lingüísticos o la adquisición de una nueva lengua por razones de colonización o conquista.

<sup>139</sup> Rossi, Pietro. *El concepto de cultura*. Turín: Einaudi, 1970, p. 289. Citado por Giménez (2005), *op. cit.*, p. 44.

propios términos, y que incluía “artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados”.<sup>140</sup>

Hemos visto tres conceptos de cultura desde la antropología, mismos que han variado según su contexto sociocultural. La primera tesis concibe la cultura como un proceso evolutivo lineal, concebido a su vez como una totalidad. La segunda se centra en el estudio diferenciado de cada grupo cultural, considerando sus rasgos particulares. La tercera también alude a la especificidad de cada grupo cultural, pero resalta sus procesos físico-biológicos.



Esquema 2: El concepto de cultura en la antropología —finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX— según datos de Thompson (2006) y Giménez (2005).

<sup>140</sup> Bronislaw, Malinowski. “La cultura” (1931), en J.S. Kan *Op.cit.*, p. 85-87.

Por último, una de las líneas que conviene estudiar para los fines de esta investigación, es la concepción simbólica o semiótica de la cultura.

### La concepción simbólica Ernst Cassirer, Leslie A. White y Clifford Geertz

#### • Cassirer y White

Si bien Clifford Geertz es considerado el máximo representante de la antropología simbólica, John B. Thompson señala que ya desde la década de 1940, el sociólogo estadounidense Leslie A. White (1900-1975) perfiló una tesis en la que argumentaba:

“Cultura es pues, la clase de las cosas y acontecimientos que dependen del simbolizar, en cuanto son consideradas en un contexto extrasomático.”<sup>141</sup>

A partir de ese momento se comenzó a hablar de pensamiento simbólico o naturaleza simbólica en los estudios de la cultura; no obstante, el estudio de lo que Thompson denominó “formas simbólicas” y de lo que el mismo White hablaría en su concepto de cultura, tienen su origen en la obra de Ernst Cassirer (ver capítulo II) quien afirmó que el hombre antes que un “ser

<sup>141</sup> La concepción de lo *extrasomático* es una analogía que establece White con el análisis de Saussure, respecto de la división entre lengua y habla. De este modo, lo *extrasomático* se encuentra en el plano de lo conformado, es decir, del código —que alude a la gramática, la sintaxis y la conformación del léxico: código-lengua—; mientras que el habla, en el contexto *somático* —de la percepción, realización o conceptualización—. Ver: White A., Leslie. “El concepto de cultura” (1959), en Kan, J. S. *Op. cit.*, p. 138-139.

racional” es un “ser simbólico” inserto en una realidad de mediaciones de la misma naturaleza (dentro de estas mediaciones simbólicas se encuentra el arte, la ciencia, la religión y el lenguaje).

En suma, el pensamiento de Cassirer puede descubrirse tanto en Leslie A. White, como en Geertz y sobre todo en Thompson, quien retoma la idea de formas simbólicas y la adapta a su propuesta metodológica –la hermenéutica profunda–, la cual refleja a su vez ideas de la hermenéutica literaria de Paul Ricoeur –la triple mimesis<sup>142</sup>.

- **Clifford Geertz**

A mediados del siglo XX, las tesis en torno al concepto de cultura, en el campo de la antropología, comienzan a dar un giro. Surge la idea de realizar un análisis contextual y profundo de los mismos grupos culturales, a fin de proponer enunciaciones menos universales y –a partir de la tradición hermenéutica– centrarse más en el campo interpretativo individual (ver Capítulo II).

El antropólogo estadounidense Clifford Geertz, preocupado por el análisis etnográfico de las relaciones entre los

individuos de diversos grupos sociales, afirma que el estudio antropológico de la cultura es necesariamente un ejercicio interpretativo. El autor argumenta:

“[...] considerando que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido [...] la cultura es esa urdimbre y el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones.”<sup>143</sup>

Para Geertz la cultura es mucho más que un complejo de conocimientos y creencias –como en la definición tayloriana–, su concepto de cultura es esencialmente semiótico y su intención es encontrar una explicación, a partir de ejercicios interpretativos, de las diversas expresiones sociales en cada grupo cultural.

En la concepción semiótico-hermenéutica de Geertz los símbolos son fuentes contingentes de información mediante las que se estructura la vida humana. Estas fuentes funcionan como “mecanismos para percibir, comprender, juzgar e interrelacionarse con el mundo”.<sup>144</sup>

De este modo, antes de llegar a una interpretación sobre las expresiones sociales que observa o pretende analizar, el

---

<sup>142</sup> Ver capítulo II

---

<sup>143</sup> Geertz, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa, 2005, p. 20.

<sup>144</sup> *Ibidem*.

investigador tendrá que someterse a un ejercicio ontológico (de lo observado o analizado), cuyos resultados se relacionarán entonces con el entorno en el que tienen lugar esos fenómenos.

El enfoque hermenéutico de Geertz ha influido en teóricos como John B. Thompson, cuya propuesta metodológica ha servido de base para la presente investigación.

- **John B. Thompson**

Las investigaciones de Thompson se han centrado, por una parte, en el análisis de la cultura a partir de la hermenéutica, y por la otra, en el análisis e interpretación de la comunicación de masas.

En relación con el concepto de cultura, puede decirse que en Thompson convergen, en la praxis, tanto las ideas de Geertz como las de Cassirer y White. Dicho de otra manera, Thompson propone una tesis enfocada en la relación simbólica de la cultura y para analizarla diseña una metodología cuya base es el ejercicio interpretativo. Respecto de la cultura, Thompson señala que funciona como un patrón comunicativo de carácter polisémico entre los individuos, en el que

éstos comparten experiencias, creencias e ideologías<sup>145</sup>.

A partir de esta tesis, el autor diseña un marco metodológico desde el que es posible interpretar —como propone Geertz— las expresiones sociales (formas simbólicas) de cada grupo cultural. Así, el autor propone que:

“[...] estudio de las formas simbólicas —es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos— en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.”<sup>146</sup>

Thompson llama *formas simbólicas* a todas aquellas expresiones o fenómenos culturales insertados en contextos específicos o estructurados.<sup>147</sup> Dichas formas simbólicas deben ser interpretadas en los contextos en que tienen lugar.

El autor parte de una concepción simbólico-estructural de cultura en tanto que concibe el aspecto contextual como el conjunto de procesos estructurados socialmente en los que se insertan las formas simbólicas. No obstante, advierte que “el término estructural no debe confundirse con estructuralista” y aclara

---

<sup>145</sup> Thompson, *Op. cit.*, p. 197

<sup>146</sup> *Ibidem*, p. 203.

<sup>147</sup> *Idem*.

que “los métodos estructuralistas se relacionan tradicional y fundamentalmente con los rasgos estructurales internos de las formas simbólicas, en tanto que la concepción estructural de la cultura se preocupa por tomar en cuenta los contextos y procesos socialmente estructuradas”.<sup>148</sup>

En otras palabras, lo importante para Thompson es considerar las relaciones internas de los fenómenos (con un análisis estructuralista), pero confrontar sus resultados con los aspectos contextuales insertos en estructuras sociales.



Esquema 3: Concepción simbólica de la cultura, según datos de Thompson, Giménez y Geertz.

Si bien el concepto de cultura en Thompson sigue las propuestas que

plantea Geertz, aquél advierte que aunque éste desarrolló el concepto de cultura más importante en su campo –al orientar el análisis a los asuntos relacionados con el simbolismo, la semiosis social y la naturaleza interpretativa del ser humano–, algunos aspectos presentan ciertas dificultades, como la noción de cultura como patrón o plano para organizar procesos sociales y psicológicos, la noción de texto como elemento de reinterpretación y la escasa atención a los problemas del poder y los conflictos sociales.<sup>149</sup>

En resumen, a partir de las investigaciones de Cassirer en el campo de la antropología filosófica –y su influencia en las propuestas de White, Geertz y Thompson–, el concepto y el estudio de la cultura dieron un giro. Al considerar las producciones culturales como formas simbólicas y retomar el contexto en el que se producen, así como la capacidad interpretativa, este enfoque se aplica en otros campos de estudio, por ejemplo las propuestas de la Escuela de Birmingham aplicadas a la comunicación y la recepción.

<sup>148</sup> *Ibidem*, p. 204.

<sup>149</sup> *Cfr. Thompson. Op. cit.*, p. 198-202.

- **Sobre los estudios culturales en el campo de la comunicación. La escuela de Birmingham** <sup>150</sup>

La Escuela de Birmingham inició los estudios culturales en el campo de la comunicación. Su propósito era analizar la relación entre un grupo cultural –sobre todo de las clases populares– y los medios masivos.

Surgió a finales de la Segunda Guerra Mundial, pero tuvo mayor auge a partir de la década de 1970, cuando se interesó por la exploración de las culturas de grupos de jóvenes –tribus urbanas– y la recepción de los medios. Con el Centre of Contemporary Cultural Studies, la Escuela de Birmingham inauguró una nueva forma de análisis en los estudios de comunicación de masas.

Esta escuela se originó debido al interés de los investigadores Richard Hoggart, Raymond Williams y William Morris por la recepción de productos literarios; no obstante, fue Stuart Hall –uno de sus fundadores y su teórico más importante– quien inició las primeras investigaciones de los estudios culturales.

El interés de Hall –con la influencia de Geertz– se centró en el análisis de las

redes discursivas y su interpretación, que de ellas resignifica el receptor “activo” como así lo denomina.

La segunda generación de los estudios culturales la conforman investigadores como Charlotte Brundson, Phil Cohen, Cas Critcher, Simon Frith, Paul Giro y David Morley.

En Latinoamérica, los estudios culturales han sido desarrollados por Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini. Para Barbero, las mediaciones –espacios en que los medios de comunicación son producidos y consumidos– sirven de punto de partida para el análisis de la apropiación, a partir del discurso que éstos manejan, especialmente el discurso narrativo y cómo éste se adapta a la tradición narrativa popular. Por su parte, García Canclini es uno de los precursores en los estudios de las culturas populares en Latinoamérica.

### **La Cultura adjetivada, clasificación de la cultura, o de las distintas subculturas.**<sup>151</sup>

Después de esta revisión teórico-conceptual del término cultura, es importante explicar cómo se ha clasificado

<sup>150</sup> Matterlart Armand y Érik Neveu. *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós, 2004, 175 p.

<sup>151</sup> Propuesta tomada de la obra de Esteban Krotz. Ver Krotz, Esteban (comp.). *La cultura adjetivada*. México: UAM, 1993, 172 p.

a la cultura y determinar dónde se sitúa la *cultura popular*.

Hemos visto que el concepto cultura ha tenido distintas acepciones, ahora veremos cómo se ha “diseccionado” o “dividido” a la cultura.

Como se apuntó, la palabra *cultura* se utilizó en algún momento como sinónimo de *civilización* y ha funcionado como un sustantivo determinado por adjetivos diversos.

En este sentido, podemos hablar de la particularización de culturas —*v. gr.* popular, obrera, campesina, nacional, tradicional, urbana, política—, denominadas por algunos autores como *subculturas*.<sup>152</sup>

Respecto de este término, Marvin Harris anota que debido a la conformación heterogénea de miembros de una comunidad —clases, etnias, etc.— algunos antropólogos consideran conveniente referirse a estos grupos como *subculturas* a fin de estudiarlas y aclara: “Así, por ejemplo, podemos referirnos a la subcultura de los negros norteamericanos,

la subcultura de los suburbios o la subcultura de los campesinos en Brasil”.<sup>153</sup>

Aunque en los años recientes el término subcultura se ha utilizado con frecuencia para designar a grupos diversos de un mismo sistema cultural, en el presente trabajo adoptaremos la clasificación de *cultura adjetivada*, la cual —a partir de un diagnóstico de la antropología mexicana respecto del uso de la palabra cultura— ha supuesto la tesis de que el concepto tiene utilidad en tanto que funciona como adjetivo.<sup>154</sup>

Lo anterior nos permite ubicar a la *cultura popular* como una categoría más; pese a que finalmente Krotz argumenta que a inicios de los años 90 y aún, con sus semejanzas estructurales, los diferentes tipos de cultura no dejan de mantenerse como subculturas. Dicho de otro modo, explica:

“[...] parece pertinente indicar varios problemas que se derivan de que las diversas ‘culturas adjetivadas’ siempre son concebidas, de alguna manera, como universos más o menos claramente delimitados e incluso empíricamente, distinguibles unos de otros, ya sea con respecto a sectores sociales (urbano, industrial, etc.), ya sea con respecto a

---

<sup>152</sup> El término *subcultura* introducido por Linton, A.L. Kroeber y M. Hershkovits, hacía referencia a la segmentación de los miembros de un grupo por clase, edad, sexo, etc. *Cfr.* Gallino, Luciano. *Diccionario de Sociología México: Siglo XXI*, 1995, p. 252.

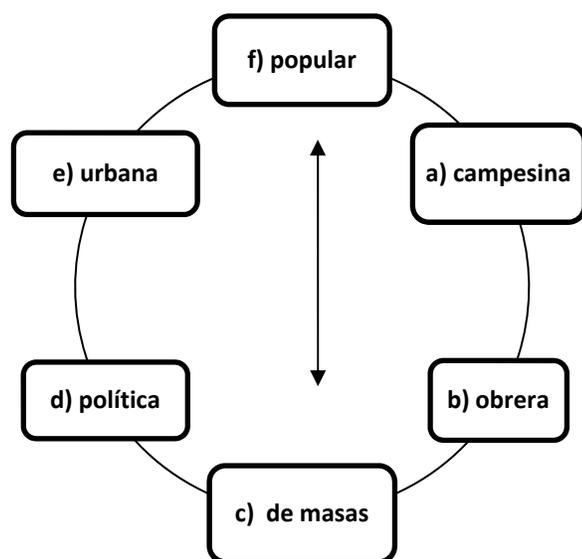
---

<sup>153</sup> Harris, Marvin. *Antropología cultural*. Madrid: Alianza, 1990, p. 22.

<sup>154</sup> El diccionario de la Real Academia Española señala en su primera y tercera acepciones —y de acuerdo a su concepto y función gramatical (consecutivamente)— que el adjetivo expresa una cualidad y que califica o determina al sustantivo. (Lo cual confiere mayor especificidad al sustantivo.)

ámbitos fenoménicos (popular, política, entre otros), ya sea que se trate de una combinación de ambos elementos [...] las culturas adjetivadas se mantienen como subculturas”<sup>155</sup>.

Lo que se pretende en este apartado no es hacer una descripción de cada tipología establecida en torno al concepto de cultura sino ubicar, dentro de esta clasificación, a la cultura popular.



Esquema 4. La adjetivación de la cultura.<sup>156</sup>  
o, Clasificación de la cultura<sup>157</sup>

En este esquema se puede apreciar que con la aparición de los estudios enfocados al consumo y apropiación de mensajes de

medios masivos, algunos investigadores han establecido una relación sinónima entre “cultura de masas” y “cultura popular”, sobre todo a partir de los años cincuenta; no obstante, otros investigadores, como Adolfo Colombres, Mario Margulis, Guillermo Bonfil Batalla y Rodolfo Stavenhagen, argumentan que la cultura popular debe analizarse desde su particularidad, y si en años recientes se le ha asociado a lo masivo, esta visión podría reducir sus elementos de estudio; además, la cultura de masas –de acuerdo con algunos de estos autores– ha sido creada por un pequeño núcleo de especialistas para diseñar formas de manipulación dominante.<sup>158</sup>

Es indispensable recuperar algunas de estas reflexiones, ya que posteriormente retomaremos las ideas de estos teóricos; sin embargo, el propósito no es armar un debate entre la relación masivo-popular – sus analogías u oposiciones–. Luego de nuestro análisis expondremos nuestras conclusiones; si bien el objeto simbólico que estamos analizando tiene un carácter masivo, su localización temporal y sus características semióticas y contextuales

<sup>155</sup> Krotz, Esteban. *Op.cit.* p. 25

<sup>156</sup> El esquema parte es una adecuación de la publicación de la obra *La cultura adjetivada*, fruto del simposio “El concepto ‘cultura’ en la antropología mexicana a través de sus adjetivaciones” celebrado en la Ciudad de México, en junio de 1990. El evento fue realizado por un grupo de antropólogos mexicanos, preocupados por el manejo del concepto “cultura” del que, señala Esteban Krotz, reapareció a finales de los años sesenta para, un par de décadas más tarde reaparecer acompañado por un adjetivo. Véase Krotz, Esteban. *Op.cit.* p. 9-22.

<sup>157</sup> La clasificación propuesta para este trabajo parte del análisis de la obra de Krotz y está sujeta a observaciones, dado que pueden existir otros adjetivos vinculados al término (v. gr. cultura de género, nacional, etc.)

<sup>158</sup> Colombres, Adolfo (comp.). *La cultura popular*. México: DGCP-Premia Editora, 1983, 145 p.

nos llevarán a considerar o defender su “masividad”.

### Aportaciones teóricas sobre Cultura popular

Para hablar del término cultura popular convendría remitirnos a la definición semántico-etimológica del concepto.

El Diccionario de la Real Academia señala que *cultura popular*, en su primera acepción, engloba al “conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo”. Por lo que respecta al término *popular*, la misma fuente lo define como un adjetivo que deriva del latín *popularis* y tiene seis acepciones. Las dos primeras refieren a lo relativo al pueblo, las siguientes a lo propio de las clases sociales menos dotadas económica o culturalmente.<sup>159</sup>

En la obra *El pueblo por escrito. Significados culturales de lo “popular”* Geneviève Bólleme explica que hablar de lo popular o reflexionar sobre ello es una “rareza” pues en la actualidad es común emplear el vocablo como un nombre en lugar de utilizarlo “con mucha mayor

frecuencia que la palabra pueblo, a la cual se refiere”.<sup>160</sup> En otras palabras, el adjetivo popular ha venido a sustituir al sustantivo pueblo, puesto que se utiliza con mayor frecuencia para referirse al mismo asunto.

Respecto de la relación *popular-populus-pueblo*, notamos que esta construcción ha experimentado modificaciones y presenta distintas acepciones a lo largo de la historia.

Bólleme apunta que para el habitante griego, el hombre de la multitud popular evocaba la manera en que éste se aglutinaba, por ello la palabra *polis* designaba el estado de reunión de quienes se congregaban alrededor de una ciudad. En cambio, para el pueblo romano *populus* –el pueblo– “designa a los habitantes de un estado constituido [...]”<sup>161</sup> aunque también a los hombres que habitan juntos.

Durante el siglo XII la expresión popular enfatizó una marcada división social. De este modo, *popular-pueblo* refería a aquellos habitantes de una misma nación

---

<sup>159</sup> Textualmente: “Popular (Del lat. *populāris*) 1. adj. Perteneciente o relativo al pueblo/2. adj. Que es peculiar del pueblo o procede de él/ 3. adj. Propio de las clases sociales menos favorecidas/ 4. adj. Que está al alcance de los menos dotados económica o culturalmente /5. adj. Que es estimado o, al menos, conocido por el público en general/6.adj. Dicho de una forma de cultura: Considerada por el pueblo propia y constitutiva de su tradición”. DRAE

---

<sup>160</sup>En esta obra, la autora efectúa un estudio sobre la literatura “llamada popular”. La literatura se convierte en popular gracias al acceso que pueda tenerse al texto en cuestión, pero también se vuelve popular lo que está caduco o ha sido superado. Asimismo, declarar un objeto o un texto como popular es concebirlo dentro de una relación de poder, dentro de un discurso político que lo legitime como tal. Ver: Bólleme, Geneviève. *El pueblo por escrito. Significados de lo “popular”*. México: Grijalbo/CONACULTA, 1990, 249 p.

<sup>161</sup>*Ibidem*, p. 31-33.

que no pertenecían ni “a la nobleza, ni a la burguesía”.<sup>162</sup>

La distinción fue más radical del siglo XII al XIX. En algunos casos pueblo denominó a la masa no pensante, iletrada, “rémoras o restos sin medios”, poco ilustrados, o de condición modesta, los menos notables o la gente sin educación.

En la segunda mitad del siglo XIX (1874) el diccionario Larousse declaraba que “la hez del pueblo, o populacho es la parte de la sociedad más despreciable a causa del envilecimiento en que se halla sumergido”.<sup>163</sup>

Finalmente, en la primera mitad del siglo XX el Diccionario de la Academia Francesa determinó que el pueblo y lo popular representaba a “los menos privilegiados, la gente de ‘condición modesta’, la ‘pequeña gente’... el pueblo”<sup>164</sup>.

En casi todos los casos, la relación *populus-pueblo-popular* ha tenido una marcada connotación peyorativa o subvalorativa. Lo mismo sucede con la concepción semántica de la cultura popular —sustantivo y adjetivo—, lo cual, como en

---

<sup>162</sup> *Ídem*.

<sup>163</sup> Citado por Bólleme, *Op. cit.*, p. 36.

<sup>164</sup> Diccionario de la Academia Francesa de París, con la aprobación de Jean-Baptiste Coignard, impresor regular del rey y de la Academia Francesa, calle S. Jacques, en la *Bible d'Or* (diversas ediciones de 1694 a 1935). Citado por Bólleme, *Op. cit.*, p. 37.

el caso del término “cultura”, ha motivado polémicas discusiones.

Por nuestra parte, nos proponemos mostrar cómo ha variado el significado de cultura popular de acuerdo con los momentos en los que se ha estudiado. Así lo hace notar Peter Burke, quien aclara:

“[...] el término ‘cultura popular’ tiene un sentido diferente cuando los historiadores lo usan para referirse a: 1) la Europa de comienzos del siglo XVI, cuando las élites participaban generalmente en las culturas del pueblo, y 2) a finales del XVII, cuando las élites se habían alejado de éstas.”<sup>165</sup>

Si bien el planteamiento de Burke nos pone en el terreno de análisis de la relación entre clases sociales, por ahora nos limitaremos a su exposición conceptual y a la enunciación de algunas categorías analíticas importantes para el análisis de la cultura popular propuestas por los especialistas.

### • Mijail Bajtín y la tradición literaria

Uno de los precursores en los estudios sobre la cultura popular es Mijail Bajtín, cuyos intereses se han centrado en el análisis de la lengua, así como en la interpretación y análisis de los géneros discursivos, en particular el narrativo en la novela<sup>166</sup>.

---

<sup>165</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>166</sup> Bajtín Mijail. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid, Alianza, 1987, 44op.

La propuesta de Bajtín acerca de la cultura popular surgió del análisis de la novela *Gargantúa y Pantagruel*, de François Rabelais<sup>167</sup>. Bajtín observa una clara oposición entre *cultura popular* y *cultura oficial* —la segunda asignada a los grupos dirigentes—. Respecto de la primera, el autor observa una tradición de fiesta y carnaval: expresiones corporales y las muestras de regocijo —carcajada desbordante—, y manifestaciones de orden lingüístico (verbal) que transgredían las normas oficiales de una institución feudal regida por las prohibiciones del clero.

Bajtín veía a través del discurso de Rabelais, una interpretación de la cultura popular hecha por la “cultura oficial”. En este sentido, afirma que la mayor parte de la información de Rabelais proviene de la tradición oral —característica de la gente iletrada.

Otra categoría fue el análisis de la caricaturización que los mismos “iletrados” hacían de la aristocracia, mediante la escenificación parodiada del sermón con expresiones como la “fiesta de locos”<sup>168</sup>; esto significa una apropiación, aunque simulada, de las prácticas religiosas y

sociales de la cultura popular tomadas de la cultura oficial.

En suma, la fiesta, o el carnaval, la parodia, así como la transgresión del lenguaje de la cultura oficial por parte de la popular, fueron algunas categorías que Bajtín circunscribió mediante el análisis de la obra de Rabelais.

#### • Peter Burke y el análisis histórico

Desde otra perspectiva, el historiador británico Peter Burke (1937) efectúa un análisis periódico acerca de las etapas de la cultura popular y su relación con la *alta cultura*.

Burke comenzó sus investigaciones en este rubro en la década de 1970; el concepto de cultura popular había empezado a convertirse en centro de las preocupaciones de los historiadores en años recientes debido a los trabajos de Julio Caro Borja, sobre España; Robert Mandrou y Natalie Davis, sobre Francia; Carlo Ginzburg, sobre Italia; y Edward Thompson y Keith Thomas, sobre Inglaterra.

En su obra *La cultura popular en la Europa Moderna* (1978),<sup>169</sup> Burke realizó un análisis cronológico, a través de una

<sup>167</sup> Rabelais, François. *Gargantua y Pantagruel*. Barcelona: Plaza & Janes, 1993, 334 p.

<sup>168</sup> Ver Capítulo I, apartado II de esta investigación: El drama religioso en la Edad Media

<sup>169</sup> Burke, Peter. *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid: Alianza Editorial, 1991, 445 p.

relación cronológica que va de 1500 a 1800 y de Portugal a los Montes Urales.

La mayor parte de los datos obtenidos por Burke, provienen de fuentes recogidas por frailes y otros historiadores. Lo que recuperó eran ya interpretaciones, y las fuentes provenían de gente que no necesariamente pertenecía al pueblo o a la denominada “cultura popular”.

El autor hizo una división temporal de estudio para señalar la manera en que *cultura popular* y *cultura letrada* se relacionaron:

- a) En la primera, de 1600 a 1650, hay un intercambio o adopción de los letrados de los modos de expresión del pueblo iletrado o cultura popular.
- b) En la segunda, de 1650 a 1800, ocurre un rechazo de las altas esferas hacia lo popular. Los elementos anteriormente adoptados llegan a “pulirse” y se diferencian tanto de su origen que se vuelven objetos y expresiones casi inaccesibles para el pueblo.

Por otro lado, Burke fijó sus categorías con respecto a la cultura popular mediante objetos de análisis varios, como la literatura —cuentos, poemas y otras construcciones de tradición oral—,

las expresiones artísticas —objetos decorados, reliquias, etc.— y algunas expresiones religiosas y musicales.

El autor plantea que los cuentos, poemas y otras construcciones de los campesinos comenzaron a ser adaptadas por autores como Jacob y Wilhem Grimm, de quienes refiere: “la asociación de la poesía con el pueblo recibió un mayor énfasis en la obra de los Grimm”;<sup>170</sup> más tarde ésta fue adaptada como reflejo de las altas esferas, pues en los cuentos clásicos los protagonistas son los príncipes o princesas, mientras que los criados están representados por los campesinos —aunque los propios autores valoraban más las narraciones tradicionales que los argumentos intelectuales; el culto al pueblo prosperó sobre el terreno de la tradición pastoral.

En el campo de la música, las formas de expresión clásicas, como las baladas y otras composiciones, comenzaron a ser adoptadas también, para luego renovarse con las composiciones de otros autores. En este sentido, Burke señala que “el entusiasmo por las canciones populares se insertó en un movimiento de

---

<sup>170</sup> Burke, *op.cit.*, p. 36.

búsqueda de la propia identidad y de liberación nacional”. Aunque algunas de las letras se conservaron, no sucedió así con la melodía pues ésta debía ser adaptada para interesar al sector de clase media que poseía pianos y otros instrumentos fuera del alcance del pueblo y que solían escuchar composiciones de Haydn o Schubert, por ejemplo.<sup>171</sup>

Tanto la literatura del pueblo como las construcciones de música son “arrebataadas” para ser sometidas a adecuaciones. Respecto de ello, Burke recupera una cita de V. Knox y refiere:

“La balada popular es rescatada de las manos del vulgo, para alcanzar un lugar en la colección del hombre refinado. Aquellos versos que hace pocos años parecían estar destinados únicamente a la atención de los niños, ahora son admirados por su simplicidad carente de artificio, que anteriormente había recibido los calificativos de groserías y vulgaridad.”<sup>172</sup>

Otra de las expresiones artísticas que sufrió el mismo proceso fue el teatro. Entonces surgió la categoría de “teatro popular”, asignada a toda expresión escénica con lenguaje sencillo, o llena de expresiones coloquiales de naturaleza oral. A partir de ello se construyó, en palabras de Burke, “una categoría que incluía las

obras de marionetas sobre Fausto, que inspiraron a Lessing y a Goethe”.<sup>173</sup>

Para finalizar, es conveniente resaltar de la exposición de Burke el reconocimiento por parte de las élites de las expresiones de la cultura popular y la exclusión de las mismas hacia ésta.

Podemos concluir que para los intelectuales de finales del siglo XVIII las expresiones populares fueron vistas como objetos de culto, dignas de ser imitadas. Entre las razones que favorecieron ese proceso se encuentra la cuestión estética vista como una revuelta contra el “arte”. Burke señala que “lo ‘artificial’ (como lo ‘pulido’) llegó a ser un término peyorativo, mientras que ‘natural’ (como lo ‘salvaje’) llegó a ser una alabanza”,<sup>174</sup> tal fue el caso del teatro. Por ejemplo, Goethe criticaba las reglas del drama clásico e iba en contra de ellas porque decía que trababan la imaginación. Burke agrega: “El teatro de marionetas y los dramas sacramentales fueron objeto de interés precisamente porque ignoraban estas reglas”. También lo hizo Shakespeare, estudiado por Herder y traducido por Tieck y Greijes. El atractivo estético de lo salvaje, lo no clásico –por

---

<sup>171</sup> *Ibidem*, p. 46-47.

<sup>172</sup> V. Knox, citado por Burke, p. 38.

---

<sup>173</sup> *Ibidem*, p. 39

<sup>174</sup> *Ibidem*, p. 44 y 45.

usar otro término de la época—, lo “primitivo”, pudo ser apreciado más intensamente en esa época.

Por otro lado, el acercamiento a las expresiones de la cultura popular fue determinado por el surgimiento de un sentimiento nacionalista, reflejado en las expresiones musicales.

En resumen, el descubrimiento de la cultura popular formó parte de un proceso inicial para la élite, en el que “lo antiguo, lo distante y lo popular acabaron por identificarse”,<sup>175</sup> para más tarde ser adoptados, reconstruidos y alejados del pueblo, por parte de la cultura letrada.

- **Antonio Gramsci: hegemonía vs subalternidad**

Indudablemente, el activista político y escritor italiano Antonio Gramsci (1891-1937) es uno de los teóricos que, con una fuerte orientación ideológica marxista, ha influido en varios estudiosos de la cultura popular, como Luigi Lombardi Satriani, Alberto Ciresse,<sup>176</sup> entre otros.

En este apartado, nos limitaremos a señalar algunos conceptos gramscianos

---

<sup>175</sup> *Ídem.*

<sup>176</sup> Véase: Lombardi Satriani, Luigi María. *Antropología cultural. Análisis de la cultura subalterna*. Buenos Aires: Galerna, 1975; Ciresse, Alberto. *Ensayos sobre la cultura subalterna*. México: CISINAH, 1979.

retomados por otros autores para el estudio de la cultura subalterna o popular, como la denominó el autor italiano.

Gramsci define el concepto de *pueblo* como el “conjunto de las clases subalternas de cada una de las formas de la sociedad hasta ahora existentes”.<sup>177</sup> En este sentido, la cultura popular es sinónimo de cultura subalterna y está compuesto por grupos determinados por las clases dirigentes.

Otro concepto propuesto por este autor es *hegemonía*. Para el estudio de la cultura popular lo hegemónico es entendido como la forma de imposición de ciertos gustos de la clase dominante hacia los grupos minoritarios, con la intención de conseguir un estado de homogeneidad. La relación que Gramsci establece entre cultura popular y cultura hegemónica tiene un sentido predominantemente político.

Por ello señala: “repensar el concepto de cultura popular en y a través del concepto de hegemonía es definirlo como un sistema de relaciones entre clases sociales”.<sup>178</sup> Podemos ver en el discurso e ideología del autor la fijación clara del concepto de lucha de clases de Marx. De este modo, la desigualdad social influirá en

---

<sup>177</sup> Gramsci, Antonio. *Literatura y cultura popular*. Tomo I, Buenos Aires, Cuadernos de Cultura Revolucionaria, 1974, p. 171.

<sup>178</sup> *Ibidem*, p. 41.

la relación que la cultura de élite o hegemónica establezca con la cultura popular o subalterna –reflejada en expresiones como la literatura, el teatro y en ámbitos como la educación y la religión.<sup>179</sup>

- **La sociología de la cultura en Pierre Bourdieu: *habitus* y cultura popular**

Como en el caso de Gramsci, revisar la vasta obra de Pierre Bourdieu dedicada al estudio de la cultura implicaría una investigación enfocada exclusivamente a ello, por lo que nos limitaremos a exponer de manera general algunos conceptos clave que autores como Néstor García Canclini han adoptado y reinterpretado para el estudio de la cultura popular.

Para el autor de *La distinción y El oficio del sociólogo*, el análisis de la cultura implica mirar hacia los modos de vida y las prácticas de consumo –de productos o formas culturales– de los distintos grupos y clases sociales.

Por lo anterior, el concepto de *clase* en Bourdieu sigue la orientación marxista<sup>180</sup> de Gramsci; es decir, hace una

diferenciación entre lo hegemónico (alta cultura) y lo subalterno (cultura popular). No obstante, la conformación de cada una de estas clases está condicionada más por la apropiación simbólica. Así, la clase se encuentra determinada por variantes como el origen étnico, el nivel económico y escolar y el capital cultural.<sup>181</sup>

Al hablar de apropiación simbólica es necesario recuperar otro concepto señalado por Bourdieu: las *prácticas culturales*. Éstas se definen como los espacios en los que los individuos interactúan de acuerdo con sus gustos, ya sea lo caracterizado por el gusto legítimo –hegemónico–, el medio o el popular. De esta manera, la apreciación de las expresiones artísticas diferirá en cada clase según la caracterización que se haya hecho en cada una de ellas.

En relación con lo anterior, señala Bourdieu, el gusto o estética popular está caracterizada por “lo opuesto al desapego del esteta”.<sup>182</sup>

Finalmente, tanto el consumo o elección de una expresión cultural como la conformación del gusto están determinados por un elemento más, una

---

<sup>179</sup>Gramsci, Antonio. *Cultura y literatura*. Barcelona: Península, 1977, p 300.

<sup>180</sup> Para Marx las clases sociales están determinadas por los medios de producción económica; por consecuencia, existe una desigualdad evidente entre burguesía y proletariado (entre clases hegemónicas y subalternas).

---

<sup>181</sup> Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus, 1998, 597 p.

<sup>182</sup> *Ibidem*, p. 32.

construcción interior que el autor denomina *habitus*, el cual se define como el umbral productor de un estilo de actuar y de vivir, es decir:

“[...] el principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posesión en un estilo de vida unitario [...] un conjunto unitario de elección de personas, de bienes, de prácticas.”<sup>183</sup>

Así, a través de la formación del *habitus*, las decisiones de cada una de las clases se verán exteriorizadas en la elección o consumo de determinada expresión.

### **Cultura popular, *habitus* y prácticas subalternas**

En suma, tanto en Gramsci como en Bourdieu la idea de hegemonía *vs* subalternidad se encuentra presente en los estudios o proceso culturales. Para Gramsci, la cultura popular está determinada por la contraposición de lo hegemónico sobre lo subalterno, en tanto que para Bourdieu se conformará a partir de la apropiación desigual de un capital simbólico común.<sup>184</sup>

De este modo, la conformación de la cultura popular-subalterna se determina por la construcción del *habitus*,

determinado a su vez por las prácticas culturales de cada grupo.

- **Las contraposiciones de Jean Claude Passeron y Claude Grignon en los estudios sobre la cultura popular**

En el campo de la sociología, Jean Claude Passeron se ha aproximado al análisis de la cultura popular desde un enfoque hermenéutico.

Passeron publicó una de sus primeras obras al lado de Pierre Bourdieu,<sup>185</sup> pero fue con Claude Grignon con quien desarrolló un amplio estudio sobre la descripción e interpretación de la cultura popular en la literatura.

En *Miserabilismo y populismo en sociología y literatura* (1989), Grignon y Passeron exponen la manera en que la cultura popular ha sido descrita e interpretada desde los ámbitos “cultos” o académicos.<sup>186</sup> Apuntan que desde estos acercamientos han surgido dos posturas: la que se inserta en la corriente estructural (que tiene su base en las oposiciones entre cultura dominante-cultura dominada; legítima-ilegítima, letrada-iletrada, etc.), y aquella que genera confusiones al utilizar

<sup>183</sup> Bourdieu, P. *Capital cultural, escuela y espacio social. Siglo XXI*. México, 2002, p. 33

<sup>184</sup> García Canclini, Néstor. “Cultura y organización popular Gramsci con Bordieu”, en *Cuadernos políticos, número 38*. Ediciones Era, México, enero-marzo 1984, p. 75

<sup>185</sup> Bourdieu-Passeron: *Los herederos, los estudiantes y la cultura*, 1964; *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, 1970.

<sup>186</sup> Grignon, Claude y Jean-Claude Passeron. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires, 1991, 219 p.

el término pueblo como sinónimo de lo popular, que deriva en un acercamiento *populista* romántico.<sup>187</sup>

Al definir la cultura popular sólo como referente de lo dominante o de exclusión, ésta aparece carente o desprovista de referencias propias.<sup>188</sup>

De acuerdo con los autores, un acercamiento sociológico que parte nada más del análisis ideológico de la cultura, ofrece poco acerca de las características (como gustos, preferencias, etc.) de la cultura popular pues desde el horizonte de expectativas del analista la cultura popular no puede ser pensada fuera de la dominación, y ello lleva a un reduccionismo que le condena al *miserabilismo* (un tratamiento sentimental de la cultura; una consideración paternalista hacia un grupo que siempre estará dominado por alguien más).

Passeron y Grignon proponen que antes de iniciar cualquier estudio o interpretación de la cultura o culturas populares, es necesario considerar que se trata de un fenómeno plural y heterogéneo que se origina en sociedades estratificadas en las que hay un intercambio simbólico

desigual,<sup>189</sup> pero no se puede hablar de dominio total. De esta forma la propuesta de análisis, apunta a efectuar un balance de la cultura popular basado en su autonomía simbólica, de pues éste:

“[...] puede sentirse autorizado, sin duda, por la tendencia que todo grupo social tiene a organizar sus experiencias en un universo coherente, sin ninguna condición social, por más desgraciada o dependiente que esta sea, puede impedir completamente el trabajo de organización simbólica: aún dominada una cultura funciona como cultura.”<sup>190</sup>

Las culturas populares son vistas no desde las carencias y deseos de los grupos, sino como una clase social que no se caracteriza a sí misma por sí misma, con un estilo propio, *haberes* –categoría semejante al *habitus* en Bourdieu– y expresiones simbólicas propias. Es decir, como grupos autónomos.

- **Cultura popular y folklore en Luigi María Lombardi Satriani**

El pensamiento de Gramsci y las ideas con respecto a las culturas hegemónicas sobre las culturas populares influyeron también en la concepción de Luigi María Lombardi Satriani.

---

<sup>187</sup>Zubieta, Ana María (Coord.). *Op.cit.* p. 99

<sup>188</sup> *Ídem.*

---

<sup>189</sup> De aquí la objeción de los autores respecto de las posturas de algunos teóricos que conciben lo popular con categorías por ej., la derivación en culturas obreras –desde la línea marxista–; puesto que al hacerlo hay una homogeneización y a su vez una fragmentación total de estos grupos grupo de lo proletario como una unidad y una cultura distinta u opuesta y diferente.

<sup>190</sup> Grignon y Passeron. *Op.cit.* p. 18.

Entre los conceptos que se relacionan con la cultura popular —ya desde las investigaciones de Burke— retomados por Lombardi, se encuentra el término *folklore* como sinónimo de lo popular.<sup>191</sup> Burke señalaba que a inicios del siglo XX, justo cuando habían iniciado los estudios de cultura popular, el término “folk” empezó a relacionarse también con lo popular. Así comenzó a captar el interés de los intelectuales y surgieron varios conceptos con respecto al folklore.<sup>192</sup>

Lombardi analiza dos posturas con respecto de la cultura popular, la *posición erudita* y el *folklore pintoresquismo*.

De la primera, señala que algunas expresiones populares son vistas como reliquias, objetos o expresiones antiguas que deben interesar sólo a quien tiene intenciones de erudición; la cultura popular así concebida, es vista como una pieza para la reconstrucción de un pasado lejano.

De la segunda, explica que en su origen *folklore* se encuentra conferido a los términos subvalorados que remiten a las

“actitudes pintorescas”. En este sentido, el folklore es tomado como “algo que existe en cuanto existe una cultura en el poder que lo determina, relegando masas de individuos a modos de vida éticamente inaceptables”.<sup>193</sup> Lo anterior refleja una problemática de exclusión por parte de la cultura intelectual exclusiva de los grupos hegemónicos; es decir, se excluye la voz del pueblo, analizada por Lombardi como “la voz del *ghetto*”.

En suma, Lombardi Satriani expresa que en todo grupo social construido sobre diferenciaciones de clase hay una negación de la producción folklórica que presenta “una imagen mistificada de la cultura de las clases subprivilegiadas”.<sup>194</sup>

LA CULTURA POPULAR EN AMÉRICA  
LATINA Y MÉXICO: NÉSTOR GARCÍA  
CANCLINI, RODOLFO STAVENHAGEN,  
GUILLERMO BONFIL BATALLA, A.  
WARMAN Y C. MONSIVÁIS

• Néstor García Canclini

Para Néstor García Canclini<sup>195</sup> todo proceso de esta naturaleza se manifiesta a través de las relaciones sociales. Su

---

<sup>191</sup> El término apareció por primera vez en Inglaterra en 1846 en la revista londinense *The Athenaeum*. Ver: Lombardi Satriani, L. M. “Culturas populares y exclusivismo cultural”, en *Antropología cultural*, Buenos Aires: Galerna, 1975, pp. 88-127, 179-197, citado en: *Cultura y sociedad en México y América Latina*. Cimet, Esther, Martha Dujovne et. al. (compiladores). México: CENIDIAP-INBA, 1987, p. 17.

<sup>192</sup> *Ibidem*. p. 18.

---

<sup>193</sup> Lombardi Satriani, *Op.cit.* p. 21.

<sup>194</sup> *Ibidem*, p. 24.

<sup>195</sup> Desde sus primeras investigaciones, Néstor García Canclini ha centrado sus intereses en el estudio de la cultura en América Latina. Véase: *Las culturas populares en el capitalismo; Arte popular y sociedad en América Latina y Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*.

propuesta de análisis cultural apunta a la manera cómo se conciben, reproducen, circulan y reciben las manifestaciones y objetos culturales. En cada una de estas fases –diseño, reproducción y recepción– el contexto y las características socioeconómicas de los individuos juegan un papel fundamental. Con respecto a la cultura popular afirma:

“Las culturas populares (más que la cultura popular) se configuran por un proceso de apropiación desigual del capital económico y cultural de una nación o etnia por parte de sus sectores subalternos, y por la comprensión, reproducción y transformación real y simbólica, de las condiciones generales y propias del trabajo y de vida.”<sup>196</sup>

Aunque las investigaciones de García Canclini se ubican en un contexto más reciente que el periodo de estudio de esta investigación, es necesario resaltar algunos de los conceptos analíticos que han sustentado las investigaciones de recepción de medios, con la idea de relacionarlos con las propuestas de otros teóricos.

Varias categorías analíticas de este autor derivan de las propuestas del análisis sociológico de la cultura de Pierre Bourdieu, y de las propuestas marxistas de

Gramsci, como los conceptos de *clase* y *habitus*.

García Canclini refiere que el estudio de la noción de clase adquiere relevancia a partir de propuestas sobre diferenciación y distinción entre grupos, definidos por los aspectos simbólicos y estéticos que éstos consuman –o se apropien–, dado que investigadores como Bourdieu o Jean Baudrillard, han demostrado que en las sociedades modernas la distinción de clases se caracteriza por la construcción simbólica e identitaria entre los miembros de una comunidad (lo que los miembros leen, comen, escuchan, etcétera).

Así, García Canclini aclara que lo que denomina *hábitos culturales* son estructuras derivadas de los grupos de interacción social. En otras palabras: “los hábitos son estructurados por las condiciones y posición de clase y generadores de esquemas de percepción y apreciación; en palabras de Bourdieu, ‘el estilo de vida’ ”.<sup>197</sup>

Ligadas al *habitus cultural* se encuentran las *prácticas culturales*, otra categoría analítica empleada por el autor. De acuerdo con él, las culturas populares

---

<sup>196</sup> García Canclini, Néstor, en Cimet, Esther, Martha Dujovne *et. al.* (compiladores) *Op. cit.* p. 23.

---

<sup>197</sup> *Ibidem.* p. 35.

se conforman a partir de las prácticas culturales –como las laborales, familiares y comunicacionales–, así como de las prácticas y formas de pensamiento de los sectores populares, es decir, las formas de consumo y circulación de los mismos productos para cada clase.

El investigador subraya que de acuerdo con los círculos y prácticas culturales en los que el individuo se inserte, se definirá la forma mediante la que promueva el gusto por el “arte culto” o por la “artesanía”, es decir, la manera en que cada individuo o grupo se apropie de una forma de expresión.

El concepto de *apropiación de la cultura* significa poseer un conjunto de bienes culturales, aunque esta apropiación no es homogénea. García Canclini aclara, citando a Bourdieu, que “los bienes culturales acumulados en la historia de cada sociedad no pertenecen realmente a todos, sino a aquellos que cuentan con los medios para apropiárselos”<sup>198</sup>. Un elemento que juega un papel fundamental en este proceso es el nivel o capital intelectual de los individuos.

Para el autor, el proceso de generación, circulación y apropiación de

bienes culturales se encuentra inserto y determinado por los Aparatos Culturales –análogo al concepto de Aparatos de Estado, de Althusser–. Los aparatos culturales son “las instituciones que administran, transmite y renuevan el capital cultural; en el capitalismo son la familia y la escuela, aunque también los medios de comunicación [...]”<sup>199</sup>

Por lo que se refiere a la relación entre culturas populares y hegemónicas (en un sentido gramsciano), García Canclini afirma que ambos toman ideas de uno y de otro. En los ámbitos culturales de la cultura hegemónica y de las populares, existe una relación intrínseca puesto que el lenguaje de los obreros o los campesinos es en parte construcción propia –*apropiación y habitus culturales*– y en parte una resemantización del lenguaje de los medios masivos y del poder político, o un modo específico de eludir a condiciones sociales comunes a todos. Así, “el lenguaje hegemónico de los medios o de los políticos, en la medida en que quiere alcanzar al conjunto de la población tomará en cuenta las formas de expresión popular”<sup>200</sup>.

---

<sup>198</sup> *Ibidem*. p. 36.

---

<sup>199</sup> *Ídem*.

<sup>200</sup> *Ibidem*. p. 37.

En suma, de acuerdo con el autor, las culturas populares —no simplemente la cultura popular— se configuran a partir de una *apropiación del capital cultural*, según sus *habitus culturales* y la resignificación de los lenguajes, determinados por los aparatos culturales hegemónicos, los cuales están ubicados desigualmente.<sup>201</sup>

### **El abordaje teórico de la cultura popular en México**

En México, los estudios acerca de las culturas populares han surgido de dos disciplinas: la antropología y la literatura, aunque recientemente han captado el interés de la sociología. Destacan los estudios de Guillermo Bonfil Batalla, Esteban Krotz, Rodolfo Stavenhagen, Amparo Sevilla —en la antropología y la sociología—, Samuel Ramos, Octavio Paz, Arturo Warman y Carlos Monsiváis —en la tradición ensayística—. <sup>202</sup>

Según Krotz, el término *cultura* desapareció por varios años de la discusión hegemónica en la antropología y apareció,

---

<sup>201</sup> A partir de la lógica de la globalización y el desarrollo tecnológico, el proceso de hibridación de culturas, el surgimiento y relación entre cultura de masa y cultura popular, las relaciones entre modernidad y capitalismo, así como el posicionamiento significativo respecto a lo hegemónico por parte de los sectores subalternos, es obligado repensar —afirma Néstor García Canclini— la relación entre cultura popular y capitalismo y redefinir el concepto de lo popular. Ver: *Culturas populares en el capitalismo* (2002).

<sup>202</sup> Desde que se estableció la analogía cultura popular-cultura de masas, en México varios investigadores se interesaron en esta temática. En comunicación, destacan los trabajos de Jorge A. González y Jesús Galindo Cáceres.

como una temática digna de estudio, décadas más tarde; el concepto reapareció acompañado por sus correspondientes adjetivos,<sup>203</sup> surgiendo así la *cultura popular* como problema de estudio.

Pese a los esfuerzos de los investigadores por acercarse al estudio de las culturas populares lejos del discurso oficial en el que se homologaba lo *campesino-nacional-folklórico-artesanal*, ha habido disputas por reconocer realmente lo que ha sido la cultura popular mexicana, ya que el concepto ha variado según la organización política y las políticas culturales del gobierno.

A comienzos del presente siglo, Gilberto Giménez formuló una crítica en torno a las aproximaciones de estudio de las culturas populares en México. Señala que su abordaje ha ignorado el contexto o las referencias sociopolíticas. En palabras de Giménez:

“como si fueran autónomas y autosuficientes, al margen de toda referencia al sistema cultural global del país y, particularmente, sin referencia a su contraparte, la ‘cultura legítima’ o ‘consagrada’ y, en menor medida, a la cultura de las capas medias urbana [...] [Se puede decir que se realizan entonces] “como una alternativa valorizada frente a la ‘cultura burguesa’ y no como un ‘simbolismo dominado’ que lleva en sus

---

<sup>203</sup> Krotz, *Op. cit.*, p. 15.

propias entrañas las marcas de la dominación.”<sup>204</sup>

La afirmación de Giménez parte de las consideraciones con respecto a su análisis de la cultura (dentro de la concepción simbólica y que retoma las premisas sobre las prácticas culturales y el consumo y la apropiación de formas simbólicas, de acuerdo con el concepto de *habitus* de Bourdieu).

- **La visión de una sociedad clasista hacia la cultura popular mexicana: Guillermo Bonfil Batalla**

Bonfil Batalla dedicó buena parte de sus investigaciones al análisis de la cultura mexicana desde una concepción histórica; diseñó un discurso en el que concibió la realidad del mexicano –historia, política, aspectos culturales y económicos– desde dos planos: el “imaginario”, o preconcebido por algunas capas sociales, y el real o “profundo”, conformado por los grupos subalternos.

En su obra *México Profundo, una civilización negada* (1987), sienta algunas bases analíticas que desarrollará más tarde y que retomará para conceptualizar la cultura popular. Destaca tres ejes

fundamentales en la historia y la conformación cultural del mexicano: la relación entre lo indio y lo mestizo; el papel de lo *indio* como pueblo dominado o sujeto al proceso de la *desindianización* por los creadores del México imaginario; y la relación entre el México profundo o indígena y el imaginario –de naturaleza hegemónica y colonial–<sup>205</sup>.

Bonfil Batalla explica que en el momento en que el término *culturas populares* se institucionaliza éste fue diseñado y acuñado por ciertos grupos sociales que no se incluyeron en esa concepción, pues si bien popular deriva de pueblo, el no pueblo fue quien determinó las características de lo popular; es decir que se hizo referencia a un grupo de personas distintas.

Como consecuencia, hay una diferenciación tácita entre lo popular y lo no popular, que deriva de una relación hegemónica de dominio y diferenciación entre un grupo y otro (que históricamente parte desde la época colonial con la idea de marcar un orden social).

La cultura popular resulta ser la cultura subordinada y diferenciada, ya

---

<sup>204</sup> Giménez, Gilberto. “La investigación cultural en México. Una aproximación”, en *Perfiles Latinoamericanos* [en línea] 2000, (diciembre) : [fecha de consulta: 10 de agosto de 2009] Disponible en:<<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11501506>> ISSN 0188-7653

---

<sup>205</sup> Bonfil Batalla, Guillermo. *México profundo, una civilización negada*. México: De bolsillo, 2005.

sea por diferencia de bienes o capitales o por pertenecer a grupos subalternos en una sociedad estratificada.<sup>206</sup> El autor afirma:

“[...] para México, entiendo por culturas populares las que corresponden al mundo subalterno en una sociedad clasista y multiétnica de origen colonial”.<sup>207</sup>

Bonfil Batalla aduce que durante la Colonia el pueblo se fragmentó, fue aislado y ubicado en diferentes comunidades al grado de provocar conflictos entre ellas. Como resultado, en la actualidad la cultura popular –o las culturas populares– se expresa prácticamente de manera local. Al mismo tiempo, ésta sigue concibiéndose como un grupo distinto al hegemónico. Finalmente afirma: “los conceptos de diferencia, dominación y subordinación, identidad y continuidad culturales tienen a la investigación de las culturas populares en un campo de prueba”<sup>208</sup>.

### • Rodolfo Stavenhagen y el estudio sociológico de las culturas populares e indígenas

Otro autor que sigue la línea propuesta por Bonfil Batalla en torno al estudio de los

grupos indígenas y de las culturas subordinadas es Rodolfo Stavenhagen.<sup>209</sup>

Para este autor, hablar de cultura popular es hablar de un problema de clases. Argumenta que todas las sociedades clasistas tienen elites dominantes que se apropian de los bienes culturales, de ahí que la idea de que la cultura popular emane directamente de las clases populares –de sus tradiciones, ideologías o ingenio creador– es una idea ambigua. Stavenhagen señala que la cultura popular es la de la clase subalterna y la expresión de los grupos minoritarios –que incluye las lenguas minoritarias y las expresiones folklóricas en su acepción más rigurosa–, y a su vez es la raíz de inspiración del nacionalismo cultural.<sup>210</sup>

Si bien la contraposición entre cultura de elite y cultura popular sucede en sociedades fuertemente estratificadas, en la actualidad los procesos acelerados de comunicación y movilidad derivados del acelerado crecimiento de la urbanización hacen que la distinción y la contraposición no sea tajante.

<sup>206</sup> Bonfil, Batalla, Guillermo. *Pensar nuestra cultura*. México: Alianza Editorial, 1991, p. 62.

<sup>207</sup> Bonfil Batalla, Guillermo, et al. *Culturas populares y política cultural*. Culturas Populares, México: CONACULTA, 1995, p. 15.

<sup>208</sup> Bonfil, Batalla [1991]. *Op. cit.*, p. 67.

<sup>209</sup> Investigador del COLMEX y ex director General adjunto de la UNESCO. Entre sus publicaciones están: *La cuestión étnica*. México: Colmex, 2001 y *Conflictos étnicos y Estado nacional*. México: Siglo XXI, 2001.

<sup>210</sup> Stavenhagen, Rodolfo, “La cultura popular y la creación intelectual”, en González Casanova Pablo (coord.). *Cultura y creación intelectual en América Latina*. México: Siglo XXI, 1984, pp. 298-299.

Haciendo referencia a las propuestas de corte marxista de Althusser, Stavenhagen expone que resulta relevante observar el funcionamiento de los Aparatos Ideológicos de Estado para la conformación de las culturas populares, dado que el diseño o concepción de las mismas expresiones concebidas para el pueblo derivan de ello. En este sentido, apunta que:

“El folklore se transforma en conjunto de símbolos manipulados para fines ideológicos; el arte popular se comercializa y se utiliza como elemento de una política económica de exportación o de atracción para el turismo [...] con el objeto de generar divisas; los valores culturales populares se incorporan selectivamente a los medios de comunicación masiva y arrancados de su contexto original, pierden sentido social.”<sup>211</sup>

Por otro lado, el autor expone cronológicamente cómo desde la Conquista y la Colonia las poblaciones indígenas, fueron oprimidos, separados y considerados inferiores.

Lo mismo sucedió después. Si bien el proyecto revolucionario de 1910 aspiraba a construir una nación más igualitaria, en el campo de la educación, los proyectos modernizadores y nacionalistas impusieron una lengua común, ignorando las lenguas de muchos grupos indígenas.

---

<sup>211</sup> Stavenhagen. *Op. cit.*, p. 301.

Pese a que en los años veinte se estableció la escuela rural mexicana —apunta Stavenhagen— en las zonas donde predominaba una población indígena los resultados fueron nulos.

En épocas más recientes, con la migración de grupos indígenas hacia el centro de la República o a los estados industriales más prósperos, los grupos más vulnerables han experimentado un proceso de aculturación que los ubica nuevamente en los grupos subalternos, llegando a negar o rechazar valores o tradiciones de origen.<sup>212</sup>

- **Las aportaciones en el ámbito ensayístico: Arturo Warman y Carlos Monsiváis**

En la tradición ensayística, la cultura mexicana<sup>213</sup> y la cultura popular han sido abordadas desde diversas perspectivas. Entre ellas, la de Arturo Warman y Carlos Monsiváis.

Arturo Warman ha participado en el gobierno como servidor público y sus intereses académicos le llevaron construir una línea de análisis en la que los ejes

---

<sup>212</sup> Las culturas indígenas y campesinas se han incorporado muchas veces (sobre todo en la Ciudad de México) a la categoría de culturas populares. A partir de la creación de dependencias como el “Museo de las Culturas Populares”, fundado por Bonfil Batalla en los años 70, y cuya misión ha sido la de fomentar la preservación y difusión de las manifestaciones populares, urbanas, rurales e indígenas, el abordaje de la cultura popular en México ha dado un giro.

<sup>213</sup> Tema de análisis de escritores como Samuel Ramos y Octavio Paz.

rectores fueron: la conformación y las problemáticas de los pueblos campesinos e indígenas; y las expresiones artísticas de la cultura popular mexicana.

En varios escritos Warman habla de la relación entre el sistema político mexicano y la conformación de la cultura.<sup>214</sup> El autor ejerce una aguda crítica a la construcción de los estereotipos en la cultura popular, de lo indígena, de las tradiciones propias e impuestas del pueblo mexicano y al dominio de quienes mueven los hilos del ámbito cultural: los “elegidos”, los caciques de la cultura que determinaron las formas de apropiación de grupos culturales. Warman señala que estos caciques eran “una especie de *cosa nostra* exquisita, [que] dominaba el campo cultural y definía su orientación. Ciencia y cultura eran, en lo personal y en lo nacional, artículos de lujo”.<sup>215</sup>

Por su parte, la obra de Carlos Monsiváis —más dirigida al estudio de la cultura urbana— es una de las mejores interpretaciones de la cultura popular, analizada en expresiones como literatura, cine, música, fiestas tradicionales, luchas,

televisión, radio, prensa, cómics, fotonovelas, artesanías y varios elementos simbólicos de la vida cotidiana.

Elogiado o denostado, o concebido como un teórico de la cultura popular mexicana, Monsiváis ha dedicado buena parte de su vida a la crítica, análisis y narración de representaciones en las que describe las relaciones o eventos, tanto de los grupos de elite —políticos o intelectuales—, como la de grupos marginales. Lo mismo da cuenta de la función de luchas, que de la cámara de diputados; del último concierto de Gloria Trevi o de la Sinfónica Nacional. Es un escritor e intérprete que se encuentra, de acuerdo con Linda Egan “en medio de los dos México”.<sup>216</sup>

¿Qué es lo popular para Carlos Monsiváis? En sus escritos evidencia que el concepto de identidad juega un papel esencial en la conformación de la cultura popular, la cual en algunos casos está fuertemente ligada al concepto de nacionalismo.<sup>217</sup> Afirma:

“Cultura popular es, según quien la emplee, el equivalente de lo indígena o lo campesino, el sinónimo de formas de resistencia

<sup>214</sup> Entre sus publicaciones destacan: *Los indios mexicanos en el umbral del milenio*. México: FCE, 2003; *El campo mexicano en el siglo XX*, México: FCE, 2001; *Ensayos sobre el campesinado en México*, México: Nueva Imagen, 1980.

<sup>215</sup> Warman, Arturo. “Entre vacas gordas y el vacío” en *Nexos*, núm. 37, enero de 1981, pp. 11-14.

<sup>216</sup> Egan, Linda. *Carlos Monsiváis. Cultura y crónica en el México contemporáneo*. México: FCE, 2004, p. 22.

<sup>217</sup> Monsiváis, Carlos. “Cultura e identidad nacional”, 4<sup>a</sup>. Reunión Nacional del INBA, en provincia, Colima, nov. 8 de 1980, (fragmentos) citado por Cimet, Esther. *Op. cit.*, p. 69-76.

anticapitalista o el equivalente mecánico de industria cultural. El término acaba unificando caprichosamente, variedades étnicas, regionales, de clase, para inscribirse en un lenguaje político.”<sup>218</sup>

La cultura popular que describe, interpreta y analiza este autor, es sobre todo urbana. Aspectos como la modernización, la economía, la política, la sociedad, la historia, el lenguaje y la cultura de masas definen los gustos y apropiaciones de grupos hegemónicos y subalternos; ambos conviven con sus diferenciaciones particulares para la cultura popular:

- a) Los *estereotipos*: ídolos del pueblo: cantantes, actores y actrices, personajes de farándula.
- b) La *música* y el *baile*: la primera desde la nacionalista hasta la tradicional y la de fiesta de barrio.
- c) Los *lugares de recreación* o desenfreno: salones de baile, cine, plazas, espectáculos públicos o masivos.
- d) La *literatura*, determinada a veces entre los grupos de élite “para los que leen y los que no leen”;<sup>219</sup> desde las expresiones de un realismo costumbrista hasta la expresión del comic o la fotonovela.

Las categorías anteriores, encontradas en el “revoltijo” de la cultura popular urbana que concibe Monsiváis,

engloban subcategorías, de acuerdo a Linda Egan:

- a) El *melodrama*: promotor del nacionalismo lacrimógeno a través del cine —poblado de arquetipos y estereotipos, creaciones de las industrias culturales mediáticas—.
- b) El *kitsch* —o estética cursi, falta de elegancia—.<sup>220</sup>
- c) La *culturas camp, pop* y *rural*: la primera, considerada como “aquello tan malo que resulta bueno”, es decir, lo extremadamente exagerado; lo *pop* es parecido a lo *camp* pero promovido por los medios de comunicación masiva de una forma artificial; y lo rural es la expresión de la violencia institucionalizada o el machismo implacable, expresado —estereotipado— en los migrantes del campo a la ciudad.
- d) La *estética de la pobreza*: generada por la industria cultural mediática; la referencia a una pobreza reducida que equivale simplemente a expresiones de “lo bonito” o lo “placentero”.<sup>221</sup>

Si bien en las ciencias sociales se piensa que ni Warman ni Monsiváis han delineado una teoría para el análisis de la cultura popular mexicana, sus observaciones se encuentran dentro de una línea interpretativa y han servido para que autores como Néstor García Canclini las retomem. De acuerdo con Egan, podemos concluir que:

“Más que nadie en la comunidad intelectual de su país, Monsiváis ha contribuido a la fundación no sólo de la cultura popular como disciplina, sino también de una metodología y una teoría que a la atracción de la cultura como espectáculo agrega la sustancia de significados simbólicos y filosóficos duraderos.”<sup>222</sup>

<sup>218</sup> Monsiváis, Carlos. “Notas de estado, la cultura nacional y las culturas populares en México”, *Cuadernos políticos*, núm. 30, México, 1981, p. 33.

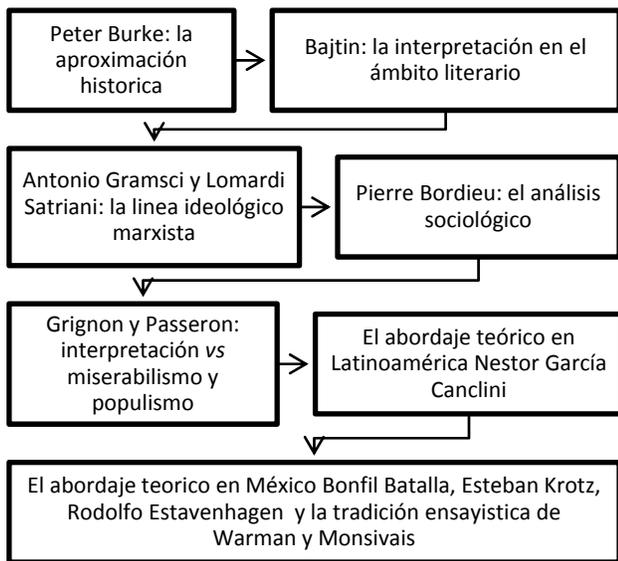
<sup>219</sup> Monsiváis, Carlos. “De las versiones de lo popular”, en *Aires de familia*. Barcelona: Anagrama, 2000, p. 15.

<sup>220</sup> Monsiváis Carlos. *Amor perdido*. México: Era, 1978, p. 62-65.

<sup>221</sup> Egan Linda. *Op. cit.*, p. 99-100.

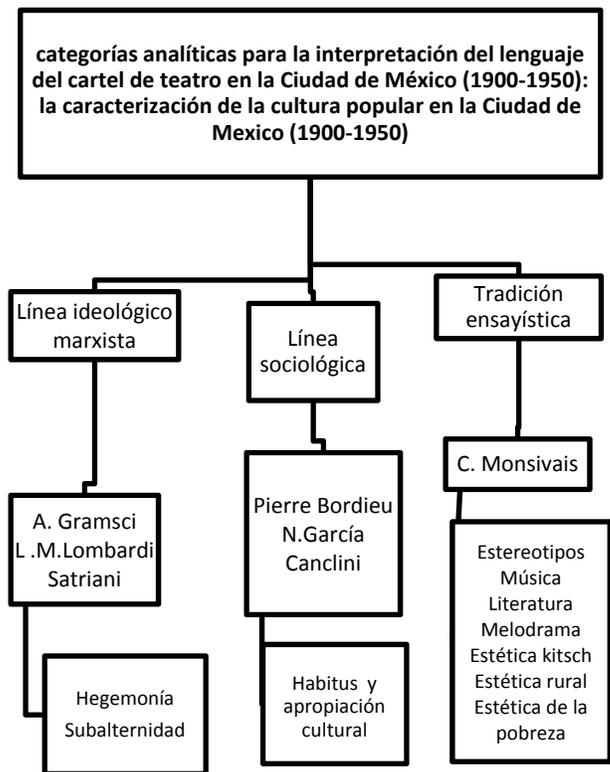
<sup>222</sup> *Ibidem*, p. 88.

Hemos visto algunos rasgos de las propuestas de teóricos preocupados por el estudio de la cultura popular. También hemos tratado de rescatar algunas categorías analíticas importantes para nuestros fines de estudio. No obstante, como indica Óscar Blanco “el campo de la problemática de la cultura popular [...] se halla en pleno proceso de revisión, y por lo tanto resulta una zona todavía en disputa”.<sup>223</sup>



Esquema 5: El abordaje teórico de la cultura popular

Lo que ahora proponemos es partir de las siguientes categorías para realizar el análisis, de acuerdo con la metodología establecida en el Capítulo II, que corresponde a la hermenéutica profunda de John B. Thompson.



Esquema 6: Categorías de análisis

<sup>223</sup> Blanco, Oscar et. al. *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. Paidós, Buenos Aires, 2000, p. 18.

## CAPÍTULO IV

### EL CARTEL DE TEATRO MEXICANO Y SU LENGUAJE VERBO-ICÓNICO ANÁLISIS HERMENÉUTICO

**E**l presente capítulo comprende la parte analítica de esta investigación, por lo cual se trata de la parte medular.

Primero explicaremos el porqué de nuestra selección y establecimiento del *corpus de análisis*. Después daremos a conocer el esquema que nos permitió efectuar el estudio (en él se incluye el marco teórico metodológico, las categorías analíticas generales, técnicas y las subcategorías). Posteriormente, expondremos el análisis icónico-discursivo y contextual y, finalmente, realizaremos la reinterpretación.

#### EL CORPUS DE ANÁLISIS

La elección del corpus responde a dos razones específicas:

- a) La existencia de material disponible
- b) La pertinencia del material disponible para el periodo de estudio.

El proceso de recopilación y conservación de materiales especiales, como los analizados, resulta un tanto complejo. En algunos casos, se deben a las donaciones de actores, directores, o

investigadores de diversos ámbitos –como la historia o la música–. En otros, la conservación se debe del interés de los investigadores que han decidido recopilar, curar y digitalizar parte del material gráfico relacionado con el teatro –como el material del Archivo Histórico del Distrito Federal, del Centro de Investigaciones Teatrales Rodolfo Usigli y del departamento de Fondos Especiales de la Biblioteca de las Artes del CENART–<sup>224</sup>. De tal suerte, nuestra selección se ha conformado básicamente con lo encontrado en esos archivos.

La segunda razón de la selección del material de análisis respondió a la necesidad de encontrar rasgos discursivos que pudieran sostener las hipótesis establecidas. Al inicio de la investigación, el corpus estaba constituido por alrededor de 30 carteles; al analizar el material, consideramos pertinente privilegiar algunos carteles sobre otros. Así, el corpus

---

<sup>224</sup>En este punto no podemos dejar de hacer mención del trabajo realizado por las Mtras. Leticia Rodríguez y Patricia Ruiz (investigadoras del Centro de Investigaciones Teatrales Rodolfo Usigli), quienes se ha ocupado de la recopilación, análisis y digitalización de programas de mano correspondientes a obras de teatro. Ver: Rodríguez, Leticia y Patricia Ruiz. *Antología visual del Teatro en México* (material en CD-ROM). México: Conaculta, 2005.

definitivo está compuesto por 15 carteles, cuya elección de periodo de estudio se debió a que fue durante la primera mitad del siglo XX cuando el diseño de carteles de teatro en la Ciudad de México adquirió un estilo propio<sup>225</sup>.

De acuerdo con Olavarría y Ferrari, durante el siglo XIX la publicidad de teatro eran prácticamente hojas impresas con un breve periodo de vida, pero la impresión de este tipo de hojas continuó por varios años aun con aparición de formatos de mayor tamaño.

Los carteles de la primera década (carteles 1 al 5), provienen de la colección digitalizada “El regocijo ilustrado” –obra de José Guadalupe Posada–, fondos documentales de las Diversiones Públicas, que a su vez corresponden a los Fondos de la Subdirección de Ramos y de la Administración de Rentas Municipales, instancias que se encargaban de recaudar los impuestos que los distintos Ramos debían pagar a las Autoridades.<sup>226</sup>

Los carteles de las siguientes décadas pertenecen al Fondo “Esperanza

Iris” (carteles 10 y 14), a la colección Otros Ramos<sup>227</sup> (carteles 6 y 7), y a la colección Programas de mano del Archivo de Fondos Especiales de la Biblioteca de las Artes en el Centro Nacional de las Artes (carteles 8, 9, 11, 12, 13 y 15).

Es preciso aclarar que el material que proviene del archivo de Fondos Especiales, en la biblioteca de las Artes, se encuentra clasificado como programa de mano –por su tamaño de alrededor de 15 x 30 cm–; no obstante, en esta investigación lo hemos ubicado en la categoría de carteles por los siguientes motivos:

- a) La exposición del material a ojos del público. Según revelan fotografías de la época, estas tiras eran colocadas a las afueras de los locales o en las paredes de las aceras cercanas a los teatros.<sup>228</sup>
- b) Los precios de las localidades que se ostentan a los pies del anuncio (en un programa de mano no es necesario este elemento).
- c) En todos los materiales se muestran el nombre de la casa tipográfica (en un programa de mano no requiere dicho sello).

---

<sup>225</sup> Ver capítulo I.

<sup>226</sup> Dicho material sobrevive debido a que algunos de los propietarios de las Empresas de Diversiones Públicas tenían la obligación de enviar a la oficina de impuestos un oficio en el que informaban el aforo del recinto, adjunto al documento se enviaba un cartel publicitario en el que se daba a conocer la programación, la fecha y las localidades correspondientes a cada evento.

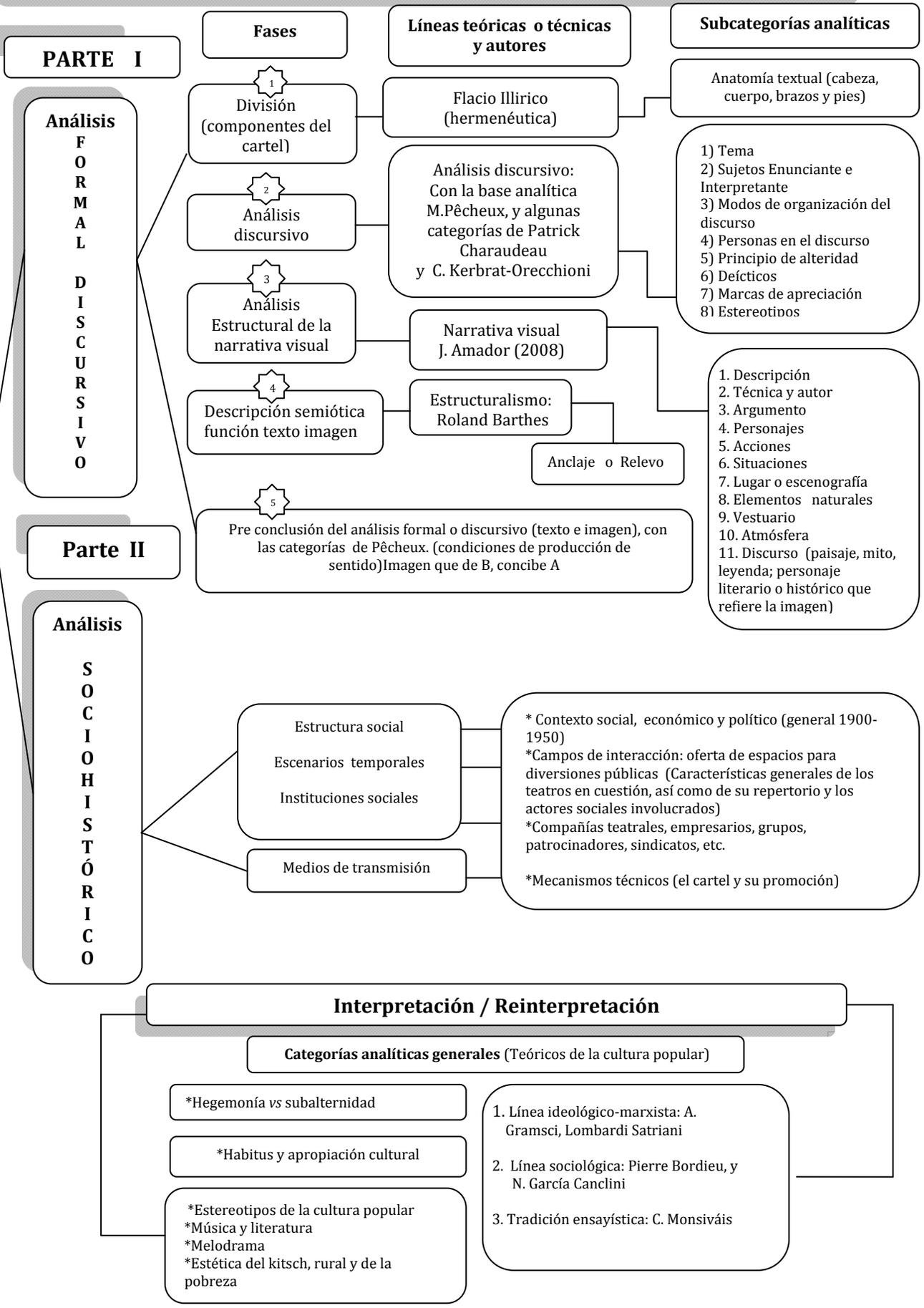
---

<sup>227</sup> Estos carteles y los anteriores (obra de José Guadalupe Posada) se encuentran en el Archivo Histórico del Distrito Federal Institución dependiente de la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, que se ubica en el Antiguo Palacio de los Condes Heras Soto (República de Chile No.8, Centro Histórico de la Ciudad de México). El Archivo Histórico resguarda diversos fondos: Actas de Cabildos, Administración de Rentas Municipales, Ramos Municipales, Obras Públicas, etc.

<sup>228</sup> Ver: Archivo Fondos Especiales, sección de Fotografías-teatros-. Biblioteca de las Artes, Centro Nacional de las Artes.

**Esquema para el análisis (teórico metodológico) y reinterpretación del lenguaje del cartel de teatro mexicano 1900-1950, (la caracterización de la cultura popular mexicana), basado en la propuesta metodológica de la hermenéutica profunda de John B. Thompson**

**M E T O D O L O G Í A D E L A H E R M E N É U T I C A P R O F U N D A**



## ESQUEMA DE ANÁLISIS (LÍNEAS TEÓRICO METODOLÓGICAS, TÉCNICAS Y SUBCATEGORÍAS)

Una vez realizado el recorrido teórico, fijadas las categorías analíticas (capítulos II y III) y presentado el corpus, expondremos gráficamente el camino de nuestro análisis mediante el siguiente esquema. (Ver página anterior)

### CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS Y EXPOSICIÓN DE CATEGORÍAS Y COMPONENTES

La decisión de establecer una metodología adecuada para estudiar el cartel de teatro, responde a la conceptualización misma de este medio. De tal suerte, hemos empleado una metodología que permite ver al cartel más allá de sus recursos formales. Consideramos que un análisis cuya base sea la metodología de la hermenéutica profunda de John B. Thompson, puede sustentar de mejor manera las hipótesis establecidas.

#### PARTE I: ANÁLISIS FORMAL O DISCURSIVO, DIVIDIDO EN 5 FASES

**Primera fase.** Se hace una breve descripción de los componentes del cartel. Para ello se recupera la visualización anatómica del texto que, desde la tradición hermenéutica luterana, hace Flacio Illirico:

“Se pueden comprender verdaderamente las partes de un texto cuando se tenga una precomprensión de él que se refuerza y completa a través de la sucesiva intelección de las partes singulares [...] debes tener en cuenta la construcción y la articulación de la obra en su conjunto, la cabeza, el pecho, las manos, los pies, etc. [...] Será infinitamente útil hacer un registro de todo este análisis anatómico más fácilmente, aprender con el espíritu y comprender esa obra [...].”<sup>229</sup>

Para fines de este estudio, se ha visualizado el cartel como un cuerpo humano, retomando la propuesta de Illirico y dividiéndolo de la siguiente manera.

1. *Cabeza*: Compuesta por el nombre del teatro, la dirección, teléfono, fecha y en ocasiones, el nombre de la compañía, empresarios o representantes.
2. *Brazos*: Generalmente enmarcan la imagen o el cuerpo y el texto: anuncian los horarios, precios, patrocinadores o próximos estrenos.
3. *Cuerpo*: Compuesto por la imagen, el repertorio o programa y el reparto. A veces también se anuncian los patrocinadores o se dan a conocer los próximos estrenos.
4. *Pies*: En esta parte se ubica el precio de las localidades y la casa tipográfica. En ocasiones se anuncian los patrocinadores, novedades del teatro, o el nombre de los representantes.

**Segunda fase. *Análisis discursivo.*** En esta se empleará como técnica el análisis del discurso,<sup>230</sup> partiendo de las aportaciones

<sup>229</sup> “Flacio Illirico” en Ferraris, Mauricio. *Historia de la Hermenéutica*. México: Siglo XXI, 2005, p. 38

<sup>230</sup> El análisis del discurso se ha concebido como una práctica transdisciplinar de las ciencias humanas que se centra en el estudio de las prácticas sociales y del uso de la lengua, de forma oral o escrita. Algunos autores argumentan que el análisis del discurso es también una disciplina que estudia el lenguaje y que se inserta en contextos diversos. De tal suerte, entre las disciplinas implicadas en el análisis del discurso se encuentran, de acuerdo con Helena Calsamiglia y Amparo Tussón: la antropología lingüística (Duranti, 1997); la Etnometodología de la comunicación (Gumperz y Hymes, 1964); la Sociología, específicamente lo que corresponde a la

teóricas de la lingüística, de Émile Benveniste, y de las propuestas de la Escuela Francesa del análisis de discurso, de Michel Pecheûx. También se usan algunas categorías propuestas por Patrick Charaudeau y C. Kerbrat-Orecchioni. Al final se hace una pre conclusión, utilizando las categorías analíticas generales referidas a la cultura popular.

En *Problemas de Lingüística general*, Benveniste expone que todo el lenguaje es subjetivo e intencional y que a su vez supone a la sociedad y viceversa; cada una de estas dos entidades –lengua y sociedad– implica a la otra y parte de la intencionalidad de los interlocutores.<sup>231</sup> Partimos del supuesto de que la intencionalidad del sujeto estará presente en el discurso, el cual a su vez es reflejo de la sociedad en la que se inserta y que hace evidente al momento de la enunciación. Tal propuesta se relaciona con lo que habían propuesto algunos representantes de la Escuela Francesa del Análisis del Discurso, como Michel Pêcheux.

---

microsociología con el Interaccionismo simbólico (Goffman, 1971); la Etnometodología (Garfinkel, 1964); la Sociolingüística interaccional, que recoge aportaciones de la comunicación; aportaciones de teóricos como Bordieu y Foucault; y el pensamiento filosófico (Wittgenstein, 1953).

Desde la década de los sesenta han surgido propuestas y aproximaciones teóricas en torno a los estudios del discurso. Ver: Tussón, Amparo y Helena Calsamiglia. *Op.cit.*, p. 14-26.

<sup>231</sup>Benveniste, Émile. *Problemas de lingüística general, Tomos I y II*. México: Siglo XXI, 2004.

La base teórica de la Escuela Francesa se encuentra en la lingüística estructural, el materialismo histórico y el psicoanálisis. Desde esta perspectiva, el discurso se entiende como “el lugar en el que se observan las relaciones que potencialmente ocurren entre el uso de la lengua y las manifestaciones ideológicas que allí se inscriben.”<sup>232</sup>

En la Escuela Francesa el discurso es praxis, es un hacer-decir; una muestra ideológica y psicológica de los sujetos que intervienen en cada acto. Así, cada sujeto utiliza diversos *recursos textuales* para conseguir un propósito específico en un momento específico. El texto se aborda como un objeto materializado y acabado, ubicado en tiempo y espacio definido. De esta manera, el cartel se encuentra construido por una serie de discursos acabados y definidos, pero sujetos a ser interpretados de manera contextual, dada su naturaleza simbólica.

En *Hacia un análisis automático del discurso* (1978), Michel Pêcheux propone un análisis discursivo a partir de un esquema lógico que, considerando los niveles sintáctico y semántico de la lengua,

---

<sup>232</sup> Pardo Neyla, Abril. *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile: Frasis, 2007, p. 45.

permite analizar las relaciones al interior y exterior del discurso<sup>233</sup>. Pêcheux afirma que todo proceso discursivo está determinado por las condiciones de producción del mismo, definido, en principio, por el tipo de relaciones imaginarias que posee A de B y viceversa —la imagen que el hablante o sujeto enunciante, A, tiene de su interlocutor o sujeto interpretante, B— y que le permiten definir ciertas marcas en su discurso. En palabras de Pêcheux:

“[...] lo que funciona en el proceso discursivo, es una serie de formaciones imaginarias que designan el lugar que A y B atribuyen cada uno a sí mismo y al otro, la imagen que ellos se hacen de su propio lugar y del lugar del otro.”<sup>234</sup>

Para el análisis discursivo del cartel de teatro mexicano partiremos de los supuestos anteriores. Posteriormente segmentaremos los campos semánticos, a partir de la división anatómica del texto e identificaremos los componentes con las siguientes subcategorías analíticas.<sup>235</sup>

<sup>233</sup> Para el autor, el lenguaje es una expresión histórica social y es posible observar (mediante su análisis en un discurso pasado) las líneas ideológicas de los grupos involucrados, el contexto social en el que estos grupos tuvieron relación y las posibles interpretaciones y negociaciones de los participantes. Consideramos pertinente partir de esas bases para realizar el análisis discursivo del cartel, ya que nuestro corpus se inserta en un momento histórico determinado y las categorías sobre la interpretación de una clase subalterna tienen sentido aquí.

<sup>234</sup> Pêcheux, Michel. *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos, 1978, p. 48.

<sup>235</sup> Han sido denominadas de esta forma para eludir cualquier confusión con las categorías generales (de la cultura popular); tomadas por su pertinencia de: Charaudeau, Patrick y Dominique Maingueneau (dirección). *Diccionario de análisis del discurso*. Madrid: Amorrortu, 2005.

- a) **Tema.** El asunto del que se está hablando. Si bien en todos los casos se habla de la presentación de una función, la temática de las obras, el tipo de teatro y el repertorio en cuestión, varían.
- b) **Sujetos de la comunicación: enunciante e interpretante.** Son los participantes del acto comunicativo. Patrick Charaudeau denomina *Sujeto enunciante* (o enunciador) al ser que habla y que se construye en el acto de la enunciación. Constituye la identidad enunciativa que el sujeto comunicante da de sí mismo. (En el caso del cartel de teatro, está representado por el empresario, o en ocasiones por el director de la compañía teatral cuando se trata de un colectivo.)  
Del sujeto enunciante es de quien tenemos mayor referencia. Con las formas del discurso y con las marcas nos da una referencia de la caracterización del público al que se dirige, es decir, del sujeto interpretante. Esta identidad difiere según el o los roles que desempeña en función de la situación.  
Del mismo modo, el autor asigna el papel de *Sujeto Interpretante* al destinatario, en este caso el público. Que está caracterizado —y en ocasiones se identifica— por la imagen que mediante su discurso nos muestre el sujeto enunciante. Hemos privilegiado estas denominaciones propuestas por Charaudeau (1988) por encima de otras, como *actores de la comunicación, interlocutores o destinador y destinatario*, porque que se adecuan mejor a la tesis establecida.
- c) **Modos de organización del discurso.** Charaudeau define esta noción como “conjunto de procedimientos con que se pone en escena el acto de comunicación, correspondientes a ciertas finalidades (describir, contar, argumentar)”. Se trata de distinguir los modos de expresión de las partes del discurso. En los diferentes tipos textuales, sea publicitario, científico o administrativo, habrá diversos modos de expresión: narración, descripción, argumentación, exposición. No obstante, alguno de ellos tendrá un mayor peso; por ejemplo en un cuento predominará —por lo general— el modo narrativo, o en el científico, el expositivo.

De tal suerte, Charaudeau propone distinguir cuatro modos de organización del discurso:

1. **Enunciativo:** permite organizar la puesta en escena de los protagonistas (yo/tú/), su identidad, sus relaciones, con ayuda de los procedimientos de modalización llamados también roles enunciativos.
2. **Descriptivo:** permite hacer existir a los seres del mundo nombrándolos y calificándolos de una manera particular. (Aquí también se incluye el tipo de adjetivos –apreciativos– del gusto del sujeto interpretante.)
3. **Narrativo:** permite organizar la sucesión de las acciones y los acontecimientos en los que tales seres están implicados. (En algunos casos el sujeto enunciante considera necesario narrar un fragmento de la puesta en escena como preámbulo, marca que le permite llamar la atención o poner en suspenso al sujeto interpretante o público.)
4. **Argumentativo:** permite organizar las relaciones de causalidad que se instauran entre las acciones con ayuda de diversos procedimientos. (Aquí entra en juego el nivel de persuasión mediante el uso de apreciativos, adjetivos, recursos de la narración, llamadas de atención, etc., en el cartel, que posibilitan una mayor persuasión.)

- d) **Personas en el discurso (uso de pronombres).** Refieren el uso de pronombres y, consecuentemente, la aproximación y el grado de familiaridad o involucramiento que tiene el sujeto enunciativo con el sujeto interpretante.

Esta categoría es muy importante para definir el tipo de aproximación del sujeto enunciativo con el interpretante y la imagen que tenga de éste. Tussón y Calsamiglia señalan que “el sistema lingüístico permite, a partir del sistema léxico y del sistema deíctico referidos a personas que los hablantes pongan en juego sus formas de presentación de una misma y de relación con las demás”.<sup>236</sup>

- e) **Principio de alteridad:** define al acto del lenguaje como un acto de intercambio entre dos participantes que son el sujeto *comunicante* (yo) y el *sujeto interpretante* (tú). Ambos cumplen con

un rol diverso “uno de producción de sentido y el otro de interpretación del sentido”.<sup>237</sup>

- f) **Deíctico:** También ubicado como adjetivo o como sustantivo. Son determinados según la función del sujeto enunciativo e interpretante en el momento de la enunciación. En general, los deícticos refieren:
- a) Personas (yo, tú)
  - b) Indicadores espacio-temporales (esto, ayer, hoy, aquí, ahora)

g) **Marcas de apreciación:** son aquellas que corresponden a los deícticos, pero sobre todo al uso de adjetivación. Abarcan las expresiones que establecen una relación afectiva o de juicio de valor. C. Kerbrat-Orecchioni (1980) “ve en el apreciativo un equivalente al evaluativo (neutralizando la oposición *apreciación*, versus *depreciación*) y lo opone a lo afectivo”. Propone que estas marcas “se reparten sobre todos los planos de la estructura lingüística, por ejemplo, en”:

1. **Adjetivos:** Aquí se ubican los afectivos, evaluativos (entran también los axiológicos: bello o bueno; y los axiológicos: grande, caliente, caro. Considerados como adjetivos que aunque no enuncian un juicio de valor ni compromiso afectivo del locutor).
2. **Sustantivos:** plantean los mismos problemas que los adjetivos cuando son derivados de estos (pequeño-pequeñez), (peyorativos/mejorativos), de los niveles o registros de la lengua (chota-policía, jaula-casa), de las palabras tabú (escatológicas o con doble sentido).
3. **Verbos subjetivos.** Kerbrat-Orecchioni, realiza una triple distinción de éstos: ¿quién emite el juicio evaluativo? (sujeto enunciativo o interpretante); ¿sobre qué recae la evaluación? (sobre el proceso o sobre el objeto del proceso); ¿cuál es la naturaleza del juicio evaluativo? (bueno-malo verdadero-falso).<sup>238</sup>

- h) **Estereotipo.** El estereotipo se ubica como una representación colectiva fija o establecida. Depende de la interpretación del sujeto interpretante y de sus conocimientos. En el análisis del discurso también:

“constituye, junto con los *topoi* o lugares comunes, una de las formas que adopta la *doxa* o conjunto de creencias y opiniones compartidas que subyacen en

<sup>236</sup> Tussón y Calsamiglia. *Op.cit.* p. 136

<sup>237</sup> Charaudeau y Maingueneau. *Op.cit.* p. 21 y22

<sup>238</sup> *Ibidem*, p. 40-42.

la comunicación y autorizan la interacción verbal [...] el estereotipo corresponde así a lo preconstruido, según M. Pêcheux, al ideograma [o preconcepción ideológica] de un enunciado".<sup>239</sup>

**Tercera fase.** *Análisis de la imagen.* Se efectúa un análisis compositivo de la escena. Primero se habla de la técnica empleada y se enuncia al autor de la obra. Posteriormente se retoman las bases metodológicas que propone el Dr. Julio Amador en *El significado de la obra de arte*, para el análisis estructural de la narrativa visual<sup>240</sup>:

- a) Personajes
- b) Acciones
- c) Situaciones
  - \*Lugar o escenografía (interior, exterior o combinación de los dos).
  - \*Elementos naturales (árboles, ríos, nubes y objetos que los componen) mobiliario, ventanas, etcétera.
  - \*Vestuario y utilería.
  - \*Atmósfera.
- d) Discurso (paisaje, mito, leyenda o personaje literario o histórico) que aparece como referente a la imagen.

**Cuarta fase.** Se hace una descripción de general de los elementos de la composición del cartel, centrándonos en la relación entre texto e imagen; si bien en algunos carteles del corpus no hay imagen. Hemos decidido adaptar las categorías que para el mensaje lingüístico del cartel publicitario utiliza Roland Barthes:

- a) función de *anclaje*: en la que el texto refuerza la intención o el mensaje global de la imagen;
- b) función de *relevo*: en la que el texto explica algo que la imagen no puede exponer por sí misma o que lo complementa.

Estas categorías se adecuaron al mensaje icónico, es decir, la función de la imagen con relación al texto. De tal suerte que determinaremos:

- a) función de anclaje cuando la imagen refuerce lo que el texto expone
- b) función de relevo cuando la imagen complemente o diga algo más que el texto no pudo exponer.

**Quinta fase.** *Preconclusión del análisis formal texto e imagen.* Como pre-conclusión del análisis formal, se efectúa una breve exposición que considera los supuestos del análisis del discurso de Pêcheux —una vez realizado el análisis con las subcategorías de C. Kerbrat-Orecchioni y Charaudeau, Barthes y Amador—, a fin de identificar la imagen que el sujeto Enunciante fija del sujeto interpretante y que nos permiten ver la caracterización del público —en este caso de la cultura popular— a través del discurso formal del cartel. Este proceso se complementa con los datos recopilados en la segunda parte del análisis; es decir, los elementos contextuales. Finalmente se realiza la reinterpretación a partir de las categorías analíticas generales de la cultura popular que hemos fijado.

<sup>239</sup> *Ibidem.* p. 240-241.

<sup>240</sup> Amador, Julio. *Op.cit.* p. 118-120.

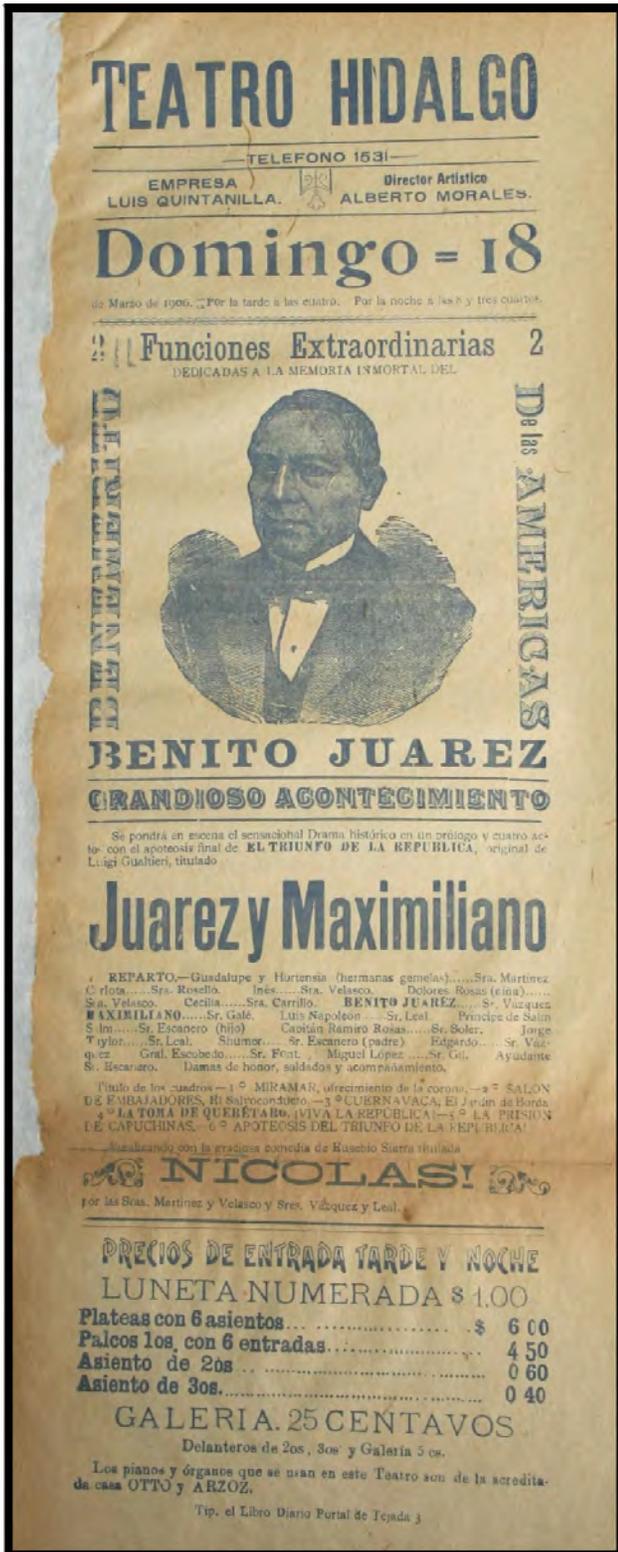
## PARTE II: ANÁLISIS SOCIO-HISTÓRICO:

Como expusimos en el Capítulo II, la propuesta teórico-metodológica de la hermenéutica profunda de John B. Thompson plantea –como una fase de su metodología– un análisis contextual que contemple las condiciones sociohistóricas y los contextos de producción y circulación de las formas simbólicas. Por eso, se retoman algunos componentes contextuales, que hemos denominado *indicadores*.

<i>Indicadores</i>	<b>Explicación</b>
<b>Escenarios temporales y contexto socio histórico</b>	<b>Campos de interacción y características contextuales</b> Breve descripción histórica de los tipos de escenarios o campos para las diversiones públicas en la Ciudad de México en este periodo y características de los escenarios en cuestión: repertorio características de los actores sociales involucrados
<b>Instituciones sociales</b>	a) Organismos involucrados en los campos de las diversiones públicas b) Políticas públicas y educativas del Estado
<b>Medios de transmisión</b>	a) Dependencias (Casas impresoras) b) Mecanismos técnicos (diseño y diseñadores) c) El cartel y su promoción – Instituciones encargadas que autorizaban al difusión del cartel.

**PRIMERA PARTE  
(ANÁLISIS FORMAL O DISCURSIVO)**

**CARTEL No. 1**



**FICHA TÉCNICA**

<b>Fecha</b>	Domingo 18 de marzo de 1906
<b>Teatro</b>	Hidalgo
<b>Programa (obras y autor):</b>	“Juárez y Maximiliano” con el arreglo del Triunfo de la República, de Luigi Gualtieri (drama histórico); Nicolás, de Eusebio Sierra (comedia).
<b>Compañía de teatro y director:</b>	Director artístico Alberto Morales Empresa Luis Quintanilla

**FASE 1**

**Cabeza:** Al inicio y con una tipografía grande y en negritas se presenta el nombre del teatro y su teléfono; posteriormente los datos de la compañía, del teatro y el director artístico. Debajo, con una tipografía en mayor tamaño y en negritas se da a conocer la fecha y más adelante, en tipografía menor, la hora de la función.

**Cuerpo:** Se presenta la imagen que ilustra la obra. Posteriormente se describen detalles del evento y se da a conocer, con tipografía grande y en negritas, el título de la obra: “Juárez y Maximiliano” -. Más abajo se da a conocer el reparto y se anuncia el título de la obra con la que se cerrará el programa.

**Brazos:** En este caso están compuestos por una serie de datos que caracterizan al personaje principal de la obra.

**Pies:** Se anuncian los precios de las localidades por horarios y lugares. Posteriormente se publicita a los que podrían funcionar como patrocinadores y al final la casa Tipográfica.

**FASE 2<sup>41</sup>**

<b>Categoría</b>	<b>Ubicación textual</b>
<b>1. Tema</b>	Función de teatro o en conmemoración del natalicio de Benito Juárez: obra de teatro de corte nacionalista: “Juárez y Maximiliano” (drama histórico) con arreglos de Luigi Gualtieri.
<b>2. Sujeto Enunciante</b>	<b>Enunciante:</b> Empresa Luis Quintanilla y Tipografía El libro Diario <b>Interpretante:</b> Público (sin restricciones o

<sup>241</sup> **NOTA:** En esta fase se hace un vaciado textual del corpus, por lo que pueden presentarse variedades ortotipográficas, dada la época. Lo mismo aplica para todos los carteles.

<b>Sujeto Interpretante</b>	afecto a los dramas que ofrece el Teatro Hidalgo)
<b>3. Modos de organización del discurso</b>	<p><b>Exposición:</b> TEATRO HIDALGO Teléfono 1531 Empresa Luis Quintanilla Director artístico Alberto Morales Domingo = 18 de Marzo de 1906 Por la tarde á las cuatro. Por la noche a las 8 y tres cuarto</p> <p><b>Descripción:</b> 2 Funciones Extraordinarias 2 dedicadas a la memoria inmortal del Benemérito de las Américas BENITO JUÁREZ <i>Imagen</i></p> <p><b>Argumentación:</b> Grandioso acontecimiento. Se pondrá a escena el sensacional Drama histórico en un prólogo y cuatro actos con la apoteosis final de EL TRIUNFO DE LA REPÚBLICA, original de Luigi Gualtieri, titulado Juárez y Maximiliano</p> <p><b>Exposición:</b> Reparto: Guadalupe y Hortensia (hermanas gemelas)...Sra. Martínez Carlota....Sra. Roselló Inés....Sra. Velasco Dolores Rosas (niña)...Srita. Velasco Cecilia....Sra. Carrillo Benito Juárez....Sr. Vázquez Maximiliano....Sr. Gale Luis Napoleón....Sr. Leal Príncipe de Salm...Sr. Escanero (hijo) Capitán Ramiro Rosas...Sr. Soler Jorge Taylor....Sr. Lea Shumer...Sr. Escanero (padre) Edgardo...Sr. Vázquez Gral. Escobedo... Sr. Font Miguel López...Sr. Gil Ayudante...Sr. Escanero. Damas de honor, soldados y acompañamiento</p> <p><b>Exposición:</b> Título de los cuadros. 1º MIRAMAR, ofrecimiento de la corona - 2º SALON DE EMBAJADORES, Salvoconducto, 3º CUERNAVACA, El Jardín de Borda, 4º LA TOMA DE QUERÉTARO ;VIVA LA REPÚBLICA!, 5º LA PRISIÓN DE CAPUCHINAS.- 6º APOTEOSIS DEL TRIUNFO DE LA REPÚBLICA Finalizando con la graciosa comedia de Eusebio Sierra titulada Nicolás! por las Sra. Martínez y Velasco y Sres. Vázquez y Leal</p>

	<p><b>Exposición:</b> Precios de entrada tarde y Noche LUNETAS NUMERADAS \$ 1.00 Platas con 6 asientos.....\$ 6 00 Palcos 1os con 6 entradas.....4 50 Asientos de 2os.....0 60 Asiento de 3os.....0 40 GALERIA . 25 CENTAVOS Delanteros de 20s, 30s, y Galería 5 cs. <b>Argumentación:</b> Los pianos y órganos que se usan en este Teatro son de la acreditada casa OTTO y ARZOZ <b>Exposición:</b> Tipografía. El Libro Diario Portal de Tejada 3</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	(Ausente: Sujeto tácito -Ellos, Ella-) Teatro Hidalgo / Empresa Quintanilla / La casa tipográfica El libro Diario (impresora del cartel) (Sujeto tácito -Ellos, Ella-)
<b>5. Principio de alteridad</b>	-----
<b>6. Deixis (espacio-temporal)</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro Hidalgo [Corchero, después Regina] <b>Tiempo:</b> Domingo 18 de Marzo de 1906 ; por la tarde á las cuatro. Por la noche a las 8 y tres cuartos <u>Finalizando</u> con la graciosa comedia Precios de entrada <u>tarde y noche</u></p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><b>En la siguiente categoría léxicas:</b> <b>Adjetivos - evaluativos:</b> funciones <u>extraordinarias</u>; memoria <u>inmortal</u>; <u>grandioso</u> acontecimiento; <u>sensacional</u> Drama <u>histórico</u>; <u>graciosa</u> comedia <u>acreditada</u> casa OTTO y ARZOZ</p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><b>Se pueden ubicar en frases que refieren las características de la función y que ubicamos en las marcas de apreciación:</b> *Funciones extraordinarias; Grandioso Acontecimiento; Sensacional drama Histórico; Graciosa comedia.</p>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> Se presenta la imagen de Benito Juárez. Es un busto. El personaje viste traje de la época.</p> <p><b>Técnica:</b> Grabado</p> <p><b>Autor:</b> No hay firma del autor (aunque proviene de la colección de José Guadalupe Posada).</p> <p><b>Impresión del cartel:</b> Casa tipográfica El libro diario</p>	
<p><b>Argumento de la obra:</b> La obra narra una parte de la biografía de Benito Juárez. Ya en su etapa de lucha, se da a conocer la relación que Maximiliano intenta establecer con él, en 1864 al pedirle que forme parte de su gobierno. Juárez lo rechaza y le advierte que al atacar los derechos ajenos, atenta contra la humanidad y que la historia lo juzgará. Posteriormente sucede el enfrentamiento entre ambos. Al final se presenta el restablecimiento de la República por parte de Juárez.</p>	
Subcategoría	Análisis
1. Personajes	Benito Juárez (representación de imagen)
2. Acciones	-----
3. Situaciones	-----
a) Lugar o escenografía	-----
b) Elementos naturales	-----
c) Vestuario	El personaje viste traje de la época
d) Atmósfera	-----
4. Discurso	Se hace referencia a un personaje histórico, en este caso a Benito Juárez (principal dentro de la obra)

### FASE 4

<p><b>Función: Anclaje o Relevó</b></p>
<p>En este caso, la imagen refuerza lo que indica el texto, por tanto la función aquí es de <i>Anclaje</i>.</p>

### FASE 5

<p><b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b></p> <p>Los <i>modos del discurso</i> que predominan en este texto son el <i>expositivo</i> (en mayor grado) y el <i>argumentativo</i> (en menor). Con esto podemos inferir que la intención del <i>sujeto (os) Enunciante(es)</i> es, en principio, dar a conocer el evento y posteriormente persuadir a su público o <i>Sujeto Interpretante</i> a través de <i>marcas apreciativas</i> ancladas particularmente a los adjetivos evaluativos (dada la consideración que de su mismo evento tiene quien así muestra la información).</p> <p>Por otro lado, podemos ver que hay una ausencia de <i>personas en el discurso</i>; no obstante se puede apreciar el lugar que ocupa y el rol que cada sujeto juega en este acto comunicativo, a través del <i>principio de alteridad</i> (A - <i>Sujeto Enunciante representado</i> por el <i>Empresario Luis Quintanilla</i> y por la <i>Tipografía El libro diario</i> –que imprime y da a conocer el aviso-; y B, el <i>sujeto Interpretante, público en general</i> que guste de ver dramas históricos de corte nacionalista). También se encuentra la presencia de un sujeto más, el <i>Patrocinador</i> representado por la Casa de Pianos <i>Otto y Arzóz</i>, reconocidos en el ámbito de la teatral por su famosa casa y editora musical de las principales partituras de Zarzuelas de finales del siglo XIX y principios del XX.</p> <p>En cuanto a la imagen, podemos observar que ésta representa al personaje en cuestión, Benito Juárez; aunque Maximiliano se encuentra ausente. Aquí no hay acciones, tampoco se presentan situaciones, por lo que la función se limita a un asunto referencial o ilustrativo, por tanto <i>la imagen</i> simplemente <i>ancla</i> lo que el texto verbal está exponiendo y argumentando.</p> <p>En conjunto, en el mensaje icónico-verbal (texto e imagen) se puede observar la tendencia o manejo de elementos de corte nacionalista. La puesta en escena conmemora el centenario del natalicio de Benito Juárez y, según esta primera apreciación se considera que este acto no puede dejarse pasar de largo, además de que es del gusto del público que asiste a él.</p>
---

CARTEL No. 2

**TEATRO**

# Guillermo Prieto

**LUNES 28 de Mayo de 1906**

— Por la NOCHE a las 8 y tres cuartos. —

Esta Empresa desea siempre agradar a sus constantes favorecedores y en particular a la CLASE OBRERA, ha dispuesto para cubrir la función popular, repetir el hermoso drama trágico que tanto agradó el Domingo, titulado:

## OTELO

Moro de Venecia.

**Mirad el Programal**

1º Obertura. — 2º Representación de la inmortal tragedia en cuatro actos, titulada:

# OTELO!

## Moro de Venecia

REPARTO.—Desdémola Srta Esthé Mesa Emilia Sra M. Pérez de Zúñiga. OTELO Sr JOSE CHAVARRI EL DUX Sr JOSE URRUTIA Yago... Sr. Juan Cigales asistente Sr. Emilio Romero. Brabancio Sr. José Ibarrola Rodrigo Sr. Cigales (b) Ludovico Sr. C. Romero Senador Sr Rob es. Ugier Sr Chinito.

Senadores y soldados

Terminará esta grandiosa función con la divertida comedia:

# Los Demonios

**EN EL CUERPO!**

**Mirad los Precios Populares.**

PATIO toda la función .....	<b>20</b> centavos.
Galería toda la función .....	<b>10</b> centavos.

No hay medias pases. No se dan pases.

FICHA TÉCNICA

<b>Fecha</b>	Lunes 28 mayo de 1906
<b>Teatro</b>	Guillermo Prieto
<b>Programa (obras y autor)</b>	<i>Otelo Moro de Venecia</i> , de William Shakespeare (tragedia) y <i>Los demonios en el cuerpo</i> , s/a (comedia)
<b>Compañía de teatro y director</b>	No hay datos (en el cuerpo del texto refiere a la Empresa del Teatro Guillermo Prieto)

FASE 1

<b>Cabeza:</b>	Se anuncia con tipografía grande y en negritas el nombre del teatro. Más abajo también en negritas pero con una tipografía más pequeña, la fecha de la función; debajo la hora de la misma ya con letra más pequeña.
<b>Cuerpo:</b>	Con tipografía muy grande se anuncia el nombre de la obra y abajo con tipografía pequeña el reparto de la misma.
<b>Brazos:</b>	-----
<b>Pies:</b>	Se anuncia otra obra dentro de la misma función (con una tipografía distinta y en tamaño mayor). Por último, con letras en un menor tamaño que el anterior, se anuncian los precios de las localidades.

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
<b>1.Tema</b>	Función de teatro (drama trágico) Otelo, dirigido al público favorecedor -clase obrera)
<b>2.Sujeto enunciante</b>	<b>Enunciante (s):</b> Empresa del Teatro Guillermo Prieto / Tipografía el Libro Diario
<b>Sujeto interpretante</b>	<b>Interpretante:</b> Favorecedores (público), en especial a la clase Obrera
<b>3.Modos de organización del</b>	<b>Exposición:</b> TEATRO Guillermo Prieto Lunes 28 de mayo de 1906 Por la NOCHE a las 8 y tres cuartos <b>Argumentación:</b> Esta empresa deseosa de agradecer a sus constantes favorecedores, y en particular a la CLASE OBRERA, ha dispuesto para cubrir la función popular, repetir el hermoso drama trágico que tanto agrado el DOMINGO titulada: OTELO! Moro de Venecia

<b>discurso</b>	<p><b>Argumentación:</b> Mirad el programa! 1º Obertura 2º Representación de la inmortal tragedia en cuatro actos titulada OTELO! Moro de Venecia</p> <p><b>Exposición:</b> Reparto.. Desdémona...Srita Esthé Meza Emilia...Sra. M. Pérez de Zepeda OTELO... Sr JOSE CHAVARRI EL DUX...Sr JOSE URRUTIA Yago...Sr Juan Cigala Casio.... Sr Emilio Romero Brabantino Sr José Ibarrola Rodrigo... Sr Cigala (h) Ludovico...Sr C. Romero Senador...Sr Robles Ugier...Sr Chicotito Senadores y Soldados</p> <p><b>Exposición- Descripción:</b> Terminara esta grandiosa función con la divertida comedia: Los demonios EN EL CUERPO!</p> <p><b>Argumentación:</b> Mirad los Precios Populares PATIO toda la función .....20 centavos GALERIA toda la función....10 centavos No hay medias pagas. No se dan pases</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	<p>[Sujeto tácito]</p> <p><b>Nosotros:</b> Esta empresa <b>Ustedes:</b> Público favorecedor (nuestros constantes favorecedores) Clase Obrera</p>
<b>5. Principio de alteridad</b>	<p><b>Nosotros:</b> Esta empresa deseosa de agradecer a su constantes favorecedores <b>Nuestros favorecedores:</b> (la) Clase Obrera (para la clase obrera: "No hay medias pagas" y "no se dan pases" )</p>
<b>6. Deixis (espacio temporal)</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro Guillermo Prieto [plazuela de Palma No. 9, en el Centro] <b>Tiempo:</b> Lunes 28 de mayo de 1906 Por la NOCHE a las 8 y tres cuartos</p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><b>En las siguientes categorías léxicas:</b></p> <p><b>Verbos subjetivos:</b> Esta empresa <u>deseosa</u> de <u>agradecer</u></p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>hermoso</u> drama <u>trágico</u>; <u>inmortal</u> tragedia; <u>grandiosa</u> función</p> <p><b>Sustantivo axiológico</b> (mejorativo) a sus <u>constantes favorecedores</u>;</p> <p><b>Adjetivos afectivos:</b> <u>divertida</u> comedia</p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><b>Las frases hechas (clichés) que hacen referencia al sujeto interpretante y a las</b></p>

	<p><b>características de la obra:</b></p> <p>a) hermoso drama trágico, inmortal tragedia y grandiosa función, la divertida comedia</p> <p>b) constantes favorecedores- la clase obrera</p>
--	--

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> Se muestra una pequeña imagen en un espacio marginal (tipo arlequín) que empuña una daga. Al parecer es Otelo. Casi del mismo tamaño la figura de una mano apunta hacia el título de la obra, lo que permite que el <i>Sujeto Interpretante</i> lo ubique a primera vista.</p> <p><b>Técnica:</b> Grabado</p> <p><b>Autor:</b> No hay firma del autor</p>																		
<p><b>Argumento de la obra</b></p> <p>El argumento puede resumirse en las siguientes acciones: Otelo, moro y general del ejército de Venecia, conquista el amor de Desdémona, hija de Brabantino (senador) y se casa en secreto con ella. Yago (alférez de Otelo) odia a su general porque le ha negado el puesto de lugarteniente y se lo ha otorgado a Casio.</p> <p>A lo largo de las escenas, Yago lucubra un plan para vengarse de Otelo y con miles de chantajes logra que el general dude de su mujer y piense que le es infiel.</p> <p>Cegado por los celos Otelo mata a Desdémona con sus propias manos. Primero la estrangula y posteriormente le entierra un puñal. Más tarde se descubre que todo fue un plan de Yago y Otelo, arrepentido por su acción, se quita la vida.</p> <p>(<i>Otelo</i> es una de las tragedias más representativas de William Shakespeare -aunque en el texto se haga referencia a ésta como un drama-. Asimismo, en el discurso verbal no se indica si la puesta en escena es una adaptación de la original; sin embargo, es evidente que se trata de una traducción, aunque no se mencione de quién o de donde fue tomado el texto dramático).</p>																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Subcategoría</th> <th>Análisis</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>1. Personajes</b></td> <td>Otelo (en pleca)</td> </tr> <tr> <td><b>2. Acciones</b></td> <td>Otelo empuña la daga</td> </tr> <tr> <td><b>3. Situaciones</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>a) Lugar o escenografía</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b) Elementos naturales</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Vestuario</td> <td></td> </tr> <tr> <td>e) Atmósfera</td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>4. Discurso</b></td> <td>Parte climática de la obra. Otelo se dirige a matar a Desdémona, después de conocer el "supuesto engaño".</td> </tr> </tbody> </table>	Subcategoría	Análisis	<b>1. Personajes</b>	Otelo (en pleca)	<b>2. Acciones</b>	Otelo empuña la daga	<b>3. Situaciones</b>		a) Lugar o escenografía		b) Elementos naturales		c) Vestuario		e) Atmósfera		<b>4. Discurso</b>	Parte climática de la obra. Otelo se dirige a matar a Desdémona, después de conocer el "supuesto engaño".
Subcategoría	Análisis																	
<b>1. Personajes</b>	Otelo (en pleca)																	
<b>2. Acciones</b>	Otelo empuña la daga																	
<b>3. Situaciones</b>																		
a) Lugar o escenografía																		
b) Elementos naturales																		
c) Vestuario																		
e) Atmósfera																		
<b>4. Discurso</b>	Parte climática de la obra. Otelo se dirige a matar a Desdémona, después de conocer el "supuesto engaño".																	

#### FASE 4

##### **Función: Anclaje o Relevó**

*Anclaje:* La imagen o mensaje icónico refuerza lo que se dice en el primer mensaje o mensaje lingüístico.

#### FASE 5

##### **Pre conclusión: Análisis en conjunto**

A través del análisis de los elementos anteriores podemos llegar a una primera conclusión y determinar, que:

El lugar de A y B están perfectamente definidos: Al *Sujeto Enunciante*, conoce de buena manera a B, sus *Sujetos Interpretantes* -la clase obrera-, pues hay una dirección clara en el discurso. A utiliza diversos recursos para dirigirse y persuadir a B, como las *marcas apreciativas* ancladas en las siguientes categorías léxicas:

- a) *Verbos subjetivos* (Esta empresa deseosa de agradecer a sus constantes favorecedores) evidencia la marcada distinción de quien emite el juicio. También permiten identificar sobre quién recaen sus evaluaciones, en este caso sobre sus *sujetos Interpretante*; es decir, sobre el público.
- b) Lo mismo sucede con el uso de los *adjetivos evaluativos* (hermoso drama trágico) (inmortal tragedia, grandiosa función; y con los *adjetivos afectivos* divertida comedia), que permite reconocer las consideraciones que los mismos sujetos enunciantes tienen de sus interpretantes al utilizar elementos persuasivos que pueden convencerles para que asistan al evento.

En casi todo el texto el modo de presentación del discurso que predomina es el *argumentativo* (como podría esperarse en un cartel publicitario). Hay llamadas de atención hacia el público en el momento en que se anuncia el programa y los precios; sin embargo, también es evidente la necesidad de B por dar a conocer quiénes son los intérpretes de la obra, a través de la *exposición* y *describir*, de igual forma, algunas características del repertorio.

Podemos observar por otro lado, que en el caso de este discurso tanto A como B cumplen un rol definido, *principio de alteridad*, y la relación está precisada textualmente (Empresario-Obrero).

De la imagen podemos decir que si bien su función de *anclaje* le permite simplemente reforzar el mensaje lingüístico, ésta presenta una escena climática de la obra (el momento en que Otelo se dirige a matar a Desdémona) por tanto podemos decir que al mismo tiempo está persuadiendo al lector. Probablemente se utiliza de esta forma dado que, de acuerdo con el discurso, la obra es una re-presentación y por tanto se espera que el público que asistirá reconozca visualmente al personaje que se refiere.

CARTEL No. 3

**Gran Teatro HIDALGO**  
 -- COMPAÑIA DRAMATICA --  
 Dirigida por el Primer Actor  
**Sr. FELIPE MONTOYA y ALARCON**  
 -- y en la que figura la simpática actriz --  
**Srita. MARIA SERVIN.**  
**Lunes 15 de Abril de 1907**  
*Por la Noche á las Ocho y tres cuartos.*  
**FUNCION POPULAR**  
 A 50 centavos Luneta y 10 centavos Galeria



**PROGRAMA**

1.ª Obertura por el Quinteto Gémas  
 2.ª Representación del sublime é inimitable Drama Romantico Caballeresco debida á la fecunda pluma del ingeniero autor español D. Antonio Garcia Gutiérrez, quien lo dividió en seis jornadas y lo escribió en inspirados versos, titulándolo

**EL TROVADOR**

**REPARTO**

Dona Leonor de Soto, Srta. Servin Azucena, gitana Srta. Martinez Dona Juana, Srta. Segura Don Manrique, el Trovador, Sr. Montoya Don Naño de Ayal Claudio de Luna, Sr. Mata Don Guillén de Soto, Sr. Gálvez Don Lope de Utrera Sr. Facinero A Guzmán, Sr. Romero Jimeno, Sr. Cigala p. Ferrando, Sr. Escanero J. Ruiz, Sr. Cigala b. Ortiz, Sr. Ibarrañal.—Soldados, religiosos, nobles, etc., etc

**Título correspondiente á cada jornada.**

Jornada 1.ª El Duelo. Jornada 2.ª La Profesión.  
 Jornada 3.ª La Batalla. El Rapto. Jornada 4.ª El hijo de la Hechicera. Jornada 5.ª El Sacrificio. Jornada 6.ª La Venganza.

Representante, **PEDRO SERVIN**

**¡Ojo á los Precios de Entrada!**

Plateas con seis asientos .....	\$ 3 00
Palcos los. con seis asientos .....	2 80
Entrada eventual á palcos primeros .....	0 37
Entrada á Luneta .....	0 50
Proscenios de s. guandos con seis entradas .....	2 00
Proscenios de terceros con seis entradas .....	1 50
Entrada á palcos segundos .....	0 30
Entrada á palcos terceros .....	0 30
Entrada á Galeria .....	0 10
Delanteros de los 2os. 3os y Galeria .....	0 05

Los niños mayores de 5 años, pagarán precios íntegros.

Los paños y orgenes que se usan en este Teatro son de la acreditada casa A. Wagner y Le  
 con 2000. Entre Nums. 19, 13 y 14.  
 No se permite la entrada sin el correspondiente boleto ú pase de la Empresa.  
 Tip. El Libro Diario, Portal de Tejada 3.

FICHA TÉCNICA

Fecha	Lunes 15 de abril de 1907
Teatro	Gran Teatro Hidalgo
Programa (obras y autor):	El trovador, de Antonio García Gutiérrez (autor español)
Compañía de teatro y director:	Compañía Dramática dirigida por Sr. Felipe Montoya y Alarcón

FASE 1

**Cabeza:** Se anuncia con tipografía grande y en negrita el nombre del teatro; más abajo el nombre de la compañía y el del director. En otra línea, también con tipografía grande y en negritas, se da a conocer el nombre de una actriz; posteriormente el día de la función y debajo el precio popular de la misma.

**Cuerpo:** Se observa una imagen en color obscuro (sin texto dentro o fuera de éste). Más abajo y con letra pequeña se menciona al autor de la obra y el programa de la función. Posteriormente con tipografía grande y en negrita, se anuncia el título de la obra, después el reparto de la misma -con una letra también pequeña y en negrita-. Por último el título de cada jornada (acto)

**Brazos:** -----

**Pies:** Se anuncia el costo de las localidades, de acuerdo a su ubicación, ya sea palco, luneta, etc. También se da a conocer que los pianos que se utilizan para esa puesta en escena pertenecen a una prestigiada casa de música. Por último, se encuentra el nombre de la casa tipográfica.

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
1.Tema	Función popular de teatro, drama caballeresco: <i>El trovador</i> , del autor español D. Antonio García Gutiérrez.
2.Sujeto enunciante	<b>Enunciante:</b> Gran Teatro Hidalgo, [Empresa] Compañía dramática, [Impresora] Tipografía El libro Diario.
Sujeto interpretante	<b>Interpretante:</b> <u>Público en general</u> , en específico se hace un llamado a los asistentes que puedan pagar las localidades de la <u>función popular</u> [tal y como se menciona en la cabeza del cartel], pues está resaltado con viñetas y con tipografía de un tamaño mayor al que se indica en los pies.
	<b>Exposición:</b> Gran Teatro Hidalgo COMPAÑÍA DRAMATICA

3.Modos de organización del discurso	<p><b>Descripción:</b> Dirigida por el primer actor Sr. FELIPE MONTOYA y ALARCON Y en la que figura la simpática actriz Sarita. MARIA SERVIN</p> <p><b>Exposición:</b> Lunes 15 de Abril de 1907 Por la noche a las ocho y tres cuartos</p> <p><b>Argumentación:</b> FUNCION POPULAR A 50 centavos luneta y 10 centavos Galería</p> <p style="text-align: center;"><i>Imagen</i></p> <p><b>Exposición:</b> Programa 1° obertura por el quinteto Gómez</p> <p><b>Descripción:</b> 2° Representación sublime e inmortal Drama Romántico Caballeresco debido a la fecunda pluma del ingenioso autor español D. Antonio García Gutiérrez, quien lo dividió en seis jornadas y lo escribió en inspirados versos, titulándolo: EL TROVADOR</p> <p><b>Exposición:</b> REPARTO Doña Leonor de Sesé, Srita. Servin/ Azucena, gitana Sra. Martínez/Doña Jimena, Sra. Segarra/Don Manrique, el Trovador, Sr. Montoya/Don Nuño de Artal, Conde de Luna, Sr. Mata/Don Guillén de Sensé, Sr. Chavarri/Don Lope de Urrea, Sr. Escanero A /Guzmán, Sr. Romero/Jimeno, Sr. Cigala p/Ferrando, Sr. Escañero J/ Ruiz, Sr. Cigala/Ortiz, Sr. Ibarzábal /soldados, religiosas, nobles, etc., etc.</p> <p><b>Exposición:</b> Titulo correspondiente a cada jornada:          Jornada 1° El duelo. Jornada 2° La profesión jornada. 3° La batalla. El Rapto. Jornada 4° El hijo de la hechicera. Jornada 5° El sacrificio. J          Jornada 6° La Venganza.          Representante, PEDRO SERVIN</p> <p><b>Argumentación</b> ¡OJO a los precios de Entrada!</p> <p>Plateas con seis asientos .....\$3 00          Palcos 1° s. con 6 asientos.....2 50          Entrada aventura a          palcos primeros.....0 37          Entrada a Luneta.....0 50          Proscenios de segundos con seis          entradas.....2 00          Proscenios de terceros con          seis entradas.....1 50          Entrada a palcos 2°s.....0 30          Entrada a palcos 3°s.....0 20          Entrada a galería.....0 10          Delanteros de 2 os y 3os          y galería.....1 05          Los niños mayores de 5 años pagaran          precios íntegros.</p> <p><b>Argumentación:</b> Los pianos y órganos que se usan en este Teatro son de la acreditada casa Wagner y Levien Sucs.</p>
--------------------------------------	---

	<p>Zuleta Núms.12, 13,14.  <b>Exposición:</b> Tip. El libro Diario, Portal de Tejada</p>
4.Personas en el discurso	<p><b>Sujeto tácito (Persona ausente)</b>          [el] Gran Teatro Hidalgo          [la] Compañía dramática          [el] primer Actor, Sr. Felipe Montoya y Alarcón          [el] Represente, PEDRO SERVIN</p>
5.Principio de alteridad	
6.Deixis (espacio-temporal)	<p><b>Tiempo:</b> <u>Lunes 15 de Abril de 1907</u>  <u>Por la noche a las ocho y tres cuartos</u>  <b>Espacio:</b> <u>Gran Teatro Hidalgo</u> [Corchero, después calle de Regina]          [De la casa tipográfica -quien imprime el cartel] <u>Portal de Tejada No. 3</u></p>
7.Marcas de apreciación	<p style="text-align: center;"><b>En las siguientes categorías léxicas:</b></p> <p><b>Adjetivos (afectivo):</b> <u>simpática</u> actriz; (evaluativos) <u>sublime e inmortal</u> Drama <u>Romántico Caballeresco</u>; <u>fecunda</u> pluma del [...] <u>ingenioso</u> autor; <u>FUNCION POPULAR</u></p> <p><b>Verbos subjetivos:</b> escribió en <u>inspirados</u> versos; <u>acreditada</u> casa A. Wagner y Levin.</p>
8.Estereotipos	<p><b>Frases hechas o clichés, que se ubican específicamente en las marcas de apreciación:</b>          *[...] sublime e inmortal Drama Romántico Caballeresco; Fecunda pluma del ingenioso autor español.</p>

**FASE 3**

<p><b>Descripción:</b> Se observa el dibujo todo en tinta negra. Al frente se encuentran tres caballeros en un duelo con espadas (se puede intuir el origen español en ellos, por el tipo de vestuario que portan). El hombre que pelea sólo, empuña la espada con la mano derecha, ya que en la izquierda está cargando a una mujer. Al fondo de la imagen y del lado superior izquierdo, se observa a tres personajes (como si quisieran pasar de largo, aunque cada uno empuña una espada para entrar en combate). La escena tiene lugar a las afueras de una iglesia, así lo revelan los nichos que se encuentran en las paredes y al parecer, lo que se encuentra de lado derecho del hombre que sostiene a la mujer es una tumba. Hacia el fondo se observa un conjunto de árboles y una calle estrecha por donde va cruzando el grupo de los tres hombres.</p> <p><b>Técnica:</b> Grabado  <b>Autor:</b> s/a (No hay firma)</p>
--

**Argumento de la obra:** Don Manrique, personaje principal de la historia, es hijo de Azucena, la gitana. Don Manrique (el Trovador) está enamorado de Leonor, joven dama de la corte e hija del conde Don Guillén, a quien también pretende Don Nuño de Atal (Conde de Luna).

Don Manrique y el Conde de Luna se batan a duelo por el amor de Leonor y al final se cree que el Trovador ha muerto. Después de conocer la noticia, Doña Leonor ingresa a un convento. El Trovador va a buscarla y cuando la encuentra deciden huir; sin embargo en ese momento Don Manrique se entera de que su madre (la gitana Azucena) ha sido apresada por su enemigo, don Nuño; y al intentar liberarla cae preso.

La obra termina cuando Leonor se quita la vida con un veneno y Manrique es ajusticiado. Azucena muere de dolor y angustia, pero antes le confiesa a don Nuño que el joven a quien acaba de matar es en realidad su propio hermano.

Este es un drama que reúne todos los ingredientes del teatro del romanticismo español de mediados del siglo XIX. Obra de corte caballeresco, semejante a Don Juan Tenorio.

Subcategorías	Análisis
<b>1.Personajes</b>	Don Manrique el Trovador (quien se encuentra a las afueras del castellar), Doña Leonor (a quien carga en su brazo izquierdo el Trovador) y hombres de Don Nuño de Atal (que se enfrentan con don Manrique).
<b>2.Acciones</b>	El trovador va al convento donde se encuentra su amada Leonor y deciden huir juntos, pero llegan los hombres de Don Nuño y se batan a duelo.
<b>3.Situaciones</b>	Don Manrique se bate a duelo por el amor de Leonor.
a)Lugar o escenografía	El castellar donde está refugiado Don Manrique.
b)Elementos naturales	Un pequeño arbusto. También se observan algunos árboles al fondo y nubes en el cielo. La escena es muy oscura por lo que se puede apreciar que va entrando la noche.
c)Vestuario	Los hombres que se enfrentan con Don Manrique visten calzas, mallas y jubón. También portan sombrero del siglo XVI. Don nuño viste armadura, pero el rostro está descubierto. Todos portan espadas con las que se batan a duelo. Los hombres que caminan por la calle del fondo tienen el cuerpo semi cubierto por capas y también llevan casco y espadas.
d)Atmósfera	Duelo
<b>4.Discurso</b>	La parte que se presenta es una escena cumbre de la obra: cuando Don Manrique va por su amada Leonor al Convento donde ésta se encuentra recluida.

## FASE 4

### Función: Anclaje o Relevó

La imagen hace referencia a una escena climática de la obra (porque en realidad son tres momentos clave). La escena que se enmarca aquí no está relegada a la función de anclaje, pues da más datos de la obra. Por sí sólo el título de *El trovador* no da mayores datos, puede hacer referencia a un músico, un juglar medieval u otro personaje. Podemos decir que en este caso dice algo más que el discurso verbal no refiere; es decir, complementa el mensaje, por tanto la función que se puede apreciar es la de *Relevó*.

## FASE 5

### Pre conclusión: Análisis en conjunto

En el discurso verbal podemos observar que desde la cabeza del cartel se hace mención hacia el tipo de consideración que tiene A hacia B, puesto que destaca el asunto de los precios populares (que sobresale con la inserción de plecas y el diseño de una tipografía jerárquicamente mayor que las anteriores).

Aunque las *personas en el discurso* están ausentes, se puede ubicar quiénes son el *sujetos Interpretante* y los *sujetos Enunciantes*, pues están ubicados en los roles que les corresponde como Empresarios, Público y Patrocinadores (que sí están reconocidos de manera textual en los pies del cartel).

Por otro lado, el *modo del discurso* que predomina aquí es el *expositivo*. Con ello podemos observar que la intención del sujeto enunciante es *dar a conocer* elementos que considera altamente importantes –como los nombres de los actores, de las jornadas y actos, etc.–, y en menor grado a la *descripción*, pues señala características del tipo de evento, de las aptitudes del dramaturgo, del director y de algunos actores; no obstante, de manera global los recursos anteriores cumplen una función persuasiva, pues al dar a conocer y destacar estos elementos logra que el sujeto *Interpretante* se sienta atraído ante las bondades que ofrece el evento.

Podemos decir también que la imagen, además de relevar y complementar el discurso lingüístico, cumple una función *argumentativa*, puesto que la escena que se representa en la imagen tiene un carácter altamente persuasivo. Hay acción, aderezada con toques amorosos. Finalmente, el convencimiento del público también se puede lograr, además de la imagen, con las marcas apreciativas que se utilizan en el discurso y con el recurso de los clichés o *estereotipos*.

CARTEL No. 4

**Teatro Cervantes**  
— Empresa Alberto Isunza. —

CUADRO DRAMÁTICO formado por el actor JOSÉ URRUTIA y dirigido por el 1er. actor Miguel Inclán. —

— Sorprendente Drama Nacional para el —

**Domingo 28** de Febrero de 1909

— TARDE Y NOCHE —

**Bruna la Turrонера!!**

Por la Tarde á las cuatro y media en punto.



Por la Noche á las 8 y tres cuartos en punto.

**Nuevo Exitó! El Teatro lleno!**

Nuestra función anterior atrajo gran mayoría de espectadores. Localidades agotadas. — A las Nueve de la mañana se abre el expendio, todos los días de función.

**Paso al Arte Mexicano! Diva el Drama Nacional!**

PROGRAMA

**Por la Tarde á las 4 y media en punto.**

Después de una escogida Sinfonía, seguirá la representación del drama mexicano dividido á la pluma de D. Antonio Zavala, quien lo dividió en seis cuadros y le puso por título:

**Bruna la Turrонера**

R. Sr. Inclán que lo dirige ha repartido sus interesantes personajes á los actores siguientes:

Bruna (Turrонера), Sr. María Pérez. Adrians, Sr. C. Risteri. Marina, Sr. Luz Ripol. Basa, Sr. Montes de Oca. Flora, mesera, Sr. María Pozos. Leonor, mesera, N. N. Fernando, Sr. Ernesto Peimbert. Pedro (el Perico), Sr. Solís. Marcialito, Sr. José Urrutia. Poncero, Sr. Pedro Davila. Ochofo, Turronero, Sr. Leagrijan. Ricardo, Sr. David. El Mayor, Sr. L. Pizarro. Un Sargento, Sr. Centeno. Un Juez, Sr. Gutierrez. Guzmán, Sr. Hernandez. Ochofo, Sr. González. Coronel, Sr. Inclán.

Escritos antes del Juicio. Si el caso se escota. Voceros y voceras de la prisión de Bilem. Pástor, Turronero y Camadoras, etc., etc.

— **Titulos de los Cuadros.** —

1.º La raya del Obrero. 2.º Revelaciones importantes e inútil arrepentimiento. 3.º El Café cantando de la Fortuna. 4.º Recuerdos amargos! Un asalto en falso por las turroneiras y un encuentro inesperado. 5.º Un Obrero consiguiendo el secreto de las armas. Pedro y Verdugo. 6.º El último adios de un moribundo. Plegaria de madre!

**POR LA NOCHE, LA MISMA FUNCION.**

Mirad las Pagas en ambas funciones

Palcos con 4 entradas para toda la función, \$ 1.00. Patio toda la función, 25 cr. Galería toda la función, 10 cr.

Por la Empresa, José González.

Tip. El Libro Diario, Punta de Pejida 5.

FICHA TÉCNICA

Fecha	28 de febrero 1909
Teatro	Teatro Cervantes
Programa (obras y autor):	Bruna la Turrонера!!
Compañía de teatro y director:	Dirige Miguel Inclán y el primer actor es el señor José Urrutia [Teatro Dramático, Compañía]

FASE 1

<b>Cabeza:</b> Se da a conocer el nombre del teatro y de la empresa. Más abajo se anuncia el tipo de obra que se presentará, así como el actor principal y el director de la misma. Posteriormente se anuncia la fecha y la hora de representación del "sorprendente drama nacional".
<b>Cuerpo:</b> Se muestra una imagen encuadrada que representa tres escenas de la puesta en escena. Más abajo, se argumenta sobre el éxito de la obra y se dan a conocer detalles de la misma. Finalmente se anuncia el programa, el reparto y el título de los cuadros
<b>Brazos:</b> Se dan a conocer los horarios de presentación.
<b>Pies:</b> Se anuncia el precio de las localidades; después el nombre del empresario, el nombre de la casa tipográfica y su dirección.

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
1.Tema	Función de teatro popular expresamente a la clase obrera, puesto que el argumento indica que es una obra de carácter didáctico y que a través de la exposición de las debilidades de los personajes, los obreros [que no tienen oportunidad para instruirse] pueden aprender modos de comportamiento moral y religioso.
2.Sujeto enunciante	<b>Enunciante:</b> La Empresa (Sr. José González) y el Sr. El Sr. Urrutia / La Tipografía el Libro Diario
Sujeto interpretante	<b>Interpretante:</b> que lo dirige [nuestros] Proletarios, obreros y proletarias
3.Modos de organización del discurso	<b>Exposición:</b> Teatro Cervantes Empresa Alberto Isunza CUADRO DRAMÁTICO formado por el actor JOSÉ URRUTIA y dirigido por el 1er. Actor Miguel Inclán <b>Exposición:</b> Sorprendente Drama Nacional para el Domingo 28 de febrero de 1909 TARDE Y NOCHE Bruna la Turrонера!! Por la Tarde á las cuatro y media en punto

	<p>Por la noche á las 8 y tres cuartos en punto</p> <p style="text-align: center;"><i>Imagen</i></p> <p><b>Argumentación:</b> Nuevo éxito! El teatro lleno! Nuestra función anterior atrajo gran mayoría de espectadores. Localidades agotadas</p> <p><b>Exposición-</b> A LAS nueve de la mañana se abre el expendio, todos los días de función.</p> <p>Paso al Arte Mexicano! ¡Viva el Drama Nacional!!</p> <p><b>Argumentación:</b> Para pintar con caracteres vivos una época de la Historia y grabarla en el ánimo de nuestros contemporáneos, nada más a propósito que el TEATRO DRAMÁTICO porque al apartarse del fin de solazar el ánimo, realiza la alta misión de ilustrar los acontecimientos y vivirlos para mejorar las condiciones del obrero que no tiene ni tiempo ni libros que favorezcan su instrucción. El Teatro de la comedia lo instruye deleitándolo, y he ahí porque una gran porción de nuestro pueblo acude á llenar las localidades de nuestro Teatro Guillermo Prieto que es el único que hoy trae á la escena la literatura Nacional.</p> <p><b>Argumentación:</b> Ojalá que Bruna la Turrонера en que las costumbres poco cultas están fotografiadas del natural, sirva también como ejemplo para mejorar las condiciones de nuestros proletarios, y hacer los más llevaderos en el seno de la familia, más inclinados al bien, más decididos por el trabajo y más dulces en su carácter al mirar que; [...]</p> <p><b>Argumentación:</b> las contestaciones canallescas de la mujer que piensa sólo en realizar deseos mal entendidos, la falta de paciencia, en las adversidades, el afán del alcohólico para obsequiar á los enfangados en el vicio, las inclinaciones al robo y á los delitos de sangre; sólo envilecen á las gentes y las conducen á desastrosos fines, sin que puedan alcanzar jamás la felicidad y bienaventuranza que Dios instituyó para bien de la humanidad.</p> <p><b>Exposición:</b> PROGRAMA</p> <p>Por la Tarde á las 4 y media en punto Después de una escogida Sinfonía, seguirá la representación del drama mexicano debido á la pluma de Don Antonio Zavala, quien lo dividió en seis cuadros y le puso por título:</p>
--	---

	<p>BRUNA LA TURRONERA!</p> <p><b>Exposición:</b> El Sr. Urrutia que lo dirige ha repartido sus interesantes personajes á los actores siguientes: Bruna (Turrонера), Sra. Marina Pérez/Adriana, Sra. C. Ristori/Marina, Sra. Luz Ripol /Basa Sra. Montes de Oca/Flora Mesera, Sra. María Pozos / Leonor, mesera N.N /Fernando, Sr. Ernesto Peimbert /Pedro (á) Perico, Sr. Solís /Marranillos, Sr. José Urrutia / Policarpo, Sr. Pedro Durán /Cleofas, Turrонера, Sr. Lagojanis / Ricardo, Sr. David / El mayor, Sr. L. Picaso / Un sargento , Sr. Centeno/ Un Juez, Sr. Gutiérrez /Guzmán, Sr. Hernández /Claudio, Sr. González/ Coronel, Sr. Inclán . Escribientes del Juzgado, Soldados de escolta, voceros y voceras de la cárcel de Belem, papeleros, turroneiros y cantadoras.</p> <p><b>Exposición:</b> TITULOS de los CUADROS: 1º. La raya del Obrero. Bautismo del Turrón y canto de los turroneiros 2º. Revelaciones importantes é inútil arrepentimiento. 3º. El Café cantante de la Fortuna. 4º. Recuerdos amargos! Un asalto en falso por las turroneiras y un encuentro inesperado. 5º. Un obrero consignado al servicio de armas. Padre y Verdugo. 6o. El último adiós de un moribundo. Plegaria de una madre!</p> <p>POR LA NOCHE, LA MISMA FUNCIÓN.</p> <p><b>Argumentación:</b> Mirad las Pagas en ambas funciones: Palcos con 4 entradas para toda la función, \$1 00 Patio toda la función, 25 cs. Galería toda la función, 10 cs.</p> <p><b>Exposición:</b> Por la Empresa José González / Tip. El Libro Diario. Portal de Tejada 3.</p>
<p><b>4. Personas</b></p> <p><b>en</b></p> <p><b>el</b></p> <p><b>discurso</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Sujeto tácito [persona ausente]</b></p> <p><i>El Sr. Urrutia que lo dirige</i> ha repartido sus interesantes personajes á los actores[...]</p> <p><i>El Teatro Dramático [...]</i> realiza la misión de <u>ilustrar</u> y mejorar las condiciones <u>del obrero</u> que no tiene tiempo ni libros que favorezcan su instrucción [...]</p> <p><i>El Teatro de la Comedia</i> <u>lo instruye</u> <u>nuestros</u> proletarios [...] <u>nuestro</u> pueblo acude á llenar las localidades</p>

<p>5.Principio de alteridad</p>	<p><b>Sujeto enunciante (yo -Empresario)</b>  [...]<u>el TEATRO DRAMATICO</u> [...] <u>realiza la alta misión de ilustrar</u> los acontecimientos y vivirlos <u>para mejorar las condiciones del obrero que no tiene ni tiempo ni libros que favorezcan su instrucción</u> [...] <u>El Teatro de la comedia lo instruye deleitándolo</u>, y he ahí porque una gran porción de <u>nuestro pueblo acude á llenar las localidades de nuestro Teatro</u> Guillermo Prieto</p> <p><b>Sujeto Interpretante: Público (tú-Obrero o proletario)</b> [...] (que <u>al mismo tiempo se incluye en el discurso del Empresario</u>)  <u>Ojalá que Bruna la Turrонера</u> en que las costumbres poco cultas están fotografiadas del natural, <u>sirva también como ejemplo para mejorar las condiciones de nuestros proletarios</u></p>
<p>6.Deixis (espacio-temporal)</p>	<p><b>Espacio:</b> Teatro Cervantes [se ubicaba en Niño Perdido y Arcos de Belén]  De la casa tipográfica que imprime el cartel [Portal de Tejada No. 3]</p> <p><b>Tiempo:</b> Domingo 28 de febrero de 1900  TARDE Y NOCHE Bruna la Turrонера!! <u>Por la Tarde á las cuatro y media en punto / Por la noche á las 8 y tres cuartos en punto / Por la Tarde á las 4 y media en punto / POR LA NOCHE, LA MISMA FUNCIÓN.</u>  <u>Después de una escogida Sinfonía, seguirá[...]</u></p>
<p>7.Marcas de apreciación</p>	<p><b>En las siguientes categorías léxicas</b></p> <p><b>Sustantivos mejorativos:</b> <u>Nuevo éxito!</u>  <b>Verbos subjetivos:</b> Localidades <u>agotadas</u>; El teatro <u>lleno!</u>;</p> <p><b>Verbos subjetivos, cuya fuente es el sujeto enunciante:</b>  [el] TEATRO DRAMATICO <u>realiza</u> la alta misión de <u>ilustrar para mejorar</u> las condiciones del obrero;</p> <p><b>Verbos subjetivos cuya fuente es el enunciante y que recaen en el sujeto interpretante:</b>  El Teatro de la comedia lo <u>instruye Deleitándolo</u>; <u>nuestros proletarios, más inclinados al bien, más decididos por el trabajo.</u></p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>interesantes</u>  Personajes; <u>Sorprendente</u> Drama</p>

	<p>Nacional; Bruna la Turrонера [en que las] costumbres <u>poco cultas</u>; más <u>dulces</u> en su carácter ; las contestaciones <u>canallescás</u>[la mujer que piensa sólo en realizar] deseos <u>mal entendidos</u>; los <u>enfangados</u> en el vicio [...; ] <u>interesantes</u> personajes; <u>Importantes é inútil</u> arrepentimiento; Recuerdos <u>amargos</u>; encuentro <u>inesperado</u>.</p>
<p>8.Estereotipos</p>	<p><b>[Muestra la pre construcción de los obreros o proletarios -determinados por una corriente ideológica que fija su inclinación a los elementos religiosos y las normas de comportamiento moral-]</b></p> <p>-El TEATRO DRAMATICO [...] <u>realiza la alta misión de ilustrar</u> [...] para mejorar las condiciones del obrero que no tiene ni tiempo ni libros que favorezcan su instrucción.  -<u>El Teatro de la comedia lo instruye</u> [...] he ahí porque una gran porción de nuestro pueblo acude á llenar las localidades de <u>nuestro Teatro Guillermo Prieto que es el único que hoy trae á la escena la literatura Nacional.</u>  -<u>que Bruna la Turrонера, sirva también como ejemplo para mejorar las condiciones de nuestros proletarios,</u> y hacer los más llevaderos en el seno de la familia  -[...] <u>las contestaciones canallescás</u> de la mujer que piensa sólo en realizar deseos mal entendidos, la falta de paciencia, en las adversidades, <u>el afán del alcohólico</u> para obsequiar á <u>los enfangados en el vicio, las inclinaciones al robo y á los delitos de sangre</u>; sólo <u>envilecen á las gentes</u> y las conducen á desastrosos fines, sin que puedan alcanzar jamás la felicidad y bienaventuranza que <u>Dios instituyó para bien de la humanidad.</u></p>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b>  Al centro se presenta una imagen repartida en tres episodios. En el primero aparecen un hombre y una mujer que acaban de cometer un asesinato y están despojando de su dinero al hombre que acaban de atacar, quien yace en el piso con los ojos cerrados. Como fondo se presenta una calle empedrada y varias casas que se pierden en el paisaje. La mujer trae un</p>
---

<p>traje estilo chinaca (manta, refajo de picos, blusa bordada y reboso, 1800), el hombre viste de manta con jorongo y sombrero. En el brazo derecho porta el cuchillo con el que acaba de atacar al hombre que yace en el suelo, mismo que viste traje y usa leontina, barba y botas. En la parte de arriba aparece la leyenda <i>Muerte y robo</i>.</p> <p>Debajo, el episodio de lado izquierdo muestra a tres hombres que sirven un líquido (probablemente pulque). El que sirve la bebida está sobre una silla de madera, viste ropa de manta y sombrero. Los otros dos tienen la misma apariencia. El de lado derecho está observando cómo, el de frente, sostiene un tarro para la bebida. El lugar es una especie de taberna o pulquería. Hacia arriba el letrero que enmarca la imagen dice: <i>Bautizo del turrón</i>.</p> <p>La escena de lado derecho muestra a una mujer tras las rejas (viste falda larga, amplia y reboso que cubre su cabeza –al parecer es la misma que se muestra arriba y que ha cometido el robo previamente). A su lado hay siete personas, cuatro de las cuales están sentadas alrededor de una mesa. De pie se encuentra otro personaje que viste un traje de policía y detrás de estos cuatro, dos hombres y una mujer que observan la escena. En el escenario hay un cuadro en el que se aprecia la imagen del escudo mexicano de 1800 –el águila con las alas abiertas sobre el nopal-. El lugar es una comisaría. La escena se encuentra enmarcada por un letrero que dice <i>La inocencia se salva</i></p> <p><b>Técnica:</b> Grabado <b>Autor:</b> José Guadalupe Posada (Firma lado inferior izq.)</p>	
<p><b>Argumento de la obra:</b> La obra tiene un carácter didáctico. Da cuenta de las peripecias de Bruna, una mujer que gusta de los “placeres mundanos” y que acostumbra reunirse con sus cómplices de trapacerías en una cantina para planear sus fechorías. Al final de la obra Bruna es juzgada y castigada por la ley.</p>	
<b>Subcategorías</b>	<b>Análisis</b>
<b>1. Personajes</b>	Escena 1: Bruna la Turroneira, un cómplice y su víctima Escena 2: Pedro, Perico, Marranillos y Policarpo Escena 3: Bruna la Turroneira, el juez, un gendarme y los testigos
<b>2. Acciones</b>	Escena 1: Robo por parte de Bruna la Turroneira y un cómplice / Escena 2: Bautismo del turrón y canto de los turroneiros (Pedro Perico), Marranillos y Policarpo bebiendo en la cantina o pulquería / Escena 3: La plegaria de Bruna la Turroneira en su juicio
<b>3. Situaciones</b>	Escena 1: Bruna la Turroneira comete un robo / Escena 2: Pedro Perico, Marranillos y Policarpo se encuentran bebiendo en una cantina / Escena 3:

	Bruna la Turroneira es llevada a la gendarmería y enjuiciada
a) Lugar o escenografía	Calle/ Taberna o pulquería/ Gendarmería
b) Elementos naturales	
c) Vestuario	Trajes comunes de 1800
d) Atmósfera	Anecdótica y didáctica
<b>4. Discurso</b>	Las imágenes, como referente del discurso verbal, muestran una serie de escenas aleccionadoras, y que al mismo tiempo presentan tres momentos climáticos de los cuadros más importantes de la obra.

#### FASE 4

##### Función: Anclaje o Relevó

Funciona como *Anclaje*, pese a que las escenas son muy ilustrativas, sólo refuerzan o argumentan lo que el texto –de forma tan directa- menciona líneas más abajo.

#### FASE 5

##### Pre conclusión: Análisis en conjunto

En resumen, podemos observar que de acuerdo a las categorías analíticas de Pêcheaux, en este cartel hay una configuración muy clara y directa del *sujeto Interpretante (B)*, por parte de su *Enunciante (A)*.

La mayoría de los recursos que utiliza A, son *marcas apreciativas* y *pronombres inclusivos* (nuestro obreros, nuestro pueblo). Enfáticamente hace referencia a la condición de su público, del obrero.

De esta forma se muestra como beneficiario del mismo; como aquél que le permite tener, más que un rato de diversión, uno de “reflexión”, apelando a su buena fe religiosa.

Por su parte, podemos observar que, según la idea que A tiene de B, el obrero (público en general) consciente de su condición subalterna, podría sentirse cobijado por los empresarios e identificado con el repertorio que ofrece este teatro (pues así se hace evidente en el discurso del cuerpo).

Espacialmente texto e imagen ocupan una parte importante en el cartel [insertadas en el cuerpo del mismo], a su vez son de las pocas que tienen leyendas –o discurso verbal- en su interior cuyo propósito es reforzar aún más el mensaje icónico.

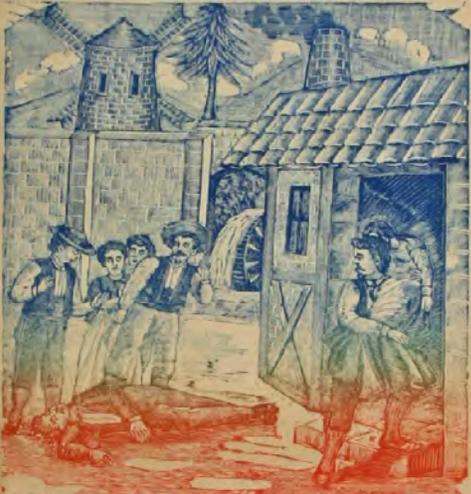
Cartel No. 5

**Gran Teatro Hidalgo**  
Teléfono No. 2334, Comp. Mexicana.  
Empresa Pedro Servín y Cía.  
**COMPañIA DRAMÁTICA MEXICANA**  
En la que figura la simpática Delizosa Batista

**SEÑORITA MARIA SERVIN.**  
**Grandiosa FUNCION POPULAR**  
— PARA LA NOCHE DEL —  
**LUNES 19 de ABRIL de 1909**  
A LAS OCHO Y TRES CUARTOS  
**PRECIOS REDUCIDOS.**  
**Luneta, 50 cs. Galería, 10 cs.**

El famoso drama de D. Ángel Guimerá arreglado del Catalán por el autor. Traducido Español D. José Echegaray.

**- TIERRA BAJA. -**



**PROGRAMA.**  
1º Obertura por la orquesta que dirige el maestro J ABLO SANCHEZ.  
2º El saguillo drama en tres actos y en prosa, original de D. Ángel Guimerá, traducido del Catalán por D. JOSÉ ECHEGARAY, titulado:

**TIERRA BAJA!**

REPARTO: María... Sta. María... Antonio... Sta. Felisa... Pepa... Sr. Ricardo... Sr. Sr. Gregorio... Sr. Sr. Chavari... Sr. Sr. Sebastián... Sr. Sr. Romero... Sr. Sr. Tomás... Sr. Sr. Clemente... Sr. Sr. Moisés... Sr. Sr. Cigales... Sr. Sr. José... Sr. Sr. Román... Sr. Sr. Nicolás... Sr. Sr. Víctor... Sr. Sr. Romero... Sr. Sr. Mercedes... Sr. Sr. Estrella.

3º Obertura al espectáculo con la graciosa pieza en un acto de D. MIGUEL EL MECA-RAY, titulado:

**Los Demonios en el Cuerpo**

Disculpado por la Cía. Segura y los Sres. Ferrer, Romero E. y Ugalde.

**“El Vulcano” FABRICA DE CAMAS Y PER-SIANAS PATENTADAS. SAN FE-LIPE NERI 15 Y 16, JUNTO AL TEATRO ARBEU.**  
Teléfono Mexicana 662. Evaporan 8/6. Apl. Post. 108.

**⌋ Precios de entrada. ⌋**

Asientos de preferencia, Lunetas Laterales, Primera y segunda Fila, \$ 0.75,

Palcos por enteros con seis entradas.....	\$ 3 00
Palcos primeros con seis entradas.....	2 50
Entrada eventual á palcos primeros.....	0 37
Proscenios de Palcos 2os. con 6 entradas..	2 00
Proscenios de Palcos 3os. con 6 entradas..	1 50
Luneta con entrada.....	0 50
Entrada general á palcos segundos.....	0 30
Entrada á palcos terceros.....	0 20
Entrada general á Galería.....	0 10
Delanteros de los 2os, 3os y Galería.....	0 05

Los niños mayores de 3 años pagaran precios íntegros.

Se permite la entrada sin el correspondiente boleto á parte de la Empresa.  
Representante, **JOSE SERVIN.**  
Los planes y programas que se van en este teatro, son de la casa de  
**A. WAGNER y LEVIEN SUCS.,** calle de Zuleta 12 y 13.  
Tip. El Libro Diario, Tenda 3.

**FICHA TÉCNICA**

Fecha	19 Abril 1909
Teatro	Gran Teatro Hidalgo
Programa (obras y autor):	Tierra Baja de Ángel Guimerá arreglado del Catalán Dramaturgo Español D. José Echegaray
Compañía de teatro y director:	Compañía Dramática Mexicana

**FASE 1**

**Cabeza:** Se observa el nombre del teatro con letras en color azul; debajo de éste (con letras pequeñas) el teléfono y el nombre de la compañía. Una línea más abajo se anuncia el nombre de la empresa y el de la compañía. Posteriormente, con una tipografía en mayúsculas y de un tamaño mayor se indica el nombre de la primera actriz. Finalmente se anuncia la función popular, la fecha y después, en negritas, el costo de la misma.

**Cuerpo:** Se indica el nombre del dramaturgo. Debajo, el título de la obra y después una imagen (grabado, obra de Don José Guadalupe Posada). Posteriormente se anuncia el programa y el reparto. Así mismo se da a conocer el título de la obra con la que concluirá la función y se hace mención de los patrocinadores (camas y persianas Vulcano)

**Brazos:** -----

**Pies:** Se anuncian los costos de las localidades, el nombre del representante, el nombre de otros patrocinadores (Pianos y órganos de la casa A. Wagner y Levien), por último la casa tipográfica.

**FASE 2**

Categoría	Ubicación textual
1.Tema	Función de obra de teatro cuyo título es <i>Tierra baja</i> (obra en tres actos, de un escritor Catalán llamado Ángel Guimerá). Si bien el drama se centra en el triángulo pasional entre los personajes principales, al mismo tiempo se hace la denuncia o evidencia de las injusticias que por parte del terrateniente de Tierra Baja, sufren los habitantes de ese poblado. [Y aunque está ubicado en otro tiempo y espacio, resulta importante que se presente este tipo de argumentos en un momento coyuntural en la historia de México].
2.Sujeto enunciante	<b>Enunciante:</b> Gran Teatro Hidalgo, Empresa Pedro Servín y Cía.

<b>Sujeto interpretante</b>	<b>Interpretante:</b> Público interesado en asistir a la función popular
<b>3.Modos de organización del discurso</b>	<p><b>Exposición:</b> Gran Teatro Hidalgo Teléfono No. 2334. Comp. Mexicana Empresa Pedro Servín y Cía. COMPAÑIA DRAMATICA MEXICANA</p> <p><b>Descripción:</b> En la que figurará la simpática primera actriz SEÑORITA MARIA SERVIN Grandiosa FUNCION POPULAR</p> <p><b>Exposición:</b> Para la noche del LUNES 19 de ABRIL de 1909 A LAS OCHO Y TRES CUARTOS</p> <p><b>Argumentación:</b> PRECIOS REDUCIDOS Luneta, 50Cs Galería , 10 Cs</p> <p><b>Descripción:</b> El hermoso drama de D Ángel Guimerá arreglado del Catalán por el eminente Dramaturgo Español D. José Echegaray TIERRA BAJA</p> <p style="text-align: center;"><i>Imagen</i></p> <p><b>Exposición:</b> PROGRAMA 1º Obertura por la orquesta que dirige el maestro J PABLO SANCHEZ</p> <p><b>Descripción:</b> 2º El magnífico drama en tres actos y en prosa original de D. Ángel Guimerá, traducido del Catalán por D. JOSE ECHEGARAY, titulado: TIERRA BAJA!</p> <p><b>Exposición:</b> REPARTO -. Marta....Sta. Servín / Antonia...Sta. Padilla/ Pepa...Sra. Segarra/Nuri....Sra. Frago / Manelich.....Sr.Chavarri/Sebastian...Sr. Romero E. /Tomás (el ermitaño)...Sr. Cisneros/Mosen...Sr. Cigala J. / José...Sr. Romero C/Nando.....Sr. Cigala (h)/ Peluca.....Sr.Romero C /Marrecho....Sr. Servín P.</p> <p><b>Exposición:</b> 3º Concluirá el espectáculo con la graciosa pieza en un acto de D Miguel Echegaray titulada: Los Demonios en el Cuerpo Desempeñada por la Sra. Sagarra y los Sres. Servín, Romero E. y Cigala.</p> <p><b>Exposición:</b> "El Vulcano" FABRICA DE CAMAS Y PERSIANAS SAN FELIPE NERI I15 Y 16, JUNTO EL TEATRO ARBEU. Teléfono Mexicana 648 Ericsson 696 Ap. Post. 106</p> <p><b>Exposición :</b> Precios de Entrada, Asientos de preferencia, Lunetas Laterales, Primera y segunda Fila..... \$ 0 75 Plateas por entero con seis entradas .....\$3 00</p>

	<p>Palcos Primeros con seis entradas .....\$2 50 Entrada Eventual a palcos primeros.....\$0 37 Proscenios de Palcos 2os con 6 entradas.....\$2 00 Proscenios de Palcos 3os con 6 entradas.....\$1 50 Luneta con entrada.....\$0 50 Entrada general a palcos segundos.....\$0 30 Entrada a palcos terceros.....\$0 20 Entrada general a galería.....\$0 10 Delanteros de los 2os, 3os y galería.....\$0 05</p> <p><b>Argumentación:</b> Los niños mayores de 5 años pagaran precios íntegros. No se permite la entrada son el correspondiente boleto o pase de la empresa.</p> <p><b>Exposición:</b> Representante, JOSE SERVIN. Los pianos y órganos que se usan en este teatro son de la casa de A.WAGNER Y LEVEN SUCS., calle de Zuleta 12 y13. Tip. El libro Diario, tejada 3.</p>
<b>4.Personas en el discurso</b>	<p><b>Persona ausente (Sujeto tácito)</b> [La] Empresa Pedro Servín y Cía. COMPAÑIA DRAMATICA MEXICANA Su- [El] Representante: Sr. José Servín</p>
<b>5.Principio de alteridad</b>	<p>[Al público] No se permite la entrada sin el correspondiente boleto o pase de la empresa [Empresarios]</p>
<b>6.Deixis (espacio-temporal)</b>	<p><b>Tiempo:</b> Para la noche del LUNES 19 de ABRIL de 1909 <u>A LAS OCHO Y TRES CUARTOS</u></p> <p><b>Espacio:</b> Gran Teatro Hidalgo [Corchero; hoy Calle de Regina] [de la casa tipográfica que imprime el cartel] Portal de Tejada No. 3</p>
<b>7.Marcas de apreciación</b>	<p><b>En las siguientes categorías léxicas:</b></p> <p><b>Adjetivos apreciativos:</b> la simpática primer actriz; la graciosa pieza <b>Adjetivos evaluativos:</b> Grandiosa FUNCION POPULAR; hermoso drama de D Ángel Guimerá; el eminente</p>

	Dramaturgo Español D. José Echegaray; El <u>magnífico</u> drama <b>Adjetivos (no axiológicos) PRECIOS REDUCIDOS.</b>
8.Estereotipos	<b>En este caso están representados por un conjunto de frases hechas, en cuestiones de publicidad de teatro, que poco a poco se van convirtiendo en lugares comunes y que el sujeto Interpretante identifica perfectamente:</b> ej. <i>El hermoso drama [...] el eminente dramaturgo [...] con la graciosa pieza [...] la simpática primer actriz [...] Grandiosa FUNCION POPULAR.</i>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> Se observa un dibujo en dos y tonalidades. Aproximadamente tres cuartas partes de la imagen hacia abajo es de color azul y la última cuarta parte es de color rojo.</p> <p>El cuadro se encuentra compuesto por la figura de un hombre que yace en el piso, al parecer está muerto y lo observan 4 personas. De lado derecho se puede apreciar un hombre que sostiene en brazos a una mujer, cuyo rostro no puede apreciarse del todo. Debido a su postura, este hombre parece haber arrebatado a la mujer al hombre que yace en el piso y es muy probable que él mismo le haya dado muerte. También podría suponerse que no desea que la mujer observe la escena y la toma en brazos como tratando de huir del lugar, aunque no se sabe si quiere entrar o salir de la casa que está a sus espaldas.</p> <p>Las cuatro personas que observan la imagen, muestran un gesto de sorpresa en el rostro. Al fondo, se observa un molino de viento, montañas, nubes y un árbol grande -como una palmera-.</p> <p><b>Técnica:</b> Grabado <b>Autor:</b> José Guadalupe Posada (se distingue un poco la firma en la parte inferior izquierda)</p> <p><b>Argumento de la obra:</b> La acción tiene lugar en un poblado llamado <i>Tierra Baja</i>, cerca de los Pirineos. El protagonista es Manelich, un pastor que vive en las montañas en un lugar llamado Tierra Alta, quien ha decidido vivir en las montañas porque Tierra Baja es propiedad [en su mayoría] del terrateniente Sebastián. Sebastián y toma por mujer a Marta una joven de carácter tímido y vive amenazando a los habitantes del lugar (los Perdigonos) Tras un engaño -maniobrado por Sebastián- Marta es obligada a casarse con Manelich (pues con esta acción Sebastián puede pretender a una mujer de sociedad y al mismo tiempo tener a Marta)</p>
--

Marta piensa que Sebastián y Manelich han estado de acuerdo con el trato, no obstante, con el paso de las escenas se da cuenta de que ambos han sido engañados y descubre el verdadero carácter de Manelich, de quien comienza a enamorarse. Cuando Manelich descubre el engaño, mata a Sebastián y saca a su mujer de la casa en Tierra Baja para irse a Tierra Alta.	
Subcategoría	Análisis (de acuerdo con la obra)
1.Personajes	Manelich, Martha y Sebastián - protagonistas de la obra- y algunos habitantes de <i>Tierra baja</i>
2.Acciones	Manelich da muerte a Sebastián -el terrateniente y dueño de Tierra Baja-. Manelich está a punto de huir del lugar, con su esposa Marta. Algunos habitantes de Tierra Baja, observan el cuerpo del cacique Sebastián.
3.Situaciones	La escena que está representada aquí, es la parte climática de la historia: Manelich entra por Marta, tras haber matado a Sebastián y llama a los perdigonos para que observen que los ha librado del cacique. Es en esta escena que pronuncia su última frase: “¡He matado al lobo!”.
a)Lugar o escenografía	El lugar que está representado es el poblado de Tierra Baja y justo fuera de la casa de Marta. Hay dos molinos y una ruca por donde corre el agua de un río. Al fondo se observa un arco construido en piedra, como si fuese parte de un acueducto.
b)Elementos naturales	Montañas, árboles y una pequeña parte por donde pasa el río
c)Vestuario	Las 4 personas que observan a la que está muerta visten, los hombres, sombreros, pantalones de manta, chalecos, y tienen pañuelos atados en el cuello; sólo se puede apreciar el vestuario de una de las mujeres que porta una blusa oscura de manga larga y falda larga. Los trajes son modestos y podría pensarse que es la típica vestimenta de todos los habitantes. Manelich viste chaleco, botas, pantalones cortos y una corbatita. Usa barba y bigote. De Marta sólo

	podemos decir que porta un vestido largo sin mayor característica. Finalmente Sebastián (quien yace en el piso) viste pantalón, saco, camisa y zapatos oscuros, también usaba bigote.
d)Atmósfera	Sorpresa ante la muerte de alguien; no hay dolor.
<b>4.Discurso</b>	Escena X / Cuadro tercero: Durante la fuerte discusión entra Manelich para llevarse Marta -su esposa-. Manelich lucha con Sebastián (un terrateniente que había tomado por mujer Marta). Finalmente Manelich mata a Sebastián y se va a vivir a Tierra Alta, aunque antes llama a los perdigones y habitantes del pueblo para que vean que se han librado del terrateniente.

#### FASE 4

<b>Función: Anclaje o Relevó</b>
La función en la imagen es de <i>relevó</i> . Si bien puede reforzar lo que indica el texto, no hay más recursos. El título <i>Tierra baja</i> podría suponer cualquier otro referente; no obstante, con la imagen se ubica al sujeto interpretante de manera más clara, pues al presentar el escenario, la especificación espacio temporal, y el tipo de personajes, se muestra algo más de lo que indica el mensaje verbal; es decir lo complementa.

#### FASE 5

<b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b>
<p>En resumen y de acuerdo a los elementos anteriormente expuestos, podemos ver que la pre construcción que A ha elaborado de B, es la de un sujeto a que gusta de los dramas de corte español, sobre todo los de carácter amoroso, pues así lo refleja con la exposición de los recursos en imagen y texto.</p> <p>En este caso, las <i>formas que adopta el discurso</i> de A se ubican más en el plano <i>expositivo</i>, considerando que la <i>argumentación</i> recaerá más en los recursos de carácter persuasivo (en las <i>marcas de apreciación</i> y en la función de relevó de la <i>imagen</i>)</p> <p>En cuanto a los recursos verbales, el uso de frases comunes o estereotipadas (como los adjetivos evaluativos que se utilizan para referirse a las obras o a las virtudes del dramaturgo, actor o director), se convierten en construcciones que poco a poco forman parte (de acuerdo con Amotsy) del conjunto de creencias opiniones compartidas. Es evidente que de manera gradual se va construyendo el código común entre A y B, de acuerdo a sus funciones, aunque no estén expresados en el discurso. También a través de <i>marcas deícticas</i>, se percibe cómo se ubican a las personas a través de sus roles (<i>principio de alteridad</i>).</p>



	<p>JALISCO. Revista de costumbres mexicanas. Por los títeres de Rosete Aranda.</p> <p><b>Descripción:</b> A las 9 títeres. La chispeante comedia en un Acto EL PASTELERO</p> <p>Por los Automatas Rosete Aranda.</p> <p><b>Exposición:</b> ATARA- ROMAN A LAS 7 Y 10 ALEGRIA Y ENHART 8 Y 11</p> <p><b>Exposición:</b> Orden de las Vistas Zigomar contra Nick Carter</p> <p><b>Descripción:</b> Hermosa vista de arte en 4 partes</p> <p><b>Exposición:</b> La gorra de Bidón, estreno. Un pleito difícil, estreno. El Sr. De Frambosy, estreno de ayer. Por el honor de su padre, arte 2 partes, Estreno de ayer.</p> <p>La casa de duendes. La gorra de Bidón, estreno. Un pleito difícil, estreno.</p> <p><b>Exposición:</b> Precios Permanencia Voluntaria</p> <p>Plateas y Palcos 1os intercolumnios, seis entrada.....\$3 50 Con seis entradas.....3 00 Palcos segundos con 6 entradas.....2 00 De Galería 6.....1 00 Lunetas laterales y especiales Desde la 1ª a la 6ta fila.....0 75 Luneta y Anfiteatro .....0 50cs Eventual de segundos.....0 25cs Galería.....0 10cs Números delanteros de segundos.....0 10 Delanteros de galería.....0 05</p> <p><b>Exposición:</b> Las localidades para esta función estarán a la venta desde las 4 de la tarde.</p> <p>Tip. EL libro Diario de Mesones 25</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	<p>[Ausente] (La) Empresa Enrique Rosas (El) Empresario Enrique Rosas</p>
<b>5. Principio de alteridad</b>	
<b>6. Deixis (espacio-temporal)</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro Principal [Colegio de Niñas -actualmente Bolívar, esq. con 16 de septiembre]</p> <p><b>Espacio:</b> [de la casa tipográfica] <u>2ª. De Mesones 25</u></p> <p><b>Tiempo:</b> <u>Sábado- 11 De Enero de 1913</u> <u>De 5 a 12 pm; A las 6:30; A las 9 títeres</u> <u>A LAS 7 Y 10 ALEGRIA Y ENHART 8 Y 11; Orden</u> de las Vistas</p> <p><b>Tiempo:</b> El Sr. De Frambosy, estreno de <u>ayer [...]</u>; Por el honor de su padre estreno de <u>ayer</u>; Localidades para esta</p>

	función estarán a la venta <u>desde las 4 de la tarde.</u>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><b>En las siguientes categorías léxicas:</b> <b>Verbo subjetivo:</b> funciones <u>mas lucidas</u>; repertorio lo <u>mejor y de merito.</u> <b>Adjetivo:</b> <u>chispeante</u> comedia</p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><i>Representados por un conjunto de frases hechas o preconstruidas los sujetos Enunciantes, y que son reconocidas por el público o sujeto Interpretante.</i></p> <p>*"Las funciones mas lucidas"</p> <p>*[...] el cine, los títeres y los artistas "escogen de su repertorio lo mejor y de merito"</p>

### FASE 3

**Descripción:**  
**Técnica:** NO HAY IMAGEN  
**Autor:**

### FASE 4

**Función:** Anclaje o Relevó  
NO HAY IMAGEN

### FASE 5

#### Pre conclusión: Análisis en conjunto

En resumen, los sujetos *Enunciantes* (Empresario Rosas y casa tipográfica) recurren a la *exposición* y en menor grado a la *argumentación*, como modos de expresión en su discurso, para dar a conocer las características del evento. Posteriormente con el uso de las *marcas de apreciación*, ancladas a los adjetivos y verbos subjetivos, logran persuadir a su sujeto *Interpretante* (conformado por el público en general), para que asista al evento. Así mismo, es probable que mediante el uso de las *frases hechas*, B (sujeto Interpretante) se siente considerado por A (sujeto enunciante), dado que en el discurso muestra que los artistas de la compañía, le ofrecen lo mejor de su espectáculo.

A través de las marcas de deixis espacio-temporal, se hace evidente que las representaciones de fin de semana que en 1913 ofrecía el Principal se organizaban en un horario muy amplio (7 hrs. aproximadamente), y de cierta forma la permanencia voluntaria permitía que el público asistente disfrutara de un nutrido espectáculo familiar.

Es un cartel donde no abundan los recursos discursivos ni icónicos o de imagen; sin embargo el tipo de repertorio y las compañías que se presentan, en este caso los Rosete Aranda y la compañía de vistas cinematográficas de Pedro Servín, eran agrupaciones acostumbradas a un público popular y ambulante, por eso programaban funciones largas puesto que la temporada en cada lugar de sus recorridos era muy breve.

CARTEL No. 7

**TEATRO HIDALGO**  
**¡Debut! ¡Debut!**  
 del Cuadro Artístico de Variedades en el que figura el Aplaudido "Trío ¿A...L...A...?" tomando parte en esta función la primera Tiple Sra.  
**"ANGELITA JARQUEZ"**  
 como una deferencia a los Obreros. Debutará el celebrado "Trío Gamonet."  
**Espectáculo. Culto. Moral e Instructivo**  
 Hoy Jueves 23 de Diciembre de 1920.  
 a las 8.30 P. M.  
 a Beneficio de los Obreros sin trabajo de la Fábrica  
**"LA AURRERA"**  
**AL PÚBLICO**

Distinta esta Empresa de contribuir a remediar en algo la situación precaria de los obreros huelguistas de la Fábrica de Hilados "La Aurrera", en la oportunidad que se ofrece por ofrecer al público metropolitano un selecto programa, esperamos que no solo los trabajadores de la Capital, quienes por solidaridad esas obligaciones han dado a sus hermanos, sino las demás clases sociales contribuyan por humanidad, cuando menos, a tenerles en mano a los que por su deseo de mejoramiento, no tienen par que respirar cosa para sus hijos.  
 A Dios y a los "Cielos" nos dirigimos, en la confianza de que por nuestra parte, por el esfuerzo de todos nosotros, y nuestro cofrades para dejar complacidos a quienes voluntariamente con un entusiasmo sincero, contribuyen a mitigar los dolores ajenos.  
 LA EMPRESA.

**- PROGRAMA -**

10. Sinfonía por la orquesta que dirige el Maestro Vivas.  
 20. Subirá a escena el precioso drama en un acto y se conversará según el programa de Jackson Vellam titulado  
**¿UNA LIMOSNA POR DIOS!**  
 REPARTO  
 Elena Sra. Adelina Montenegro  
 Pablo Vélez Sr. E. Gamonet  
 Fabián Niño Gamonet  
 Francisca Sra. Adelina Montenegro

**ARREGLADO PARA EL TRIO**

30.—Hará uso de la palabra el compañero Jacinto Huitrén sobre la solidaridad obrera en la lucha de clases.  
 40.—Se pondrá en escena la preciosa zarzuela en un acto y un cuadro de Jackson Vellam y música del Maestro Caballero titulada  
**Lucero del Alba**  
 REPARTO  
 Margarita (Lucero del Alba) Sra. Angelita Jarquez  
 Pablo Sra. Adelina Montenegro  
 Don Matías Sr. Alfredo Herández  
 Astolfo Sr. Ezequiel Parodi

50.—Tomará la palabra la compañera María Carmen Frías.  
 60.—Subirá a escena la preciosa zarzuela en un acto y un cuadro de Jackson Vellam y música del Maestro Caballero titulada  
**LOS ZANGOLOTINOS**  
 REPARTO  
 Margarita Sra. Angelita Jarquez  
 Doña Flora Sra. Herminda Peña  
 Julia Sr. Alfredo Herández  
 Doña Flora Sr. Ezequiel Parodi  
 Doña Estela Sr. F. Noche

70.—Tomará la palabra el compañero Diputado Nicolás Cane  
 80.—Secuencia de Variedades presentación del aplaudido trío  
**¿A...L...A...?**  
 90. y último Himno cantado por el grupo de Compañeras.  
**PRECIOS DE ENTRADA**  
 Plazas con seis asientos \$9.00  
 Luchas 1.00  
 Palcos, Primeros 0.75  
 Palcos segundos y terceros 0.50  
 Galeras 0.30

FICHA TÉCNICA

<b>Fecha</b>	Jueves 23 de diciembre de 1920
<b>Teatro</b>	Hidalgo
<b>Programa (obras y autores):</b>	-Drama en un acto: Una limosna por Dios, escrita en verso original de Jackson Vellam -Palabras del compañero Jacinto Huitrén sobre la solidaridad obrera en la lucha de clases -Zarzuela de Jackson Vellam y música del maestro Caballero: Lucero del Alba -Palabras de la compañera María Carmen Frías -Zarzuela en un acto y un cuadro, letra de Jackson Vellam y música del Maestro Caballero: Los Zangolotinos -Palabras del compañero Diputado Nicolás Cane -Variedades, presentación del aplaudido trío ¿A...L...A? y -Himno cantado por un grupo de Compañeras.
<b>Compañía de teatro y director:</b>	No hay una compañía principal. El responsable del evento es la Empresa del Teatro. Director de orquesta: Maestro Vivas

FASE 1

**Cabeza:** Se lee el nombre del teatro (escrito con tipografía en gran tamaño y en mayúsculas). Posteriormente se indica que se trata de un Debut (aspecto que se encuentra resaltado con llamadas de atención). Más adelante se lee alguna información acerca de la puesta en escena y el nombre de la primera actriz, con letra mayúscula entrecomillado, quien actuará gratuitamente como un obsequio para los obreros al lado del Trío Gamonet.

**Cuerpo:** Se da a conocer el tipo de espectáculo que se ofrece. También se anuncia el día, la hora de la función y a quien está dedicada. Posteriormente se lee un texto que indica que la empresa teatral ofrecerá un selecto programa en apoyo a los obreros en huelga de la fábrica de hilados la Aurrera, y persuade al asistente para que apoye el movimiento de lucha de los trabajadores. Más abajo en mayúsculas se anuncia el programa, los títulos de las obras y su correspondiente reparto. De forma intercalada se encuentra expuesta la participación de algunos miembros del Sindicato de trabajadores de la fábrica en huelga.

**Pies:** se anuncian los precios de las entradas

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
<b>1.Tema</b>	Función de teatro a beneficio de obreros en huelga.
<b>2.Sujeto enunciante</b>	<b>Enunciante:</b> Empresarios del teatro Hidalgo
<b>Sujeto interpretante</b>	<b>Interpretante:</b> Obreros de la fábrica e Hilados La Aurrera y Público en general (de otras clases sociales)

<p><b>3.Modos</b></p> <p><b>de</b></p> <p><b>organización</b></p> <p><b>del</b></p> <p><b>discurso</b></p>	<p><b>Exposición:</b> TEATRO HIDALGO</p> <p><b>Argumentación:</b> ¡Debut! ¡Debut!</p> <p>Del cuadro Artístico de Variedades en el que figura el aplaudido "Trío ¿A...L...A? tomando parte en esta función la primera Tiple Sra. "ANGELITA JARQUEZ"</p> <p><b>Argumentación:</b> Como una deferencia a Los Obreros, debutara el celebrando "Trío Gamonet." Espectáculo, culto, Moral e instructivo</p> <p><b>Exposición:</b> Hoy Jueves 23 de Diciembre de 1920 A las 8.30 P.M</p> <p><b>Argumentación:</b> A Beneficio de los obreros sin trabajo de la Fabrica "LA AURRERA"</p> <p>AL PUBLICO</p> <p>Deseosa esta empresa de contribuir a remediar en algo la situación precaria de los obreros huelguistas de la Fabrica de Hilados "LA AURRERA ", no ha estimado esfuerzos por ofrecer al público metropolitano un selecto programa, esperando que no sólo los trabajadores de la Capital ,quienes por solidaridad están obligados a ayudar a sus hermanos, sino las demás clases sociales contribuirán por humanidad, cuando menos a tenderlos la mano a los que por su deseo de mejoramiento, no tienen para comprar el pan para sus hijos. A unos y a los otros nos dirigimos en la confianza de que por nuestra parte pondremos todo nuestro cerebro y nuestro corazón para dejar complacidos a quienes solazándose con un espectáculo ameno, contribuyen a mitigar los dolores ajenos. LA EMPRESA</p> <p><b>Exposición:</b> PROGRAMA</p> <p>1º Sinfonía por la orquesta que dirige el maestro Vivas.</p> <p><b>Descripción:</b> 2º Subirá a escena el precioso drama en un acto en verso original de Jackson Vellam titulado ¡UNA LIMOSNA POR DIOS!</p> <p>REPARTO</p> <p><b>Exposición:</b></p> <p>Elena.....Sra. Adelina Montenegro</p> <p>Pablo Vélez.....Sr. E. Gamonet</p> <p>Pablito.....Niño Gamonet</p> <p>Francisca.....Sra. Adelina Montenegro</p> <p>ARREGLADO PARA EL TRIO</p> <p><b>Argumentación:</b> 3ºHara uso de la palabra el compañero Jacinto Huitrén sobre la solidaridad obrera en la lucha de clases</p> <p><b>Descripción:</b> 4º.-Se pondrá en escena la Preciosa zarzuela en un acto y un cuadro letra de Jackson Vellam y</p>
--	--

	<p>música del maestro Caballero titulada LUCERO DEL ALBA</p> <p><b>Exposición:</b> REPARTO</p> <p>Guadalupe (Lucero del Alba).....Sra. Angelita Jarquez</p> <p>Tania.....Sra. Adelina Montenegro</p> <p>Don Baltasar...Sr. Leopoldo de Diego</p> <p>Antolín.....Sr. Alfredo Hernández</p> <p>5º.-Tomara la palabra la compañera María Carmen Frías.</p> <p><b>Descripción:</b> 6º.-Subira a escena la Preciosísima Zarzuela en un acto, un cuadro, letra de Jackson Vellam y música del maestro Caballero Titulado LOS ZANGOLOTINOS</p> <p><b>Exposición:</b> REPARTO</p> <p>Margarita .....Sra. Angelita Jarquez</p> <p>Dña. Flora.....Sra. Herminia Peña</p> <p>Julio.....Sr. Alfredo Hernández</p> <p>Dña. Flora.....Sr. Navarro Zolá</p> <p>Un criado.....Sr. F. Norte</p> <p>7º.- Tomara la palabra el compañero Diputado Nicolás Cane</p> <p>9 º.-Seccion de variedades presentación del aplaudido trío ¿A...L...A?</p> <p>9º y ultimo Himno cantado por un grupo de Compañeras</p> <p><b>Exposición:</b> PRECIOS DE ENTRADA</p> <p>Plateas con seis asientos.....\$9 00</p> <p>Luneta.....1 00</p> <p>Palcos Primeros.....0 75</p> <p>Palcos Segundos y terceros.....0 50</p> <p>Galería.....0 30</p>
<p><b>4.Personas</b></p> <p><b>en</b></p> <p><b>el</b></p> <p><b>discurso</b></p>	<p><b>(Ustedes - no obreros) AL PUBLICO</b></p> <p>[...] al público <u>metropolitano</u></p> <p><b>(Nosotros)</b> Deseosa <u>esta empresa</u> de contribuir a remediar en algo la situación precaria de [...] <u>no ha estimado esfuerzos</u> por ofrecer un selecto programa</p> <p><b>(Ellos) los obreros huelguistas de la</b> Fabrica de Hilados "LA AURRERA ",</p> <p><b>(Ellos- El resto de la clase trabajadora)</b> no solo los trabajadores de la Capital, quienes por <u>solidaridad están obligados a ayudar a sus hermanos</u> [los mismos obreros en huelga y otros trabajadores de diferentes ramos]</p> <p><b>(Ellos- las otras clases- Público general)</b> las demás clases sociales contribuirán por humanidad, cuando menos a tenderles la mano [...]</p> <p><b>(Ellos- los obreros en huelga) los que</b> por su deseo de mejoramiento, <u>no tienen para comprar el pan para sus hijos.</u></p> <p><b>(Ustedes -los de otras clases sociales- y ellos -los obreros y las clases trabajadoras-)</b> A <u>unos y a los otros</u> [...] <b>(Nosotros- la Empresa) nos dirigimos en</b></p>

	<p>la confianza de que <u>por nuestra parte pondremos todo nuestro cerebro y nuestro corazón</u> para dejar complacidos a [...]</p> <p>(Ustedes -a ustedes Público) quienes solazándose con un espectáculo ameno[...] Contribuyen a mitigar los dolores ajenos.</p> <p>(Nosotros)LA EMPRESA</p>
5.Principio de alteridad	<p><b>Los roles que se marcan enfáticamente son los siguientes:</b></p> <p>*Ellos- <u>Los obreros en huelga</u></p> <p>*Ellos- <u>Los artistas</u></p> <p>*Nosotros- <u>Los empresarios</u></p> <p>*Ustedes- <u>Los obreros y clases trabajadoras</u></p> <p>*Ustedes - <u>El público en general</u> - <u>los no obreros u otras clases</u></p>
6.Deixis (espacio-temporal)	<p><b>Espacio:</b> Teatro Hidalgo [Corchero, después Regina]</p> <p><b>Tiempo:</b> <u>Hoy Jueves 23 de Diciembre de 1920 A las 8.30 P.M</u></p>
7.Marcas de apreciación	<p><b>En las siguientes categorías léxicas:</b></p> <p><b>Sustantivos:</b> Debut! ¡Debut!</p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> Espectáculo <u>culto</u>, <u>Moral</u> e <u>instructivo</u>; situación <u>precaria</u> de los obreros huelguistas; un <u>selecto</u> programa; espectáculo <u>ameno</u>; <u>precioso</u> drama en un acto en verso <u>original</u>; la <u>preciosa</u> zarzuela en un acto y un cuadro; la <u>preciosísima</u> Zarzuela [...]</p> <p><b>Adjetivos especificativos:</b> los <u>obreros sin trabajo</u> [...]</p> <p><b>Verbos subjetivo:</b> <u>Deseosa</u> esta empresa de <u>contribuir</u> a <u>remediar</u>; [...] el <u>aplaudido</u> "Trío ¿A...L...A?" [...]</p>
8.Estereotipos	<p><i>En este caso están conformados por las frases comunes que describen el espectáculo, que ya señalamos como marcas apreciativas (ancladas a diversas categorías léxicas) y con otras a las que recurre el sujeto enunciante para llamar la atención y apelar a la buena disposición y contribución del público para la ayuda a los obreros en huelga.</i></p> <p>*Espectáculo, culto, Moral e instructivo; el precioso drama en un acto; un selecto programa, la preciosa zarzuela</p> <p>*[...] contribuir a remediar en algo la situación precaria de los obreros huelguistas de la Fabrica [...]</p> <p>*[...] los trabajadores de la Capital, quienes por solidaridad están obligados a ayudar a sus hermanos [...]</p> <p>*[...] las demás clases sociales contribuirán por humanidad, cuando menos a tenderlos la mano a los que por su deseo de mejoramiento, no tienen para comprar el pan para sus</p>

	hijos. *[...]a quienes solazándose con un espectáculo ameno, contribuyen a mitigar los dolores ajenos[...]
--	--

### FASE 3

<p><b>Descripción: Técnica: Autor:</b></p> <p><b>NO HAY IMAGEN</b></p>
--

### FASE 4

<p><b>Función: Anclaje o Relevo</b></p> <p><b>NO HAY IMAGEN</b></p>
---

### FASE 5

<p><b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b></p>
--

En este cartel, discursiva y temáticamente distinto a los anteriores, se puede observar claramente que la relación que A establece con B, es a través del principio de *alteridad*. En su rol como *Empresario A*, sujeto *Enunciante*, atiende las necesidades de B, sujeto *Interpretante* (público compuesto por obreros y otras clases sociales) a través de una temática de carácter social.

Resulta innegable que la relación que se crean entre todos los participantes: los empresarios del teatro, el conjunto de artistas que actuará, y los obreros en huelga, es a partir de un asunto político-ideológico, pues así se demuestra con la participación de obreros huelguistas en el mismo programa. B sabe que A ofrece un espacio para los trabajadores -como él- y se siente incluido, pero sobre todo obligado a ofrecer ayuda a sus pares. De tal forma, lo muestran *las personas en el discurso*, el grado de involucramiento es directo, hay un grado de aproximación estrecha.

El modo discursivo que mayormente predomina en todo el discurso es, como consecuencia, la *argumentación* pues se trata de apelar a una acción que deberá realizar B -como sujeto Interpretante- aunque también se utiliza la *exposición* con la que da a conocer -como en los otros carteles- el nombre de los artistas que actuarán y datos relevantes sobre el evento.

Otros de los recursos de gran relevancia en este discurso son las *marcas de apreciación*, ancladas a categorías léxicas como adjetivos (recurso muy utilizado en este tipo de discursos) y en este caso, aunque no se repite mucho, los verbos subjetivos apelan a la intención y condición de B como empresario.

Por otro lado, aunque en este discurso no se analizan *figuras retóricas*, observamos que algunos topoi como la *repetición*, se utiliza como una *llamada de atención* al público (ver marca apreciativa en la *categoría léxica de sustantivo*).

CARTEL No. 8

CLASIF. No. ADUCCION 3106  
FECHA 11/09/90  
PROCESO Donativo

**TEATRO SALON  
"NORIS"**

**NUEVA EMPRESA  
Situado en Jamaica**

**Director de Escena HERNAN VERA**

*Espectaculo moral propio para familias*  
**HOY Miércoles 25 DE JULIO de 1928**  
de las 4 a las 11 - Función por tandas.

**ZARZUELAS, DRAMAS, COMEDIAS Y VARIEDADES  
ELENCO ARTISTICO**

1ra. tiple cantante <b>Julia Naya</b> 1ra. tiple cómica <b>HERLINDA DEL CASTILLO.</b> 1ra. Característica <b>JULIA RASCÓN</b> 1er. actor Cómico <b>Hernan Vera</b> Galán Joven <b>F. Salinas.</b>	1ra. Actriz <b>Lupe Fragoso</b> 1ra. Dama Joven <b>CONCHITA RODRIGUEZ</b> 1er. actor <b>ENRIQUE CISNEROS</b> 1er. actor genérico <b>Rafael Hitta</b> 1er. apuntador <b>GUADALUPE RODRIGUEZ.</b>
--	--

**AL PÚBLICO**

Esta empresa habiendo observado que el público que concurre es altamente ilustrado no ha puesto reparo en contratar elementos artísticos de gran valia y presentar un espectáculo moderno y altamente moral, esperando sea de su agrado no deje favorecernos con su pequeño óbolo para que dicho espectáculo dure mucho tiempo y tenga un lugar donde divertirse con poco dinero.

LA EMPRESA,

---

**PROGRAMA**

1a tanda La bonita comedia  
**LA MONJITA**  
Fin de fiesta

2a tanda la divertida Zarzuela  
**Torear Por lo Fino**  
Fin de fiesta

3a La bonita comedia  
**SI PAPA LO MANDA**  
Fin de fiesta

4a La bonita zarzuela  
**LOS CELOS**  
Fin de fiesta

---

**GRADA 5 Cets**  
para el Viernes próximo el colosal drama socialista  
**JUAN JOSE**

**FICHA TÉCNICA**

<b>Fecha</b>	Miércoles 25 de julio de 1928
<b>Teatro</b>	TEATRO SALÓN "NORIS"
<b>Programa (obras y autor):</b>	Zarzuelas, dramas, comedias y variedades: La monjita, Torear por lo fino, Si papá lo manda, Los celos.
<b>Compañía de teatro y director:</b>	Director de escena Hernán Vera

**FASE 1**

**Cabeza:** Se anuncia el nombre del teatro salón y la nueva ubicación, así como el nombre del director de escena.

**Cuerpo:** Se da cuenta del tipo de espectáculo, la fecha, el elenco artístico y el programa. También se incluye un mensaje de la empresa que hace referencia a las consideraciones que ésta tiene la empresa hacia su público

**Pies:** Se anuncia el precio de la función y el próximo estreno.

**FASE 2**

Categoría	Ubicación textual
<b>1. Tema</b>	Función de teatro popular familiar
<b>2. Sujeto Enunciante</b>	<b>Enunciante:</b> Empresarios del Teatro Salón Noris
<b>Sujeto Interpretante</b>	<b>Interpretante:</b> Público en general que Guste de las funciones por tandas.
<b>3. Modos de organización del discurso</b>	<p><b>Exposición:</b> TEATRO SALÓN "NORIS" NUEVA EMPRESA SITUADA EN JAMAICA Director de Escena HERNAN VERA</p> <p><b>Argumentación:</b> Espectáculo moral propio para familias</p> <p><b>Exposición:</b> Hoy Miércoles 25 de julio de 1928. De las 4 a las 11 - Función por tandas ZARZUELAS, DRAMAS, COMEDIAS Y VARIEDADES ELENCO ARTÍSTICO</p> <p><b>Descripción:</b> 1ra. Tiple cantante Julia Naya 1ra. Actriz Lupe Fragoso 1ra. Tiple cómica HERLINDA EL CASTILLO 1ra. Dama joven CONCHITA RODRÍGUEZ 1ra. Característica JULIA RASCÓN 1er actor ENRIQUE CISNEROS 1er actor Cómico Hernán Vera 1er actor genérico Rafael Hitta Galán Joven F. Salinas 1er. Apuntador Guadalupe Rodríguez</p> <p><b>Argumentación:</b> AL PÚBLICO Esta empresa habiendo observado que el público que concurre es altamente ilustrado no ha puesto</p>

	<p>reparo en contratar elementos artísticos de gran valía y presentar un espectáculo moderno y altamente moral, esperando sea de su agrado no deje favorecernos con su pequeño óvulo [óvulo] para que dicho espectáculo dure mucho tiempo y tenga un lugar donde divertirse con poco dinero.</p> <p>LA EMPRESA</p> <p><b>Exposición:</b> PROGRAMA</p> <p>1ª. Tanda La bonita comedia LA MONJITA Fin de fiesta</p> <p>2ª. Tanda la divertida Zarzuela Torear Por lo Fino Fin de fiesta</p> <p>3ª. La bonita comedia SI PAPA LO MANDA Fin de fiesta</p> <p>4ª. La bonita zarzuela LOS CELOS Fin de fiesta GRADA 5 cets. Para el Viernes próximo el colosal drama socialista JUAN JOSÉ el Viernes próximo</p>
4. Personas en el discurso	<p><b>[Sujeto tácito]</b> [Nosotros] <u>Esta empresa</u> [Usted - es] <u>el público</u> que concurre es altamente ilustrado [...] y <u>tenga un lugar donde divertirse</u> con poco dinero <u>no deje de favorecernos</u> con su pequeño óvulo [...]</p>
5. Principio de alteridad	<p><b>Los roles que se encuentran aquí presentados son: Empresarios y Público</b> [El <u>público</u>, considerado por el Empresario como altamente ilustrado, y el <u>Empresario</u> visto como favorecedor]</p>
6. Deixis (espacio-temporal)	<p><b>Espacio:</b> <u>Teatro Salón Noris NUEVA EMPRESA / SITUADA EN JAMAICA</u> <b>Tiempo:</b> <u>Hoy Miércoles 25 de julio de 1928 De las 4 a las 11 - Función por tandas [...]</u> Para el <u>Viernes próximo</u> el colosal Drama socialista.</p>
7. Marcas de apreciación	<p><b>En las siguientes categorías léxicas:</b> <b>Adjetivos [de carácter evaluativo]:</b> Espectáculo <u>moral</u>; elemento artísticos de <u>gran valía</u>; un espectáculo <u>moderno</u> y <u>altamente moral</u>; drama <u>socialista</u>. <b>Adjetivo apreciativo:</b> <u>bonita</u> comedia; <u>divertida</u> Zarzuela; <u>bonita</u> comedia; <u>bonita</u> zarzuela; <u>colosal</u> <b>Verbo subjetivo:</b> público altamente <u>ilustrado</u>. <b>Adjetivo [de orden axiológico]:</b> <u>NUEVA</u></p>

	EMPRESA; <u>pequeño</u> óvulo.
8. Estereotipos	<p><b>Ubicado en las frases hechas o comunes que utilizan marcas apreciativas:</b> *Espectáculo moral propio para familias / *<u>Bonita</u> comedia; <u>divertida/ bonita</u> zarzuela; <u>bonita</u>; <u>colosal</u> drama.</p>

### FASE 3

<p><b>Descripción: Técnica: Autor:</b> <b>NO HAY IMAGEN</b></p>
---

### FASE 4

<p><b>Función: Anclaje o Relevo</b> <b>NO HAY IMAGEN</b></p>
--

### FASE 5

#### **Pre conclusión: Análisis en conjunto**

En este cartel se observa que A (sujeto *Enunciante*) utiliza recursos lingüísticos muy importantes para persuadir a B (sujeto *Interpretante*): las marcas apreciativas. Al considerar a B como un público "altamente ilustrado", A puede lograr que B se sienta incluido; aunque el repertorio que A ofrece para B no es propiamente para personas "altamente ilustradas" y por ello no necesita dar mayor información. Tratándose de un conjunto de comedias y zarzuelas, pretende simplemente ofrecer diversión. De hecho es el único recurso persuasivo que utiliza, puesto que las *marcas de apreciación*, ancladas a los sustantivos, no resultan tan importantes (van de lo bonito y gracioso).

Podemos identificar claramente cuáles son los roles que juega cada participante: el Interpretante o público familiar es favorecido por el Enunciante o Empresario. El empresario es visto como un sujeto considerado y amable, al definir al público concurrente como "altamente ilustrado" y para quien ha seleccionado un amplio programa de diversión, entre zarzuelas y comedias.

Por otro lado, el sujeto *Enunciante* hace referencia al hecho de que gracias al pago del público, la empresa puede ofrecer espectáculos divertidos; no obstante, aunque en el discurso se haga referencia a óvulo en realidad se refieren a la moneda de menor denominación en Grecia (óvulo) que era un modo de pago utilizado (equivalía a la sexta parte de un dracma=0.5) probablemente la unidad haga referencia a los 50 centavos de la entrada. También puede hacerse la referencia al óvulo, por la característica del acceso al teatro en Grecia, que en su inicio fue gratuito y después se pagaba una mínima cantidad de entrada. Finalmente, como se refiere en el cuerpo del cartel, el espectáculo es considerado propio para las familias, aunque por el horario es probable que sólo asista un público adulto.

CARTEL No. 9

**Teatro HIDALGO**  
2a. de Regina No. 52 Teléfono J 09 76  
Compañía: RICARDO MUTIO  
PRIMERA ACTRIZ: PAZ VILLEGAS

**JUEVES 6 DE NOVIEMBRE de 1930**  
DOS SELECTAS FUNCIONES DOS  
TARDE A LAS 4.30 NOCHE A LAS 8.30  
**GRAN REBAJA DE PRECIOS**  
Luneta \$1.00 Galería \$0.30

**"DON JUAN TENORIO"**

TRADICIONAL E INIMITABLE EN ESTE TEATRO

PRECIOS TARDE O NOCHE

Plata con sus entradas \$ 3.00  
Plata primera con sus entradas 1.50  
Plata segunda con sus entradas 1.00  
Plata tercera con sus entradas 0.50  
Plata de galería con sus entradas 0.30  
Luz de Profesionista 1.00  
LUNETAS GENERALES 1.00  
Asiento Numerado 1.25  
Asiento General 1.00  
Segunda Numerada 1.00  
Segunda General 0.75  
Tercera Numerada 0.50  
Tercera General 0.30  
Galería Numerada 0.30  
Galería General 0.30

Tip. "EL LIBRO DIARIO, S. A." México D. F.

FICHA TÉCNICA

Fecha	6 de noviembre de 1930
Teatro	Hidalgo
Programa (obras y autor):	Don Juan Tenorio
Compañía de teatro y director:	Compañía: RICARDO MUTIO PRIMERA ACTRIZ PAZ VILLEGAS

FASE 1

<b>Cabeza:</b> Se anuncia el nombre del teatro, de la compañía y de la primera actriz
<b>Cuerpo:</b> Está compuesto por la imagen, fecha, precios de las localidades, programa, reparto y novedades de este montaje (nuevos arreglos del teatro a inicios de la década de los años 30).
<b>Brazos:</b> Se exponen algunas razones sobre el por qué el montaje de Don Juan Tenorio, que presenta el Teatro Hidalgo, ha adquirido gran calidad y reconocimiento y por qué es considerado "El rey de los tenorios en México"
<b>Pies:</b> Se dan a conocer las localidades generales, el nombre y dirección de la casa tipográfica.

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
<b>1.Tema</b>	Función de teatro alusiva al día de muertos
<b>2.Sujeto enunciante Sujeto interpretante</b>	<b>Enunciante:</b> Teatro Hidalgo, Compañía Ricardo Mutio / Tipografía EL libro Diario <b>Interpretante:</b> Público en general [asiduo al teatro Hidalgo]
<b>3.Modos de organización del discurso</b>	<b>Exposición:</b> Teatro HIDALGO 2ª. De Regina No. 52 Teléfono J09-76 Compañía: RICARDO MUTIO PRIMERA ACTRIZ PAZ VILLEGAS JUEVES 6 DE NOVIEMBRE DE 1930 <b>Argumentación:</b> El rey de los Tenorios en México. DOS SELECTAS FUNCIONES DOS. TARDE A LAS 4.30 NOCHE A LAS 8.30 GRAN REBAJA DE PRECIOS Luneta \$ 1.00 Galería \$ 0.30 <b>Exposición:</b> PROGRAMA 1º. Obertura por la orquesta <b>Descripción:</b> 2º. El inmortal Drama de José Zorrilla, dividido en 2 partes y 7 actos: "DON JUAN TENORIO" <b>Argumentación:</b> TRADICIONAL E INIMITABLE EN ESTE TEATRO y el único que ha alcanzado el triunfo sobre los demás <b>Exposición:</b> DON JUAN

	<p>TENORIO...RICARDO MUTIO  ---Don Juan Mejía...José Carrasco  ---Don Gonzalo de Ulloa...Feliciano Rueda  ---Don Diego Tenorio...Jesús Melgarejo --  -Ciutti...Paulino Quevedo ---- El capitán Centellas...Alberto Miguel --- Don Rafael de Avellaneda...Juan Villegas ---  Buttareli...Rafael Hita ---  Escultor...Mario Romero---Alguacil 1º.  ....José Fernández ----Alguacil 2º...  Ramón Ruiz --- Doña Inés de Ulloa...  PAZ VILLEGAS --- Doña Ana de Pantoja...  Consuelo Orozco ----Doña Brígida...  Delia Palomera --- La Abadesa de las Caletrabas...  Carmen Villegas --- Lucía...  Emma Ruíz ---- La Tornera...  Lola Jiménez  Época de Carlos V. Alguaciles, Esqueletos, Embalsamador, Fantasmas, acompañamiento general.</p> <p><b>Argumentación:</b> Lujoso Vestuario. Nuevo Decorado. Bailes Fantásticos por las alumnas de la clase de Baile de la Escuela popular Nocturna de Música, dirigida por la profesora. Sra. Puchades. Transformaciones. Apariciones. Mutaciones y Gran Apoteosis de Gloria con hermosísimos juegos de luces - Todo nuevo y distinto de años anteriores donde habrá muchas sorpresas de gran visualidad que serán la confirmación de la merecida fama de ser este teatro el ÚNICO que monta y representa los Tenorios con la propiedad que requiere la obra. No deje de verlos.</p> <p><b>Exposición:</b> Título de los Actos: Primera parte: Acto 1º. Libertinaje y Escándalo, Acto 2º. Destrezas ---Acto 3º. Profanación ---- Acto 4º. El Diablo a las puertas del Cielo. Segunda parte: Acto 5º. La Sombra de Doña Inés ---Acto 6º. La Estatua de Don Gonzalo - Acto 7º. Misericordia de Dios --- Apoteosis final.</p> <p><b>Exposición:</b> PRECIOS TARDE O NOCHE  Platea con seis entradas.....\$ 9.00  Palcos primeros con seis entradas....." 7.50  Palcos segundos con seis entradas....." 6.00  Palcos Terceros con seis entradas....." 4.80  Palcos de galería con seis entradas....." 3.00  Luneta de Preferencia....." 1.50  LUNETAS GENERALES....." 1.00  Antiteatro Numerado....." 1.25  Antiteatro General....." 1.00</p>
--	--

	<p>Segundos Numerados....." 0.90  Segundos Generales....." 0.80  Terceros Generales....." 0.70  Galería Numerada....." 0.50  Galería General....." 0.30  Tip. "EL LIBRO DIARIO, S.A." Mesones 25 México. D.F</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	<p>[Tácito]  [Ella] Compañía Ricardo Mutio  [Ellas] Alumnas de la clase de baile de la Escuela popular Nocturna de Música, dirigidas por la profesora Sra. Puchades  [Usted - Público] No deje de verlos  [Nosotros-Empresarios del teatro Hidalgo]</p>
<b>5. Principio de alteridad</b>	<p>[Ellos - Compañía ] Compañía: RICARDO MUTIO  [Persona ausente en el discurso: <b>Nosotros-Empresarios del Teatro Hidalgo</b>]  [Usted- Público] No deje de verlos</p>
<b>6. Deixis (espacio-temporal)</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro HIDALGO 2ª. De Regina No. 52 Teléfono J09-76  [De la casa tipográfica] <u>Mesones 25</u> México. D.F  <b>Tiempo:</b> <u>JUEVES 6 DE NOVIEMBRE DE 1930 DOS SELECTAS FUNCIONES DOS TARDE A LAS 4.30 NOCHE A LAS 8.30</u></p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><b>Ancladas a las siguientes categorías léxicas:</b>  <b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>Lujoso</u> Vestuario; Bailes <u>Fantástico</u>; <u>TRADICIONAL E INIMITABLE</u>; El <u>inmortal</u> Drama; <u>Nuevo</u> Decorado; <u>hermosísimos</u> juegos de luces Todo <u>nuevo</u> y <u>distinto</u> de años anteriores sorpresas de gran <u>visualidad</u>.  <b>Sustantivos:</b> El <u>rey</u> de los Tenorios en México; <u>Transformaciones. Apariciones, Mutaciones</u>; y Gran <u>Apoteosis</u> de Gloria  <b>Verbos subjetivos:</b> [...] el único que <u>ha Alcanzado</u> el triunfo sobre los demás [...]</p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><i>Compuesto por las siguientes frases comunes en la publicidad de teatro:</i>  *El <i>rey</i> de los Tenorios en México  *El <i>inmortal drama</i> de José Zorrilla [...]  *<i>Tradicional e inimitable</i> en este teatro</p>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> La imagen muestra a tres hombres: dos de ellos se encuentran peleando con espadas, otro yace en el piso tirado. La escena tiene lugar en un sitio donde hay árboles y algunos arcos de fondo  <b>Técnica:</b> Grabado  <b>Autor:</b> s/a</p>
<p><b>Argumento de la obra:</b>  La acción ocurre en Sevilla, España. Don Juan es un</p>

hombre que toda su vida se ha dedicado a enamorar mujeres. La obra comienza cuando Don Juan se encuentra con Don Luis Mejía en una hostería para recordar la apuesta que habían hecho tiempo atrás: reunirse al paso de dos años para ver quién de los dos había ganado más batallas y conquistado el mayor número de mujeres. Don Juan gana la apuesta y Don Luis vuelve a retarlo para que conquiste a la única mujer que falta en su lista, una novicia. Don Juan responde que será capaz de conquistar a la novicia y de paso enamorará a la prometida de Don Luis, Doña Ana de Pantoja.

En la taberna también se encuentra Don Gonzalo de Ulloa (el comendador). Previamente el comendador ya había acordado con Don Juan que su hija, Doña Inés, contraería matrimonio con éste, una vez que tuviera la edad para hacerlo y mientras tanto estaría en un convento; sin embargo, al escuchar el desafío niega su consentimiento.

Más adelante Don Juan visita a Doña Ana y la seduce (haciéndose pasar por Don Luis); posteriormente va al convento donde se encuentra Doña Inés y la rapta. Entonces Don Luis y Don Gonzalo se enfrentan con Don Juan en un duelo y ambos mueren. Don Juan huye a Italia.

Transcurren cinco años y Don Juan vuelve a Sevilla, se entera de que Doña Inés ha muerto de amor y la visita en el cementerio. Al lado de la tumba de Doña Inés está la de su padre. Don Juan invita a Don Gonzalo a cenar y cuando Don Gonzalo está a punto de llevarse a Don Juan al infierno, Doña Inés le pide que se arrepienta por sus pecados y logra así que Dios los perdone y puedan descansar en el paraíso.

Subcategoría	Análisis
1. Personajes	Don Juan Tenorio, Don Gonzalo (el Comendador) y Don Luis Mejía
2. Acciones	Don Juan empuña una espada y da muerte a Don Luis, Don Gonzalo yace en el piso muerto, también a manos de Don Juan.
3. Situaciones	Tras el rapto de Doña Inés, Don Gonzalo busca a Don Juan para vengarse de él. Va acompañado de Don Luis, quien también se vio burlado por el conquistador. Se enfrentan con Don Juan y ambos mueren.
a) Lugar o escenografía	La escena indica que Don Gonzalo y Don Luis mueren a manos de Don Juan en la quinta de éste, por tanto la escena tiene lugar en la Quinta de Don Juan; hay arcos y algunos árboles al fondo
b) Elementos naturales	Árboles
c) Vestuario	Don Juan, el personaje que está empuñando la espada, viste jubón, gorguera y calzas. Lo mismo puede

	apreciarse en Don Luis. El vestuario del comendador no puede distinguirse, aunque al parecer en la mano izquierda trae un sombrero.
d) Atmósfera	Penumbra y muerte.
4. Discurso	Se presenta una de las escenas clave de la historia. En esta imagen se da cuenta del motivo por el que Don Juan tiene que huir y dejar a Doña Inés, hecho que desencadena la tragedia.

#### FASE 4

##### **Función: Anclaje o Relevo**

La función de la imagen aquí es de *relevo*, pues da más información con respecto a la obra que se está publicitando; es decir, complementa el mensaje lingüístico. Se muestra una escena de la que no se habla en el discurso verbal, pues en éste simplemente se hace referencia al título de la obra y a las novedades que ofrece el montaje.

#### FASE 5

##### **Pre conclusión: Análisis en conjunto**

En este cartel observamos que para el *Sujeto Enunciante* es muy importante que su *Sujeto Interpretante* conozca las novedades que con este montaje ofrece el teatro, así como el nombre de los integrantes de la compañía, por ello observamos que en este sentido predominan, como modos discursivos, la *exposición* y la *argumentación*.

Por otro lado, la preconcepción que el *Sujeto Enunciante* realiza de su *Sujeto Interpretante* es la de un público que gusta de los dramas de corte caballeresco, aderezadas con efectos especiales y con localidades económicas (cabeza del cartel) pues así lo revelan las *marcas apreciativas* en su discurso y en las *frases estereotipadas*.

Para el *Sujeto Interpretante* este tipo de obras, en las que se conjugan elementos amorosos con toques caballerescos y fuerzas sobrehumanas, han demostrado ser todo un éxito, y según lo evidencia el discurso, este montaje inaugura una nueva administración en el local; también se puede apreciar que el público que asiste al evento es ya conocido.

Cartel No. 10

MIÉRCOLES: Despedida de la Compañía  
**Teatro "HIDALGO"**  
 Empresa: PALMER-DÍAZ.

**HOY LUNES**  
 11 DE DICIEMBRE DE 1933  
 Éxito Sorprendente de  
**ESPERANZA IRIS,**  
 Y LA GRAN MARIONETES ITALIA  
 CIA. DE TÍTERES HNOS. SALICI!



**ESPECTACULO EUROPEO DE FAMA MUNDIAL.**  
 A LAS 9.15 LA REINA DE LAS OPERETAS  
**LA VIUDA ALEGRE**  
 Admirablemente cantada por los HNOS. SALICI, e interpretada magistralmente por los  
 Muñecos con Alma

**PROGRAMA:**  
 PRIMERA PARTE:-- Sinfonía por la Orquesta que dirige el maestro B. CREMASCHI.  
**ESPERANZA IRIS** La Emperatriz de la Opereta, contará como y en donde  
 estreno "LA VIUDA ALEGRE" terminando su actuación  
 con "EL ÚLTIMO COUPLET" (Canción Francesa.)  
 La Gran Sorpresa de los MARIONETTES el Estupendo Éxito  
**"La Viuda Alegre"**  
 Opereta en 1 acto y 3 cuadros, música de Franz Lehár, redacción de los Hnos. Salici.

**\* REPARTO: \***  
 Ana Clavari ..... BENILDE SALICI Rosilón ..... GINNO SALICI  
 Valencian ..... ADA SALICI Cromé ..... VICTORIO SALICI  
 Brío Leta ..... ENRIQUE SALICI Sarcada ..... ENRIQUE SALICI  
 Conde Danilo ..... EDGARDO SALICI Leló ..... EMMA SALICI  
 Nisquis ..... ADOLFO SALICI Loló ..... GINNO SALICI

Invitados, Pontenegrinos, Cristas, Bailarinas, Coro, etc. La acción se desarrolla  
 en París en 1900.

SEGUNDA PARTE:-- Esperanza Iris en "COSAS DE ESPAÑA"  
 [A] CUENTOS Y ANECDOTAS. [B] CANTOS POPULARES.

TERCERA PARTE:-- Gran Acto de Variedades POR LOS MUÑECOS MARAVILLOSOS.  
 15 Números de lo Mejor del Repertorio SALICI.

**Mañana "LA DUQUESA DEL BAL TABARIN"**  
 Una opereta montada a todo lujo  
 Éxito grandioso de la familia SALICI.  
**ESPERANZA IRIS** Estrena su admirable Interpretación  
**"La Oración de la India"**  
 Una plegaria a la virgen de Guadalupe recitada con todo  
 amor por nuestra genial artista'

**TODA LUNETETA \$1.00**  
**PRECIOS POPULARES DE ENTRADA:**  
 TODA LUNETETA ..... 1.00 Palcos Primeros ..... 0.75  
 Palcos con 6 asientos ..... 0.60 Palcos Segundos ..... 0.50  
 Galería ..... 0.25

EL AGRADO DEL PUBLICO DE BUEN GUSTO SON LAS CERVEZAS  
**Bohemia, - Carta Blanca, - Monterrey y KLOSTER.**  
 Los Cuatro Tipos de Mayor Consumo.

FICHA TÉCNICA

Fecha	11 de diciembre de 1933
Teatro	Teatro Hidalgo
Programa (obras y autor):	La viuda alegre, Espectáculo de Marionetas italianas de los Hnos. Salici, Cosas de España (cantos, cuentos y anécdotas) y variedades.
Compañía de teatro y director:	Empresa Palmer -Díaz.- Hnos. Salici, Esperanza Iris.

FASE 1

<b>Cabeza:</b> Se da el aviso sobre la despedida de la compañía en este teatro. Posteriormente el nombre del local y el de la agrupación artística, así como una breve parte del repertorio y la fotografía de la primera actriz y directora.
<b>Cuerpo:</b> Se presenta el repertorio y el nombre de algunos intérpretes del espectáculo que se ofrecerá el día de la función.
<b>Pies:</b> se anuncian los precios de todos los lugares y se anuncian los patrocinadores.

FASE 2

Categorías	Ubicación textual
1.Tema	Función de teatro, marionetas, zarzuelas y operetas
2.Sujeto enunciante Sujeto interpretante	<b>Enunciante:</b> Empresa Palmer-Díaz <b>Interpretante:</b> Público en general
3.Modos de Organización del discurso	<b>Exposición:</b> MIÉRCOLES: Despedida de la Compañía! Del TEATRO "HIDALGO" Empresa PALMER DIAZ HOY LUNES 11 de DICIEMBRE DE 1933. <i>Imagen</i> <b>Argumentación:</b> Éxito sorprendente de ESPERANZA IRIS, Y LA GRAN CÍA. DE Marionetes italianos Títeres Hnos. Saligi ESPECTACULO EUROPEO DE FAMA MUNDIAL <b>Descripción:</b> A las 9 -15 LA REINA DE LAS OPERETAS LA VIUDA ALEGRE Admirablemente cantada por los Hnos. Salici, e interpretada magistralmente por los Muñecos con Alma <b>Exposición:</b> PROGRAMA PRIMERA PARTE:- Sinfonía por la orquesta que dirige el maestro B. CREMASCHI. <b>Argumentación:</b> ESPERANZA IRIS la

	<p>emperatriz de la opereta contara como y en dónde estrenó “LA VIUDA ALEGRE” terminando con su actuación con “EL ÚLTIMO COUPET” (Canción Francesa)</p> <p><b>Argumentación:</b> La gran sorpresa de los MARIONETTES el Estupendo Éxito “La Viuda Alegre”</p> <p>Opereta en 1 acto y en 3 cuadros, música de Franz Lehar, reducción de los Hnos. Salici.</p> <p><b>Exposición:</b> REPARTO</p> <p>Ana Clavari.....BENILDE SILICI Valuncian.....ADA SALICI Baron Leta.....ENRIQUE SALICI Conde Danilo.....EDGARDO SALICI Ningus.....ADOLFO SALICI Rosillon.....GINNO SALICI Cromoff.....VICTORIANO SILICI Sancada.....ENRIQUE SALICI Lulú.....EMMA SALICI Loló.....GINNO SALICI</p> <p><b>Exposición:</b> Invitados, Pontegrinos, Crisetas, bailarinas coro etc. La acción se desarrolla en París en 1900.</p> <p><b>Exposición:</b> SEGUNDA PARTE:- Esperanza Iris en “COSAS DE ESPAÑA”</p> <p><b>Descripción:</b> CUENTOS Y ANÉCDOTAS CANTOS POPULARES</p> <p>Tercera parte:- Gran acto de variedades por los muñecos maravillosos</p> <p><b>Argumentación:</b> 15 Números de los mejor del repertorio Salici</p> <p><b>Exposición:</b> MAÑANA “LA DUQUESA DE BAL TABARIN”</p> <p><b>Argumentación:</b> Una opereta montada a todo lujo. Éxito grandioso de la familia SALICI</p> <p><b>Argumentación:</b> ESPERANZA IRIS Estrena su admirable interpretación “La oración de la India” Una plegaria a la virgen de Guadalupe recitada con todo amor por nuestra genial artista</p> <p><b>Exposición:</b> TODA LUNEA \$1 00</p> <p>Precios populares de entrada</p> <p>Toda luneta .....1 00 Plateas con 6 asientos.....6 00 Palcos primeros.....0 75 Palcos segundos.....0 50 Galería .....0 25</p> <p><b>Argumentación:</b> AL AGRADO DEL PÚBLICO DE BUEN GUSTO SON LAS CERVEZAS Bohemia Carta Blanca Moterrey y Kloster</p> <p>Los cuatro tipos de mayor consumo.</p>
--	--

<b>4. Personas en el discurso</b>	<p><b>[Sujeto tácito - Persona ausente]</b></p> <p><b>[El]</b> Teatro Hidalgo y <b>[La]</b> Empresa Palmer- Díaz [son quienes anuncian tanto la despedida de la compañía, como el programa que se ofrece el día lunes 11 de diciembre de 1933]</p> <p><b>[Ustedes]</b> El buen público [identificado De forma directa por los patrocinadores] El agrado del público de buen gusto son las cervezas Bohemia, Carta Blanca, Monterey y Kloster</p>
<b>5. Principio de alteridad</b>	<p><b>Empresarios:</b> [El] Teatro Hidalgo y [La] Empresa Palmer-Díaz</p> <p><b>Público:</b> El buen público [Identificado así por los patrocinadores]</p> <p><b>Patrocinadores:</b> El agrado del público de buen gusto son las cervezas Bohemia, Carta Blanca, Monterey y Kloster.</p>
<b>6. Deixis espacio-temporal</b>	<p><b>Espacio:</b> <u>TEATRO “HIDALGO”</u> [2da de Regina]</p> <p><b>Tiempo:</b> <u>HOY LUNES 11 de DICIEMBRE DE 1933</u></p> <p><b>Tiempo:</b> <u>MIERCOLES:</u> Despedida de la Compañía [...]; Mañana: “La Duquesa del Bal Tabarin.</p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><i>En las siguientes categorías léxicas:</i></p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> ESPECTACULO EUROPEO <u>DE FAMA</u></p> <p><b>Adverbio de modo:</b> <u>Admirablemente</u> cantada; interpretada <u>magistralmente</u>;</p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>Gran</u> acto de variedades; Números de los <u>mejor</u> del repertorio; Una opereta montada <u>a todo lujo</u>; Éxito <u>grandioso</u> de la familia SALICI <u>admirable</u> interpretación; LAS CERVEZAS [...] <u>de mayor consumo</u>; Éxito <u>sorprendente</u></p> <p><b>Adjetivos apreciativos:</b> LA <u>REINA DE LAS OPERETAS</u>; PÚBLICO DE <u>BUEN GUSTO</u></p> <p><b>Adjetivos (no axiológicos)</b> CANTOS POPULARES; LA VIUDA ALEGRE;</p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><i>Ubicada en las siguientes frases comunes elaboradas por los publicistas y algunas otras ancladas a símbolos religiosos:</i></p> <p>*Al agrado del público de buen gusto son las cervezas [...]</p> <p>*Una plegaria a la virgen de Guadalupe</p> <p>*[...] recitada con todo amor por nuestra genial artista</p>

### FASE 3

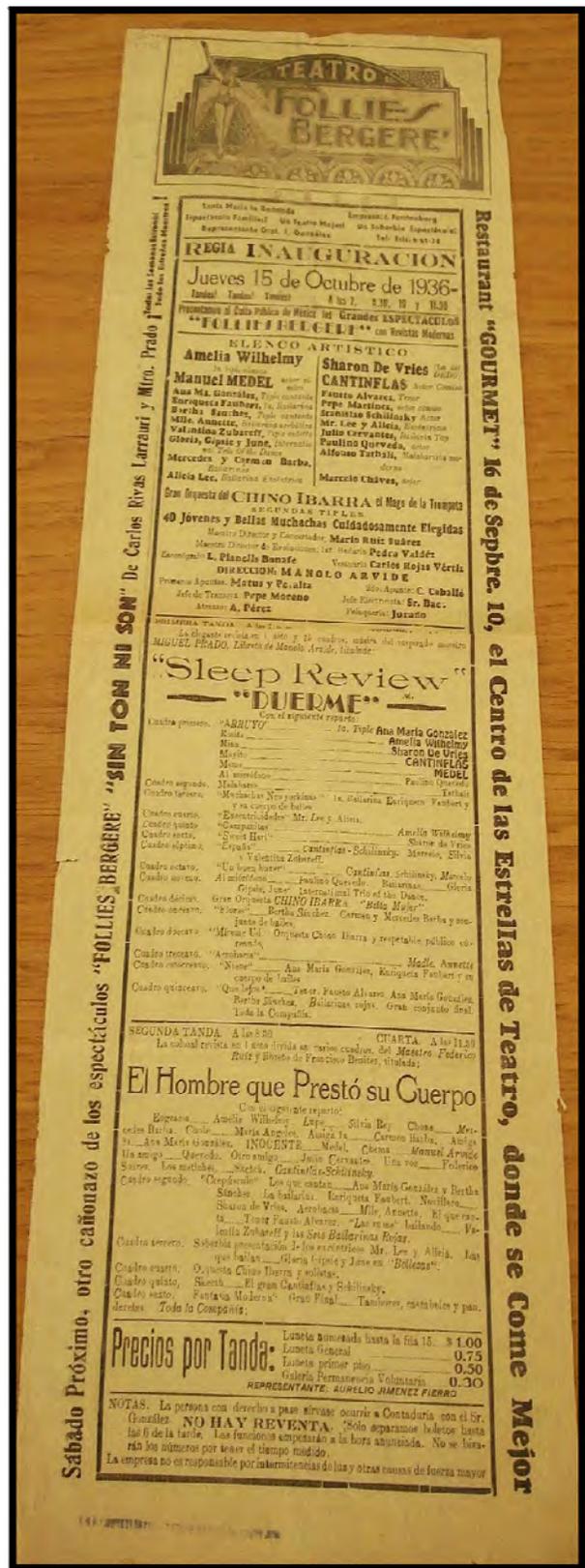
<b>Descripción:</b> Se presenta la imagen de Esperanza Iris. La posición es en tres cuartos, en blanco y negro. <b>Técnica:</b> Fotografía <b>Autor:</b> s/a	
Subcategoría	<b>Análisis</b>
<b>1.Personajes</b>	Esperanza Iris
<b>2.Acciones</b>	Esperanza Iris sonríe ampliamente
<b>3.Situaciones</b>	La actriz simplemente se encuentra
a) Lugar o escenografía	Primer plano, se encuentra el rostro de la actriz y de fondo hay cortinas.
b)Elementos naturales	
c)Vestuario	La actriz porta un sombrero de charro en color claro, bordado con grecas y flores de diversos colores. Viste blusa bordada con flores y en los hombros puede percibirse que trae un sarape de colores. Su rostro se encuentra enmarcado por dos grandes arracadas con piedras grandes.
d)Atmósfera	Festiva
<b>4.Discurso</b>	Esperanza Iris posa en una fotografía caracterizada como intérprete de música ranchera mexicana. La simbología que se maneja aquí es la del nacionalismo mexicano

### FASE 4

<b>Función: Anclaje o Relevo</b>
En este cartel, la imagen de Esperanza Iris cumple la función de <i>Anclaje</i> , pues está reforzando lo que se expone en el mensaje lingüístico. De lado izquierdo se nombra a la actriz y su espectáculo como la parte estelar del programa que ofrece el teatro Hidalgo para la función de la fecha del 11 de diciembre, y de lado izquierdo se muestra el rostro.

### FASE 5

<b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b>
El asunto que se destaca casi a lo largo de todo el discurso es la participación de la actriz Esperanza Iris, considerada como una de las mejores exponentes de la opereta (en este caso la participación de la actriz está acompañada de la de la Compañía de Títeres italiana). El <i>modo del discurso</i> que predomina en este caso es el <i>argumentativo</i> , pues éste permite al sujeto <i>Enunciante</i> (empresario Palmer Díaz) convencer al sujeto <i>Interpretante</i> (Público en general que guste de las actuaciones de Esperanza Iris y de las funciones de títeres), de que el espectáculo que ofrece es variado además de ser altamente reconocido por otros públicos en el extranjero, pues en la <i>exposición</i> del repertorio se destaca que los números que se ofrecen han alcanzado fama en otros lugares. Esto también se puede observar en el uso de las <i>marcas apreciativas</i> ubicadas sobre todo en <i>categorías léxicas</i> como los <i>adjetivos evaluativos</i> . Las <i>personas en discurso</i> se encuentran ausentes, no obstante puede identificarse perfectamente quién emite el discurso y a quién va dirigido. También se aprecia la relación que establecen los patrocinadores (cervecerías) a través también de algunas <i>frases hechas</i> o <i>estereotipadas</i> . Aquí se utilizan también algunos <i>elementos simbólicos</i> de <i>corte religioso</i> . Se hace mención a la oración dirigida a la <i>Virgen de Guadalupe</i> que recitará la actriz principal, en caracterización de "india". De esta forma el <i>sujeto Enunciante</i> considera que este elemento simbólico puede ser también altamente persuasivo para el sujeto <i>Interpretante</i> , porque además se dice que la recitación será interpretada con todo amor para el sujeto <i>Interpretante</i> .



<b>Fecha</b>	15 de octubre de 1936
<b>Teatro</b>	Follies Bergere
<b>Programa (obras y autor):</b>	Revistas modernas Espectáculo en tandas Primera tanda: Revista "Sleep Review" (Duerme)/Libreto de Manolo Arvide Segunda tanda: "Revista El hombre que prestó su cuerpo" / Libreto de Francisco Benítez.
<b>Compañía de teatro y director:</b>	Director y concertador: Mario Ruíz Suárez Director de evoluciones Pedro Valdés Escenógrafo L. Planells Bonafé Vestuario: Carlos Rojas Vertiz Dirección Manolo Arvide

FASE 1

<b>Cabeza:</b>	Se da a conocer el nombre del teatro, el de la empresa, representante, teléfono del teatro y fecha
<b>Cuerpo:</b>	Se da a conocer el programa y el elenco correspondiente
<b>Brazos:</b>	Se anuncian los próximos estrenos
<b>Pies:</b>	Se informa sobre los precios por tanda. Posteriormente se da a conocer el nombre del representante y una nota de advertencia ante las posibles fallas que puedan interferir la función

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
<b>1.Tema</b>	Función de teatro popular. Espectáculo de Inauguración: variedades y revistas por tandas en las que figuran artistas cómicos como Medel, Cantinflas y Amelia Wilhelmy.
<b>2.Sujeto enunciante</b>	<b>Sujeto enunciante:</b> Teatro Follies Bergere, Empresa A.J. Furstenberg. <b>Sujeto Interpretante:</b> Público en general, que guste de espectáculos revisteriles [como los que ofrecía el Follies].
<b>3.Modos de organización del</b>	<b>Exposición:</b> TEATRO FOLLIES BERGERE Santa María la Redonda /Empresa A J. Furstenberg <b>Argumentación:</b> Espectáculo familiar Un Teatro mejor Un soberbio Espectáculo! <b>Exposición:</b> Representante Gral. J. González Tel. Eric 6- 61-34 <b>Descripción:</b> REGIA INAUGURACIÓN <b>Exposición:</b> Jueves 15 de Octubre de 1936 <b>Argumentación:</b> Tandas! Tandas! Tandas! A las 7. 8.30, 10 y 11:30 Presentamos al Culto Público de México

<b>discurso</b>	<p>los Grandes ESPECTÁCULOS "FOLLIES BERGERE" con Revistas Modernas</p> <p><b>Descripción:</b> ELENCO ARTÍSTICO          Amelia Wilhelmy, 1era. tiple cómica          Sharon de Vries (la del DEDO)          Manuel Medel, actor cómico          Cantinflas, Actor cómico          Ana M. González, tiple cantante          Fausto Álvarez, tenor          Enriqueta Faubert, primera bailarina          Pepe Martínez, actor cómico          Bertha Sánchez, tiple cantante          Stanislao Schilinsky, Actor          Mlle Annette, bailarina acrobática          Mr. Lee y Alicia, Excéntricos          Valentina Zubareff, tiple vedette          Julio Cervantes, Bailarín Tap          Gloria, Gipsie y June, international          Paulino Quevedo, actor: Trío of the dance          Mercedes y Carmen Barba, Bailarinas          Alfonso Tathali, malabarista Moderno          Alicia Lee, Bilarina Exéntrica          Marcelo Chávez, actor          Gran Orquesta del CHINO IBARRA el Mago de la Trompeta</p> <p><b>Argumentación:</b> Segundas TIPLES 40 Jóvenes y Bellas Muchachas Cuidadosamente elegidas</p> <p><b>Exposición:</b> Maestro Director y Concertador:          Mario Ruiz Suárez          Maestro Director de Evoluciones: 1er. Bailarín Pedro Valdés          Escenógrafo L. Planenells Bonafe          Vestuario: Carlos Rojas Vertíz          DIRECCIÓN: MANOLO ARVIDE          Primero Apuntes: Matus y Peralta          2do. Apunte: C. Caballé          Jefe de Tramoya: Pepe Moreno Jefe Electricista: Sr. Baez          Atrezzo: A. Pérez Peluquería: Jurado</p> <p><b>PRIMERA TANDA A las 7 p.m</b></p> <p><b>Descripción:</b> La elegante revista en 1 acto y 15 cuadros, música del inspirado maestro          MIGUEL PRADO, Libreto de Manolo Arvide, titulada: "Sleep Review" DUERME</p> <p><b>Exposición:</b> Con el siguiente reparto:          Cuadro primero "ARRUYO" ....1ª. Tiple Ana María González          Rosita.....Amelia Wilhelmy          Mina.....Sharon de Vries          Mayito.....Cantinflas          Meme.....Medel          Al micrófono.....Paulino Quevedo          Cuadro segundo          Malabares.....Tathali</p>
-----------------	---

	<p>Cuadro tercero          "Muchachas Newyorkinas" 1ª bailarina Enriqueta Flaubert y su cuerpo de baile</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro cuarto          "Excentricidades"          Mr. Lee y Alicia          Cuadro quinto          "Campanitas" .....Amelia Wilhelmy          Cuadro sexto "Sweet Hart "Sharon de Vries</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro séptimo          "España" .....Cantinflas-Schilinsky, Marcelo, Silvia Velentina y Zubareff</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro octavo "Un buen bóxer"...Cantinflas, Schilinsky, Marcelo</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro noveno          Al micrófono.....Paulino Quevedo          Bailarinas...Gloria Gipie y June          International Trío of the Dance</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro décimo Gran Orquesta          CHINO IBARRA. "Bella Mujer"          Cuadro onceavo "Flores"...Bertha Sánchez, Carmen, Mercedes Barba y conjunto de bailes.</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro doceavo "Míreme UD."          Orquesta Chino Ibarra y respetable público coreando.</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro treceavo          "Acrobacia" .....Madle. Annette</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro catorceavo          "Nieve" .....Ana María González, Enriqueta Faubert y su cuerpo de baile.          Cuadro quinceavo "Qué lejos"          ...Tenor, Fausto Álvarez, Ana María González, Bertha Sánchez, Bailarinas rojas, Gran conjunto final. Toda la Compañía.</p> <p><b>Exposición:</b> SEGUNDA TANDA A las 8:30 CUARTA A las 11:30</p> <p><b>Descripción:</b> La colosal revista en un acto dividida en varios cuadros, del Maestro Federico Ruiz y libreto de Francisco Benítez, titulada:          El Hombre que Prestó su Cuerpo</p> <p><b>Exposición:</b> Con el siguiente reparto:          Engracia....Amelia Wilhelmy/          Lupe...Silvia Rey/Chona...Mercedes Barba/Chole...María Ángeles/Amiga 1ª...Carmen Barba /Amiga 2ª...Ana María González/Inocente...Medel/Chema...Manuel Arvide/Un amigo...Quevedo/Otro amigo...Julio Cervantes/Una voz...Federico Suárez/ Los metiches...Sketch Cantinflas Schilinsky</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro segundo          "Crepúsculo"</p>
--	---

	<p>Los que cuentan...Ana María González y Bertha Sánchez / La bailarina...Enriqueta Faubert / Novillero...Sharon de Vries / Acrobacia...Mle, Annette / El que canta...Tenor Fausto Álvarez / Las rusas bailando...Valentín Zubareff y las seis Bailarinas Rojas.</p> <p><b>Descripción:</b> Cuadro Tercero Soberbia presentación de los excéntricos Mr. Lee y Alicia. Las que bailan...Gloria Gippie y June en "Bellezas"</p> <p><b>Exposición:</b> Cuadro cuarto Orquesta Chino Ibarra y solistas</p> <p><b>Descripción:</b> Cuadro quinto Sketch...El gran Cantinflas y Schilinsky</p> <p>Cuadro sexto Fantasía moderna Gran Final...Tambores, cascabeles y pandereta (toda la compañía)</p> <p><b>Exposición - Descripción:</b> [Brazos / Izq.] Sábado Próximo, otro cañonazo de los espectáculos "FOLLIES BERGERE" SIN TON NI SON" De Carlos Rivas Larrauri y Mtro. Prado. Todas las semanas estrenos. Todos los estrenos Maestros.</p> <p><b>Argumentación:</b> [Brazo / der.] Restaurant "Gourmet" 16 de septiembre, 10, el Centro de las Estrellas de Teatro, donde se Come Mejor.</p> <p><b>Exposición:</b> Precios por tanta: Luneta numerada hasta la fila 15.....\$1.00 Luneta general.....0.75 Luneta primer piso.....0.50 Galería Permanencia voluntaria.....0.30 REPRESENTANTE: AURELIO JIMÉNEZ FIERRO</p> <p><b>Argumentación:</b> NOTAS: La persona con derecho a pase sírvase ocurrir a Contaduría con el Sr. González. No HAY REVENTA. Sólo separamos boletos hasta las 6 de la tarde. Las funciones empezarán a la hora anunciada. No se bizarán los números por tener el tiempo medido. La empresa no es responsable por intermitencias de luz y otras causas de fuerza mayor.</p>
4. Personas en el discurso	<p>[Tácito]</p> <p>[Nosotros - Empresarios] Presentamos a [Ustedes] al Culto Público de México los Grandes ESPECTÁCULOS "FOLLIES BERGERE" con Revistas Modernas</p>
5. Principio de alteridad	<p>[Nosotros- Empresarios] Presentamos [...]Representante Gral. J. González [Ustedes] al Culto Público de México los Grandes ESPECTÁCULOS "FOLLIES BERGERE" con Revistas Modernas [...] Espectáculo familiar</p>

	<p><u>Empresarios -Público</u></p>
6. Deixis (espacio-temporal)	<p><b>Espacio:</b> TEATRO FOLIES BERGERE [Santa María la Redonda; Empresa A J.] Furstenberg. Tel. Eric 6- 61-34</p> <p><b>Tiempo:</b> <u>Jueves 15 de Octubre de 1936</u> A las <u>7. 8.30, 10 y 11:30</u></p>
7. Marcas de apreciación	<p><b>En las siguientes categorías lingüísticas</b></p> <p><b>Adjetivos apreciativos:</b> Espectáculo familiar; <u>Culto</u> Público de México; música del <u>inspirado</u> maestro.</p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> Un teatro <u>mejor</u>; Un <u>soberbio</u> Espectáculo!; <u>REGIA</u> INAUGURACIÓN <u>Grandes</u> ESPECTÁCULOS "FOLLIES BERGERE"; Revistas <u>Modernas</u> <u>Gran</u> Orquesta del CHINO IBARRA Muchachas <u>Cuidadosamente Elegidas</u> La <u>elegante</u> revista en 1 acto y 15 cuadros;</p> <p><u>Soberbia</u> presentación de los excéntricos Mr. Lee y Alicia; Restaurant "Gourmet" [...] donde se Come Mejor.</p> <p><b>Sustantivo mejorativo:</b> Sábado Próximo, otro <u>cañonazo</u> de los espectáculos "FOLLIES BERGERE"</p>
8. Estereotipos	<p><b>Identificados en las frases comunes que se utilizan en los anuncios que refieren a espectáculos de corte revisteril.</b></p> <p>En este casos se ubican en las oraciones en las que se utilizan las marcas apreciativas, sobre todo las que corresponden a los adjetivos evaluativos y que permiten al sujeto enunciante asignar un valor considerable a su evento. Por ejemplo:</p> <p>*<u>Grandes</u> ESPECTÁCULO</p> <p>* <u>Gran</u> Orquesta</p> <p>* La <u>elegante</u> revista</p> <p>*<u>Soberbia</u> presentación</p>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> No hay. Sólo al inicio se enmarca el nombre del teatro con la figura de una mujer , vestida con ropa de espectáculo</p> <p><b>Técnica:</b> Dibujo</p> <p><b>Autor:</b> s/a</p>	
Subcategorías	Análisis
1. Personajes	<p>No se especifica personaje alguno, simplemente se muestra el dibujo de una mujer, puede ser una bailarina o tiple.</p>
	<p>La mujer que se presenta está de pie y tiene los brazos extendidos de forma</p>

<b>2. Acciones</b>	inclinada, presentando el letrero del teatro. A primera vista pareciera que el cuerpo es parte del letrero, como un elemento tipográfico más. Las plumas que se enganchan a la parte baja de su traje forman parte de una de las figuras que acompañan al cartel, como si fuese parte del mismo, aunque los pies se encuentran delante de ello y permiten apreciar la figura en primer plano.
<b>3. Situaciones</b>	
a) Lugar o escenografía	Fachada del nuevo teatro [Letrero]
b) Elementos naturales	
c) Vestuario	La mujer viste un traje semejante al de las rumberas de los cabarets, aunque no está compuesto por camisola de olanes, sino simplemente por un sostén y un diminuto bikini. La cola, semejante a una serpiente de olanes y tul de las rumberas, aquí se ve sustituida por un armazón amplio como polsón del que sobresalen amplias plumas artificiales.
d) Atmósfera	Festiva
<b>4. Discurso</b>	Vestida con traje de espectáculo, la mujer que aparece en la imagen tiene una connotación cultural que remite a los espectáculos de cabaret de los años 30 y 40 en México.

#### FASE 4

<b>Función: Anclaje o Relevo</b>
La imagen que se presenta complementa el mensaje lingüístico; es decir ofrece más información de la que se ofrece en este primer mensaje. De esta forma la función es de <i>Relevo</i> .

#### FASE 5

<b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b>
Podemos observar que en cuanto a presentación predomina el <i>modo discursivo expositivo</i> , puede apreciarse que lo más importante es dar a conocer el programa y el reparto, dado que se trata de la inauguración del local y que los artistas están considerados ya como uno de los grandes exponentes del teatro cómico popular. De esta forma, el simple hecho de dar a conocer el nombre del actor o de la actriz, está garantizando la asistencia del público. Los <i>adjetivos evaluativos</i> se centran en el tipo de repertorio, y en el tipo de montaje que ofrecen los empresarios. La consideración que realiza el <i>sujeto Enunciante</i> [Compañía A.J. Furstenberg] de su <i>Interpretante</i> [público en general, que guste de espectáculos revisteriles como los que ofrecía el Follies y otros locales semejantes en los años 30 y 40] es la de un público culto y amplio conocedor.

Cartel No. 12


  
 C. D. Donativo, Espectáculos y Alfonso Brito

**TEATRO COLONIAL**

San Juan de Letrán 63 Tel. Ericsson 13-46-53  
 CON SUS REVISTAS SIN IGUAL.  
 EL ESPECTACULO POPULAR DE MEXICO.

**ALFONSO BRITO PRESENTA**

A su Gran Compañía con las Mejores Revistas de México donde triunfan los mejores Actores Cómicos:

**PALILLO**  
 CHICHO y la popular ELISA BERUMEN y nuestras primeras tipleas  
 RAYITO DE ORO, DEBORA Z. BRAVO, CELIA VIVEROS, HNAS. SEVILLA, ROSITA ORTEGA, HNAS. MARLEN.  
 La formidable Pareja de Baile: ALEX-BERTITA.  
 El notable Trompetista CHINO IBARRA, los Actores J. SOTO MAYOR, BRAVO SOSA, CHATO MAZA; El tenor ANTONIO PALET y el Ballet compuesto por VEINTE JOVENES BELDADES.  
 Director de Escena: ARTURO AVILA.  
 Maestro Director: EMILIO D. URANGA.  
 Directores de Evoluciones RODOLFO AREU y PEDRO VALDEZ.

**Hoy Domingo 28 de JULIO de 1940**  
 Dos Funciones Tarde y Noche  
 Sigue el Exito Arrollador de "PALILLO"

Tarde a las 4 en punto  
**"Novedades 1940"**  
**"Pura Música"**  
 ESTRENO ESTRENO ESTRENO  
**La Marcha del Tiempo**  
 PRECIOS PARA LA TARDE  
**\$ 0.80 Toda Luneta**  
 A las 7:30 p. m.  
 Exito de la Revista de Brito, Pando y Uranga, con maquetas de albalat:  
**"Bazar Internacional"**  
 Por el celebre actor cómico "PALILLO", RAYITO DE ORO, ELISA BERUMEN, CELIA VIVEROS, DEBORA Z. BRAVO, ALEX-BERTITA, ANTONIO PALET, SOTO MAYOR, GANDOLIN, BRAVO SOSA, CHATO MAZA y el BALLET AREU.

A las 8:30 y 11,00 p. m.  
 ESTRENO ESTRENO ESTRENO  
 De la colosal revista de Brito Gandolin y Uranga, con escenarios de Albalat:  
**"La Marcha del Tiempo"**  
 Regio Debut de las Hnas. Maklen y Hnas. Sevilla con Don Chicho, Celia Viveros, Elisa Berumen, Rayito de Oro, Debora Z. Bravo, Rosita Ortega, Antonio Palet, Soto Mayor, Bravo Sosa; El Chato Maza y el Ballet que dirige Pedro Valdez.

A las 9:45 p m y A las 12. p m  
 EXITO EXITO EXITO  
 De la Formidable Revista de Brito, Gandolin y Uranga  
**"PURA MUSICA"**  
 Por nuestro Máximo Actor Cómico "PALILLO" con RAYITO DE ORO, CELIA VIVEROS, ELISA BERUMEN, DEBORA Z. BRAVO, LA PAREJA DE BAILE ALEX BERTITA, ROSITA ORTEGA, AREU, SOTO MAYOR, PALET, BRAVO SOSA, EL CHATO y el BALLET AREU.

Precio para 2 Grandes Revistas  
**\$ 0.80 Toda Luneta**

**CASA GUTIERREZ**  
 El eco de los Plumíferos.  
 Personal competente en la reparación de plumas fuentes y lapiceros.  
 Compra, Cambio, Vendo, Ocasión. Prente a la Flor de México Bolívar 40.  
 Imp. "El Libro Diario" S. de R. L. Mesones 25, Méx.

FICHA TÉCNICA

Teatro	Teatro Colonial (Carpa)
Fecha	Domingo 28 de Julio de 1940
Compañía de teatro y director:	Alfonso Brito y su compañía de Revistas de México
Programa	Revistas: "Novedades 1940", "Pura música", "La marcha del tiempo", "Bazar Internacional".

FASE 1

Cabeza: Se anuncia el nombre, la dirección del teatro y la característica del tipo de repertorio que ofrece.
Cuerpo: Se da a conocer el repertorio, las fechas, el reparto y los precios (combinados)
Pies: Anuncio de los patrocinadores

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
1.Tema	Función de teatro de variedades
2.Sujeto enunciante	Enunciante: Teatro Colonial Alfonso Brito y su compañía de revistas de México / Tipografía "El libro Diario"
Sujeto interpretante	Interpretante: Público popular de la Ciudad de México [que guste de las funciones de teatro en tandas y del espectáculo de cómicos y tipleas]
3.Modos de organización del discurso	Exposición: Espectáculos Alfonso Brito TEATRO COLONIAL San Juan de Letrán 63 - Tel. Ericsson 13 46-53 Argumentación: CON SUS REVISTAS SIN IGUAL EL ESPECTÁCULO POPULAR DE MÉXICO ALFONSO BRITO PRESENTA A su Gran Compañía con las Mejores Revistas de México donde triunfan los mejores Actores Cómicos: PALILLO CHICHO y la popular ELISA BERUMEN y nuestras primeras tipleas Exposición: RAYITO DE ORO, DEBORA Z. BRAVO, CELIA VIVEROS, HNAS. SEVILLA, ROSITA ORTEGA, HNAS. MARLEN Descripción: La formidable Pareja de Baile: ALEX-BERTITA; El notable Trompetista CHINO IBARRA Exposición: los Actores, J. SOTO MAYOR, BRAVO SOSA, CHATO MAZA; El tenor ANTONIO PALET y el Ballet compuesto por VEINTE JÓVENES BELDADES.

	<p><b>Exposición:</b> Director de Escena: ARTURO ÁVILA Maestro Director: EMILIO D. URANGA. Directores de Evoluciones RODOLFO AREU y PEDRO VALDEZ</p> <p><b>Argumentación:</b> Hoy Domingo 28 de JULIO de 1940. Dos Funciones Tarde y Noche. Sigue el Éxito Arrollador de "PALILLO" Tarde a las 4 en punto "Novedades 1940" "Pura Música" ESTRENO ESTRENO ESTRENO La Marcha del Tiempo</p> <p><b>Argumentación:</b> PRECIOS PARA LA TARDE \$0.80 Toda Luneta A las 7.30 y 11:00 p.m ESTRENO ESTRENO ESTRENO De la colosal revista de Brito Gandolín y Uranga, con escenarios de Albalat: "La Marcha del Tiempo"</p> <p><b>Descripción:</b> Regio Debut de las Hnas. Marklen y Hnas. Sevilla con Don Chicho, Celia Viveros, Elisa Berumen, Rayito de Oro, Debora Z. Bravo: Rosita Ortega; Antonio Palet: Soto Mayor; Bravo Sosa; El Chato Maza y el Ballet que dirige Pedro Valdez</p> <p><b>Argumentación:</b> A las 9:45 p.m. y a las 12 p.m. ÉXITO ÉXITO ÉXITO De la Formidable Revista de Brito, Gandolín y Uranga "PURA MÚSICA" Por nuestro Máximo Actor Cómico "PALILLO"</p> <p><b>Exposición:</b> con RAYITO DE ORO, CELIA VIVEROS, ELISA BERUMEN, DEORA Z, BRAVO, LA PAREJA DE BAILE ALEX Y BERTITA, ROSITA ORTEGA; ARBEU, SOTO MAYOR, PALET, BRAVO SOSA, EL CHATO Y BALLEAU AREU. Precio para 2 grandes Revistas \$ 0.80 Toda Luneta</p> <p><b>Argumentación:</b> CASA GUTIÉRREZ El coco de los Plumíferos Personal competente en la reparación de plumas fuentes y lapiceros.</p> <p><b>Exposición:</b> Compro, Cambio, Vendo, Ocasión. Frente a la Flor de México, Bolívar 40 Imp. "El Libro Diario" S. de R.L. Mesones 25 Méx.</p>
<p><b>4. Personas en el discurso</b></p>	<p>[Sujeto tácito] [Nosotros-Empresario y Compañía] ALFONSO BRITO PRESENTA A su Gran Compañía con las Mejores Revistas de México CHICHO, la popular ELISA BERUMEN y</p>

	<p><u>nuestras</u> primeras tiples ; <u>nuestro</u> Máximo Actor Cómico Palillo [Ustedes- Público] EL ESPECTÁCULO POPULAR DE MÉXICO [Yo- Patrocinador] CASA GUTIÉRREZ El coco de los Plumíferos [...] <u>Compro, Cambio, Vendo, Ocasión.</u> Frente a la Flor de México, Bolívar 40</p>
<p><b>5. Principio de alteridad</b></p>	<p>[Nosotros -Sujeto enunciante: Empresario y Compañía ] ALFONSO BRITO PRESENTA A su Gran Compañía con las Mejores Revistas de México donde triunfan los mejores Actores Cómicos: PALILLO CHICHO y la popular ELISA BERUMEN y <u>nuestras</u> primeras tiples [Usted] Público popular [Yo- Patrocinador] CASA GUTIÉRREZ El coco de los Plumíferos <u>Compro, Cambio, Vendo, Ocasión.</u> Frente a la Flor de México, Bolívar 40</p>
<p><b>6. Deixis (espacio-temporal)</b></p>	<p><b>Espacio:</b> <i>TEATRO COLONIAL</i> San Juan de Letrán 63; CASA GUTIÉRREZ El coco de los Plumíferos[...] Frente a la Flor de México, Bolívar 40; [De la casa impresora del cartel] Imp. El libro Diario Mesones 25</p> <p><b>Tiempo:</b> Hoy Domingo 28 de JULIO de 1940. Dos Funciones Tarde y Noche Tarde a las 4 en punto "Novedades 1940 PRECIOS PARA LA TARDE A las 7.30 y 11:00 p.m. ESTRENO ESTRENO ESTRENO [...] A las 9:45 p.m. y a las 12 p.m [...]</p>
<p><b>7. Marcas de apreciación</b></p>	<p><i>En las siguientes categorías léxicas</i> <b>Adjetivos evaluativos:</b> Espectáculos Alfonso Brito [...] CON SUS REVISTAS SIN IGUA ALFONSO BRITO PRESENTA A su Gran Compañía con las Mejores Revistas de México donde triunfan los mejores Actores Cómicos: PALILLO CHICHO, la popular ELISA BERUMEN y <u>nuestras primeras tiples</u>; la formidable Pareja de Baile: ALEX-BERTITA; El notable Trompetista CHINO IBARRA [...] y el Ballet compuesto por VEINTE JÓVENES BELDADES; Sigue el Éxito Arrollador de "PALILLO; Regio Debut de las Hnas. Marklen y Hnas. Sevilla; [...] la Formidable Revista de Brito, Gandolín y Uranga "PURA MÚSICA" Por nuestro Máximo Actor Cómico "PALILLO". Precio para 2 grandes Revistas \$0.80 Toda Luneta; Personal competente en la reparación de plumas fuentes y lapiceros. <b>Sustantivos:</b> EL ESPECTÁCULO</p>

	POPULAR DE MÉXICO: <u>ESTRENO ESTRENO ESTRENO</u> <u>ÉXITO ÉXITO ÉXITO</u> CASA GUTIÉRREZ: El <u>coco</u> de los Plumíferos
8. Estereotipos	Se ubican en las frases hechas que eran utilizada con frecuencia para hacer alusión a los espectáculos de corte revisteril y cómico, y que se ubican en algunas marcas apreciativas:  *Regio debut; Grandes revistas; Revistas sin igual; Máximo actor

### FASE 3

<b>Descripción:</b> Se presentan dos imágenes, una que parece ser parte del mensaje lingüístico que se encentra en la cabeza del cartel. Éste representa algunos edificios de la Ciudad de México. La otra imagen es la caricatura del cómico “Palillo”	
<b>Técnica:</b> Caricatura	
<b>Autor:</b> s/a	
Subcategoría	<b>Análisis</b>
1. Personajes	Jesús Martínez Palillo
2. Acciones	Palillo hace una mueca de asombro. Tiene los ojos muy abiertos, las cejas levantadas y la boca entreabierta.
<b>3. Situaciones</b>	
a) Lugar o escenografía	La imagen que acompaña el mensaje lingüístico de la cabeza del cartel representa algunos edificios de la ciudad de México. Al centro se encuentra el boceto de la cúpula del palacio de Bellas Artes, a su lado derecho las dos torres de los campanarios de la Catedral Metropolitana y de lado izquierdo, también las dos torres de la Iglesia de San Hipólito. Al fondo del lado izquierdo se encuentra la cúpula del Monumento a la Revolución. Todos los anteriores edificios emblemáticos en esta época de la Ciudad del México.
b) Elementos naturales	-----
c) Vestuario	Palillo viste el clásico paliacate atado al cuello (que después adoptaría Cantinflas) y viste una camisa de manta.
d) Atmósfera	Cosmopolita y festivo.
4. Discurso	La imagen que parece ser parte del mensaje lingüístico, correspondiente a la cabeza del cartel, ubica espacialmente al lector y da sentido al título, al mostrar la imagen de la Ciudad de México como parte de la

	escenografía del teatro. De esta forma el título “Teatro Colonial”, hace referencia a la arquitectura que aún conservan algunos edificios del centro de la Ciudad de México.  La segunda imagen muestra la caricatura del actor Jesús Martínez “Palillo”, justo a un lado de su mote, en una de las típicas expresiones que solían caracterizarle en escena.
--	--

### FASE 4

<b>Función: Anclaje o Relevo</b>
Ambas imágenes funcionan como <i>anclaje</i> ; es decir, refuerzan el sentido del mensaje lingüístico. La primera se presenta como parte complementaria del mensaje del cartel y la segunda como referencia al mote del mismo actor a quien representa.

### FASE 5

<b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b>
Estamos ante un ejemplo de discurso en el que lo más importante son los personajes a los que se hace alusión. El <i>Sujeto Enunciante</i> [ <u>Alfonso Brito</u> , <u>Compañía</u> y la casa tipográfica <u>El libro Diario</u> ] utiliza como formas de expresión en su discurso la <i>exposición</i> , al dar a conocer los nombres de los participantes de la puesta en escena y después destaca las cualidades de los personajes, a través de la <i>descripción</i> , para con esto <i>argumentar</i> sobre la importancia del evento y persuadir a los sujetos <i>Interpretantes</i> [Público popular de México que guste de los espectáculos de Revista y en un horario muy amplio] para que asista al evento.  Lo anterior también lo podemos ver en las <i>marcas apreciativas</i> que el <i>Sujeto Enunciante</i> utiliza en el discurso, sobre todo lo que corresponde a los <i>adjetivos evaluativos</i> , y también se puede observar en la construcción de frases <i>estereotipadas</i> [y más aún las figuras que componen el reparto que de cierta forma ya funcionan para ésta época como estereotipos de la cultura popular].  Podemos decir que a través de la lectura de este discurso es evidente en A, el conocimiento sobre los gustos de B y que los recursos que utiliza le hacen crear una imagen de su <i>sujeto Interpretante</i> y una forma de dirigirse.

Cartel No. 13



FICHA TÉCNICA

Fecha	Viernes 31 de Octubre de 1941
Teatro	Follies (LÍRICO)
Programa (obras y autor):	El tenorio mágico Adaptación, del Moral Espectáculo del mago Fu-Manchú
Compañía de teatro y director:	Director el mago e ilusionista Fu-Manchú (David Bamberg)

FASE 1

<b>Cabeza:</b> Se da a conocer el nombre del teatro y como si fuese parte del mismo, el nombre de artístico del actor, que da pie al tipo de espectáculo.
<b>Cuerpo:</b> Se anuncia la fecha de la obra, las funciones y los horarios. Más abajo, se da cuenta del repertorio y se dan a conocer los personajes de la obra.
<b>Pies:</b> Se anuncian las localidades

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
1. Tema	Función de teatro [Espectáculo cómico-mágico]
2. Sujeto enunciante	<b>Enunciante:</b> Teatro Follies [Empresarios] Tipografía El libro Diario
Sujeto interpretante	<b>Interpretante:</b> Público en general
	<p><b>Exposición:</b> Teatro FOLLIES FU MANCHU Viernes 31 de Octubre de 1941</p> <p><b>Descripción:</b> 2 GRANDES FUNCIONES 2 Moda a las 7 y Noche a las 9 45 p.m.</p> <p><b>Exposición:</b> POR PRIMERA VEZ SE PRESENTA EN MÉXICO LA OBRA ARREGLADA POR EL DEL MORAL TITULADA "EL TENORIO MÁGICO"</p> <p><b>Argumentación:</b> SUPER ESPECTÁCULO DE GRAN APARATO EN 10 CUADROS ¡¡UN ALARDE DE LUJO Y MAGNIFICENCIA ORIENTALES JAMÁS VISTOS!! PUESTO EN ESCENA POR EL GENIO FU-MANCHU</p> <p><b>Exposición:</b> PROGRAMA MONSTRUO Obertura por la Orquesta 50 MINUTOS DE MAGIA ORIENTAL, POR EL MAGO DE ASIA FU-MANCHU Intermedio</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>SINFONÍA DE ULTRATUMBA</li> <li>EL TENORIO MÁGICO</li> <li>LA VENGANZA</li> <li>LOS APUROS DE DON JUAN</li> <li>EL CONVENTO</li> </ol>

	<p>6. NO ES VERDAD ANGEL DE MI AMOR</p> <p>7. LA CENA</p> <p>8. DON JUAN EN EL CASTILLO DE LOS FANTASMAS</p> <p>9. EL CEMENTERIO DE DON JUAN</p> <p>10. EL INFIERNO</p> <p>11. DON JUAN ENTREGA SU ALMA AL DIABLO</p> <p>12. APOTESOSIS FIN</p> <p><b>Descripción:</b> ESQUELETOS, FANTASMAS, ESPÍRITUS Y MONSTRUOS INFERNALES, PERSONAJES EN ESCENA. LA SOMBRA DE DON JUAN, DON JUAN TENORIO - DOÑA INÉS - DON LUIS MEJÍA - EL COMENDADOR - UNA PRINCESITA CHINA - LA ESTATUA - EL DIABLO FANTASMAS -, ESPÍRITUS Y MONSTRUOS INFERNALES</p> <p><b>Exposición:</b> PRECIOS DE ENTRADA  LUNETA PREFERENCIA.....\$ 1.50  LUNETA....." 1.00  ANFITEATRO....."0.75  GALERIA....." 0.50  Tipografía "El libro Diario" Mesones Méx.</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	[Ausente]
<b>5. Principio de alteridad</b>	[Ausente en el discurso]
<b>6. Deixis espacio-temporal</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro FOLLIES POR PRIMERA VEZ SE PRESENTA EN MÉXICO LA OBRA TITULADA "EL TENORIO MÁGICO"</p> <p><b>Tiempo:</b> Viernes 31 de Octubre de 1941  Moda a las 7 y Noche a las 9 45 p.m.</p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p><b>Ubicados en las siguientes categorías léxicas:</b></p> <p><b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>SUPER</u>  ESPECTÁCULO DE <u>GRAN APARATO</u>;  PUESTO EN ESCENA POR EL <u>GENIAL</u>  FU-MANCHU</p> <p><b>Sustantivo mejorativo anclado a su vez a un adjetivo evaluativo y verbo subjetivo:</b>  ¡¡UN <u>ALARDE</u> DE LUJO Y  <u>MAGNIFICENCIA</u>;  ORIENTALES  <u>JAMÁS VISTOS!</u></p> <p><b>Sustantivo mejorativo:</b> PROGRAMA <u>MONSTRUO</u></p>
<b>8. Estereotipos</b>	<p><i>Construidos a través de frases hechas comunes para anunciar un tipo de espectáculo de magia y efectos especiales en teatro:</i></p> <p>*SUPER ESPECTÁCULO DE GRAN APARATO</p> <p>*ESPÍRITUS y MONSTRUOS INFERNALES</p>

### FASE 3

<b>Descripción:</b> NO HAY IMAGEN	
<b>Técnica:</b> -----	
<b>Autor:</b> -----	
Subcategoría	Análisis
<b>1. Personajes</b>	
<b>2. Acciones</b>	
<b>3. Situaciones</b>	
a) Lugar o escenografía	
b) Elementos naturales	
c) Vestuario	
d) Atmósfera	
<b>4. Discurso</b>	

### FASE 4

<b>Función: Anclaje o Relevo</b>
No hay imagen; no obstante, la tipografía refuerza el carácter de la obra, pues simula ser tipografía oriental.

### FASE 5

<b>Pre conclusión: Análisis en conjunto</b>
<p>A través de este texto podemos observar que no hay personas en el discurso directamente; no obstante, la consideración del <i>Enunciante</i> [Empresarios del teatro Follies] hacia su <i>Interpretante</i> [Público en general] se observa en la exposición del evento, a través del uso de estrategias persuasivas ubicadas en las <i>marcas de apreciación</i> (en la categoría léxica de los adjetivos).</p> <p>En cuanto al <i>repertorio</i>, la obra del Tenorio es un drama clásico que desde tiempo atrás había captado el interés del gran público. En este caso, el montaje adaptado por el ilusionista Fu-Manchú resulta ser muy atractivo, dada la fama que adquirió ya para este momento el mago. Lo interesante en este cartel es el tipo de repertorio que se ofrece, que más que un drama trágico se convierte en un espectáculo semejante a los que se interpretaban en los circos y jacalones.</p>

DESDE EL VIERNES CON NOSOTROS....  
**"CANTINFLAS"**  
 EL COMICO MAXIMO DE LAS AMERICAS  
 en persona: Ahí está el Destalle....

GRAN TEATRO  
**ESPERANZA IRIS**  
 Teléf. no. Ericsson 13-23-32 y L-87-06

Hoy Jueves 11 de Noviembre de 1943  
 Moda a los 7 p. m. Noche 9.45 p. m.

EXITO DE LA CIA. DE ATRACCIONES DE TODA AMERICA

**Paco MILLER**  
 El Primer Ventriloco del Mundo  
 Y su Genial Creación

**Don ROOQUE**  
 Que presenta al público de México su  
 Nueva y Gran Compañía de  
 Atracciones Internacionales



**AGUSTIN LARA**  
 El Genial Músico Poeta con su Gran  
 Orquesta de 20 Solistas, presentando  
**TROPICAL**  
 con la brillante actuación del Fa-  
 raón del Cante Afro-cubano

**MIGUELITO VALDEZ**  
 Y sus Bongoseros

**LA PANCHITA**  
 Reina Joven de la canción Ranchera  
 con el inspirado compositor vernáculo

**Tata Nacho**  
 Y su RONDALLA MEXICANA  
 de 40 Músicos

**Mercedes Caraza**  
 La Soprano de México

**Los Calaveras**  
 Trovadores Mexicanos de Fama  
 Internacional

**María Victoria**  
**Lupita Alday y Paulette**

ATRACCIONES AMERICANAS:

**HEALY AND MACK**, Barristas de Chicago  
**MARCO Y ROMOLA**, Bailarines de New York  
**EDITHE AND DOROTHY** Campeonas de Patinaje de Fantasia  
**IRINA ZAROVA**, Escultural Bailarina Rusa  
**LIONEL & ELEANOR** Los Monteros bailarines del BALL ROOM  
**RUDY CARDENAS** **MECHE BARBA**  
**RUDY & CHARLES**  
 BALLET FRANCÉS de Mme, NESLE DAMBRE  
 BALLET MEXICANO de PEDRO VALDEZ

**TIN TAN**  
 Un cómico que no se parece a nadie "Nuevo "AS" del Teatro Mexicano  
 Los últimos Sucesos de la Magia Mundial

**PACO MILLER**  
 Presenta la maravillosa visión Mágica  
**"EL RAYO FANTASMA"**  
 Suceso de Exito Mundial

Y para final de este Grandioso Espectáculo, presentación de la Extraor-  
 dinaria Acuarela Folklorica Mexicana  
**"Bajo el Cielo de Jalisco"**  
 Con la Panchita, Los Calaveras, Nicanor, María Victoria, Paulette,  
 Meche Barba, Rudy and Charles y 40 Bailarines.

**PRECIOS DE ENTRADA**

Luneta numerada hasta la fila J	\$5.00
Luneta numerada desde la fila K	4.00
Plateas de 3, 4, 5 y 6 asientos a razón	3.00 asiento
Luneta Alta	2.50
Palcos de Luneta Alta a razón de	2.00 asiento
intercolumnios de 8 asientos	36.00
Todo primer piso	18.00
Palcos de 1er. piso de 6 asientos	9.00
Palcos de 2do. piso de 6 asientos	6.00
Todo segundo piso	3.00
Primero y Segundo piso, Primeras y Segundas	1.00

Están a la venta en Taquilla las localidades para el debut de Cantinflas

FICHA TÉCNICA

<b>Fecha</b>	JUEVES 11 de noviembre de 1943
<b>Teatro</b>	Esperanza Iris
<b>Programa (obras y autor):</b>	Paco Miller (ventríloco) y Don Roque, en "El rayo fantasma" Agustín Lara "El músico-poeta" Miguelito Valdés y sus bongoseros "Bajo el cielo de Jalisco" La panchita, Reyna Joven de la canción Ranchera Tata Nacho y su rondalla mexicana Mercedes Caraza "La soprano de México" Los calaveras "Trovadores Mexicanos de Fama Internacional" María Victoria, Lupita Alday y Paulette Atracciones americanas (barristas de Chicago y bailarines de New York) Bailarina rusa, patinadores Rudy Cárdenas Meche Barba EL Ballet Francés de Mme, Nesle Dambre El Ballet mexicano de Pedro Valdez Tin Tan, cómico "Nuevo as del Teatro Mexicano" El rayo fantasma
<b>Compañía de teatro y director:</b>	No se define propiamente, aunque se hace mención a la Cía. de atracciones de toda América de Don Paco Miller

FASE 1

<b>Cabeza:</b>	el encabezado es el anuncio de un actor (Cantinflas) después el nombre del teatro, los teléfonos del mismo la fecha y hora de la función.
<b>Cuerpo:</b>	El programa de la tarde con todo su reparto y las variedades
<b>Brazos:</b>	-----
<b>Pies:</b>	precios de las entradas

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
<b>1.Tema</b>	Función de teatro (Música, bailes, espectáculo cómico y actuación de ventríloco)
<b>2.Sujeto enunciante</b> <b>Sujeto interpretante</b>	<b>Enunciante:</b> Gran Teatro Esperanza Iris [Empresarios] <b>Interpretante:</b> Público en general [ público de México-como se refiere en el Cuerpo del cartel]
<b>3.Modos de</b>	<b>Argumentación:</b> DESDE EL VIERNES CON NOSOTROS..."CANTINFLAS" El cómico máximo de las Américas en persona Ahí está el destalle <b>Exposición:</b> Gran teatro ESPERANZA IRIS Teléfonos. Ericsson 13-23-32 y L- 87-06 <b>Exposición:</b> Hoy jueves 11 de noviembre

organiza- ción	de 1943 Moda a las 7 pm. Noche 9 45.pm
	<p><b>Argumentación:</b> ÉXITO DE LA CIA. DE ATRACCIONES DE TODA AMERICA Paco Miller El primer ventríloco del mundo y su genial creación DON ROQUE</p> <p>Que presenta al público de México su nueva y gran compañía de atracciones internacionales</p> <p><b>Descripción:</b> AGUSTIN LARA El genial músico poeta con su gran orquesta de 20 solistas, presentado TROPICAL Con las brillante actuación del faraón del cante afro- cubano MIGUELITO VALDEZ y sus bongoseros</p> <p><b>Descripción:</b> LA PANCHITA Reina joven de la canción Ranchera con el inspirado compositor vernáculo</p> <p><b>Exposición:</b> Tata Nacho Y su RONDALLA MEXICANA de 40 músicos MERCEDES CARAZA La soprano de México Los Calaveras Trovadores mexicanos de fama internacional María Victoria Lupita Alday y Paulette ATRACCIONES AMERICANAS: HELY AN MACK, Barristas de chicago MARCO Y ROMOLA. Bailarines de New York EDITHE AND DOROTHY, Campeonas de patinaje de fantasía IRINIA ZAROVA, Escultural Bailarina Rusa LIONEL AND ELEANOR, Los monteros bailarines del ball room RUDY CADENAS, MECHE BARRA &amp; RUDY CHARLES BALLEET FRANCES DE Mme. NESLE AMBRE BALLEET MEXICANO DE Pedro Valdez</p> <p><b>Argumentación:</b> TIN TAN Un cómico que no se parece a nadie Nuevo "AS" del teatro mexicano Los últimos Sucesos de la magia Mundial PACO MILLER Presenta la maravillosa visión mágica "EL RAYO FANTASMA" Suceso de éxito mundial</p> <p><b>Argumentación:</b> Y para el final de este grandioso espectáculo presentación de la extraordinaria acuarela Folklórica mexicana "BAJO EL CIELO DE JALISCO" Con la Panchita, Los calaveras Nicanor María Victoria Paulette meche barba, Rudy and charles y 40 bailarines.</p> <p><b>Exposición:</b> PRECIOS DE ENTRADA Luneta numerada hasta la fila j \$ 5 00 Luneta numerada desde la fila K 4 00 Plateas 3,4,5 y 6 asientos a ratón 5 00 Luneta alta 2 50 Palcos de luneta alta a razón</p>
del	
discurso	

	<p>de intercolumnios de 6 asientos 6 00 Todo primer piso 2 50 Palcos de 1er. piso de seis asientos 6 00 Palcos de 2do. piso de 6 asientos 6 50 Todo segundo piso 0 78</p> <p><b>Exposición:</b> Primero y segundo piso permanencia voluntaria. Están a la venta en taquilla las localidades para el debut de Cantinflas. Impr. El libro diario</p>
4. Personas en el discurso	<p>[Nosotros - Empresarios del teatro Esperanza Iris] DESDE EL VIERNES <u>CON NOSOTROS "CANTINFLAS"</u> [Ustedes - Público] Paco Miller [...] Que presenta al público de México su nueva y gran compañía de atracciones internacionales</p>
5. Principio de alteridad	<p>[Nosotros - Empresarios del teatro Esperanza Iris] DESDE EL VIERNES <u>CON NOSOTROS "CANTINFLAS"</u> [Ustedes - Público] Paco Miller [...] Que presenta al público de México su nueva y gran compañía de atracciones internacionales</p>
6. Deixis (espacio- temporal)	<p><b>Espacio:</b> Gran Teatro Esperanza Iris [Donceles] Teléfonos. Ericsson 13-23-32 y L- 87-06 <b>Tiempo:</b> Hoy <u>jueves 11 de noviembre de 1943 Moda a las 7 pm. Noche 9 45.pm</u></p>
7. Marcas de apreciación	<p><i>En la siguiente categorías léxicas:</i></p> <p><b>Adjetivos Evaluativos</b> ÉXITO DE LA CIA. DE ATRACCIONES <u>DE TODA AMERICA</u>; Paco Miller El <u>primer ventríloco del mundo</u> y su <u>genial creación</u> DON ROQUE; [...]su <u>nueva y gran compañía</u> de atracciones internacionales; CANTINFLAS El <u>cómico máximo</u> de las Américas ; AGUSTIN LARA El <u>genial músico poeta</u> con su <u>gran</u> orquesta de 20 solistas, presentado TROPICAL con <u>las brillante actuación</u> del <u>faraón</u> del cante afro-cubano [...]; LA PANCHITA <u>Reina joven</u> de la canción Ranchera con el <u>inspirado compositor</u> vernáculo Tata Nacho; Los Calaveras Trovadores mexicanos de <u>fama Internacional</u>; IRINIA ZAROVA, <u>Escultural Bailarina</u>; TIN TAN Un cómico que no se parece a nadie <u>Nuevo "AS"</u> del teatro mexicano; PACO MILLER Presenta la <u>maravillosa</u> visión mágica "EL RAYO FANTASMA"; Suceso de <u>éxito mundial</u>; Y para el final de este <u>grandioso</u> espectáculo; presentación de la <u>extraordinaria</u> acuarela Folklórica mexicana "</p>

<b>8.Estereo- tipos</b>	<p>Están representados por casi todas las frases hechas que se ubican en las marcas apreciativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Escultural bailarina</li> <li>*[...] de fama internacional</li> <li>*Éxito mundial</li> <li>*Grandioso espectáculo, etc.</li> </ul>
-----------------------------	---

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> Todo el cartel es en color azul y tiene 3 fotografías en el mismo tono; la primera muestra el rostro sonriente de un hombre, a su lado la imagen un muñeco. La siguiente fotografía muestra a un hombre serio de perfil con la mirada fija en algún punto y la última fotografía es de una mujer con el rostro de tres cuartos mirando sonriente y porta un sombrero ancho</p> <p><b>Técnica:</b> Caricatura y Fotografía</p> <p><b>Autor:</b> Encargados de la caricatura y el diseño del cartel la Tip. El libro Diario</p>	
Subcategoría	Análisis
<b>1.Personajes</b>	Paco Miller y su muñeco Don Roque, Agustín Lara y María de los Ángeles Muñoz "La Panchita".
<b>2.Acciones</b>	
<b>3.Situaciones</b>	
a)Lugar o escenografía	
b)Elementos naturales	
c)Vestuario	<p>En la caricatura Paco Miller viste un Frac, propio para ventrílocuos o magos (aunque sólo se alcanza a ver el moño y parte del saco), el muñeco tiene un moño atado al cuello.</p> <p>Agustín Lara se muestra en la fotografía con un clásico traje oscuro y corbata, la postura es en <math>\frac{3}{4}</math> y se le aprecia serio, como en otras fotografías.</p> <p>De la cancionera sólo se puede apreciar el sombrero típico de charro y un traje o vestido con figuras simétricas en cuello v.</p>
d)Atmósfera	Festiva
<b>4.Discurso</b>	

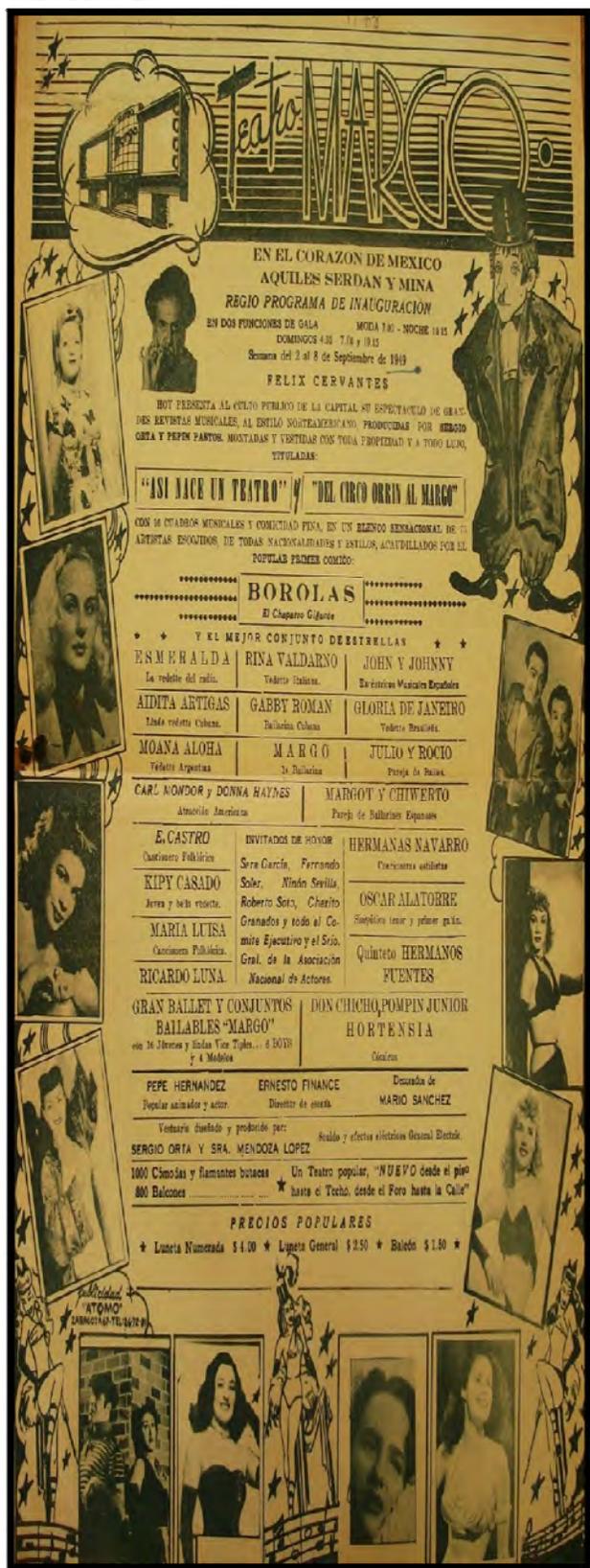
### FASE 4

<p><b>Función: Anclaje o Relevo</b></p> <p>La imágenes que se muestran aquí se encuentran particularmente Ancladas al nombre de los mismos personajes a quienes representan, por lo tanto su función es precisamente ésa, la de reforzar el mensaje lingüístico.</p>
--

### FASE 5

<p><b>Pre conclusión: Análisis en conjunto:</b></p> <p>La fórmula que utiliza el <i>sujeto Enunciante</i> [Empresaria y actriz Esperanza Iris] es dar a conocer, a través de la <i>exposición</i>, los nombres de las estrellas mencionando sus atributos o aspectos por los que han sido reconocidos en el medio de la farándula. En este caso las <i>marcas apreciativas</i> ayudan a que se refuerce tal intención, a través también de la <i>argumentación</i> como modo discursivo. De esta forma podemos observar la intención del <i>sujeto Enunciante</i> al reconocer que, tanto el repertorio que ofrece, como los nombres de las estrellas [que ya forman parte del repertorio de teatro de revistas] son del gusto del sujeto Interpretante, además de ser ampliamente reconocidos en el mundo de la farándula y del teatro cómico como así lo hace evidente.</p> <p>Por otro lado, el <i>Enunciante</i> resalta ampliamente la participación de estrellas internacionales (bailarines de New York, barristas de Chicago, el faraón del cante Afro-cubano, etc.), que alternan al mismo tiempo con estrellas nacionales. Aquí el ritmo afrocubano alterna con la música ranchera y el bolero nostálgico de Lara.</p>
--

Cartel No. 15



FICHA TÉCNICA

Fecha	Semana del 2 al 8 de septiembre de 1949
Teatro	Teatro Margo
Programa (obras y autor):	Regio programa de inauguración: -“Nace un teatro” -“Del circo Orrín al Margo” -Otros espectáculos de tipo norteamericano
Compañía de teatro y director:	Director: FELIX CERVANTES Director de escena: Ernesto Finance Decorador: Mario Sánchez Vestuarista: Sra. Mendoza López Productor: Sergio Orta y Pepín Pastor

FASE 1

<b>Cabeza:</b>	Se presenta el nombre del teatro, su dirección, los horarios y las fechas de la función y el nombre del Empresario. Posteriormente se da a conocer el tipo de programa que se ofrecerá en la semana de estreno.
<b>Cuerpo:</b>	Se da a conocer el nombre de los artistas y el tipo de espectáculo que ofrecerán en el montaje.
<b>Brazos:</b>	Están compuestos por un conjunto de imágenes de diversos artistas que componen el espectáculo
<b>Pies:</b>	Se anuncian el nombre de los productores, directores, los precios, la publicidad impresora del cartel y al final hay algunas imágenes de actores que aparecerán en los montajes.

FASE 2

Categoría	Ubicación textual
1.Tema	Inauguración de Teatro-carpa Margo
2.Sujeto enunciante	Enunciante: Félix Cervantes / Publicidad “Átomo”
Sujeto interpretante	Interpretante: Público de la capital
3.Modos de organización del	Exposición: Teatro Margo EN EL CORAZÓN DE MÉXICO AQUILES SERÁN Y MINA Argumentación: REGIO PROGRAMA DE INAUGURACIÓN EN DOS FUNCIONES DE GALA MODA 7:00 - NOCHE 10:15 DOMINGOS 4:30 - 7:00 Y 10:15 Exposición: Semana del 2 al 8 de Septiembre de 1949 Argumentación: FÉLIX CERVANTES HOY PRESENTA AL CULTO PÚBLICO DE LA CAPITAL SU ESPECTÁCULO DE GRANDES REVISTAS MUSICALES, AL ESTILO NORTEAMERICANO, PRODUCIDAS POR SERGIO ORTA Y PEPÍN PASTOR, MONTADAS Y

<b>discurso</b>	<p>VESTIDAS CON TODA PROPIEDAD Y A TODO LUJO, TITULADAS: "CÓMO NACE UN TEATRO" y "DEL CIRCO ORRÍN AL MARGO"</p> <p><b>Descripción:</b> CON 16 CUADROS MUSICALES Y COMICIDAD FINA, EN UN ELENCO SENSACIONAL DE 75 ARTISTAS ESCOJIDOS, DE TODAS NACIONALIDADES Y ESTILOS, ACAUDILLADOS POR EL POPULAR PRIMER CÓMICO: BOROLAS El chaparrito Gigante Y EL MEJOR CONJUNTO DE ESTRELLAS</p> <p><b>Descripción:</b> ESMERALDA La vedette del radio RINA VALDARNO Vedette Italiana JOHB T JOHNNY Excéntricos musicales Españoles AIDITA ARTIGAS: Linda vedette Cubana GABBY ROMÁN: Bailarina Cubana GLORIA DE JANEIRO Vedette Brasileña MOANA ALOHA Vedette Argentina MARGO 1ª. Bailarina JULIO Y ROCÍO Pareja de Bailes CARL MONDOR Y DONNA HAYNES Atracción y Americana MARGOT Y CHIWERTO Pareja de Bailarines Españoles</p> <p><b>Descripción:</b> E. CASTRO Cancionero Folklórico HERMANAS NAVARRO Cancioneras estilistas KIPY CASADO Joven y bella vedette OSCAR ALATORRE Simpático tenor y primer galán MARÍA LUISA Cancionera Folklórica OSCAR ALATORRE Simpático tenor y primer galán RICARDO LUNA Quinteto HERMANOS FUENTES GRAN BALLETO Y CONJUNTOS BAILABLES ""MARGO" con 16 Jóvenes lindas Vice Tiples...6 BOYS y 4 Modelos DON CHICHO, POMPIN JUNIOR HORTENSIA Cómicos</p> <p><b>Exposición:</b> INVITADOS DE HONOR Sara García, Fernando Soler, Ninón Sevilla, Roberto Soto, Charito Granados y todo el Comité Ejecutivo y el Srío. Gral. De la Asociación Nacional de Actores.</p> <p><b>Exposición:</b> PEPE HERNÁNDEZ Popular animador y actor; ERNESTO FINANCE Director de escena Decorados de MARIO SÁNCHEZ Vestuario diseñado y producido por: SERGIO ORTA Y SRA. MENDOZA LÓPEZ</p>
-----------------	---

	<p><b>Argumentación:</b> Sonido y efectos eléctricos General Electric</p> <p><b>Argumentación:</b> Un Teatro popular, "NUEVO desde el piso 800 Balcones...hasta el Techo, desde el Foro hasta la Calle"</p> <p><b>Argumentación:</b> PRECIOS POPULARES</p> <p>Luneta Numerada.....\$4.00 Luneta General.....2.50 Balcón.....1.50 Publicidad "Átomo" Zaragoza 67 Tel: 26-72-81</p>
<b>4. Personas en el discurso</b>	<p>[Sujeto tácito]</p> <p>[ÉI] FÉLIX CERVANTES HOY PRESENTA [...] <u>SU ESPECTÁCULO</u> [USTED-ES] AL CULTO PÚBLICO DE LA CAPITAL</p>
<b>5. Principio de alteridad</b>	<p>[Empresario] FÉLIX CERVANTES HOY PRESENTA [Público] AL <u>CULTO PÚBLICO DE LA CAPITAL SU ESPECTÁCULO</u> [El elenco-de carácter internacional] EN UN <u>ELENCO SENSACIONAL DE 75 ARTISTAS ESCOJIDOS, DE TODAS NACIONALIDADES Y ESTILOS</u></p>
<b>6. Deixis (espacio-temporal)</b>	<p><b>Espacio:</b> Teatro Margo EN EL CORAZÓN DE MÉXICO <u>AQUILES SERDÁN Y MINA</u> Un Teatro popular, "NUEVO desde el piso...hasta el techo <u>CULTO PÚBLICO DE LA CAPITAL</u> Publicidad "Átomo" Zaragoza 67 Tel: 26-72 -81</p> <p><b>Tiempo:</b> DOS FUNCIONES DE GALA <u>MODA 7:00 - NOCHE 10:15</u> <u>DOMINGOS 4:30 - 7:00 Y 10:15</u> Semana del 2 al 8 de Septiembre de 1949 FÉLIX CERVANTES HOY PRESENTA AL CULTO PÚBLICO [...]</p>
<b>7. Marcas de apreciación</b>	<p>En las siguientes categorías léxicas:</p> <p><b>Sustantivos:</b> Teatro Margo EN EL <u>CORAZÓN DE MÉXICO</u> <b>Adjetivos evaluativos:</b> <u>REGIO</u> PROGRAMA DE INAUGURACIÓN EN DOS <u>FUNCIONES DE GALA</u>; FÉLIX CERVANTES HOY PRESENTA AL <u>CULTO PÚBLICO DE LA CAPITAL SU ESPECTÁCULO DE GRANDES REVISTAS MUSICALES</u>; [...]MONTADAS VESTIDAS CON <u>TODA PROPIEDAD Y A TODO LUJO</u>; CON 16 CUADROS MUSICALES Y <u>COMICIDAD FINA</u>, EN UN <u>ELENCO SENSACIONAL</u>; JOHB T JOHNNY <u>Excéntricos musicales</u>;</p> <p><b>Adjetivos apreciativos:</b> Borolas el <u>chaparrito Gigante</u>; AIDITA ARTIGAS:</p>

	<p><u>Linda vedette</u> Cubana KIPY CASADO  <u>Joven y bella vedette</u> OSCAR ALATORRE <u>Simpático tenor</u> y Primer galán; OSCAR ALATORRE <u>Simpático tenor</u> y primer galán; PEPE HERNÁNDEZ <u>Popular animador</u> y Actor; Un <u>Teatro popular</u>, "NUEVO desde el piso...hasta el Techo; <u>PRECIOS POPULARES</u>  <b>Verbos subjetivos:</b> <u>ACAUDILLADOS POR EL POPULAR PRIMER CÓMICO:</u> BOROLAS; 75 ARTISTAS ESCOJIDOS</p>
8.Estereotipos	<p><b>Construidos a través de las frases comunes que al mismo tiempo utilizan como recurso las marcas apreciativas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Culto público</li> <li>*Joven y bella vedette, simpático tenor, popular animador, precios populares</li> <li>*Un "as" del teatro popular</li> </ul>

### FASE 3

<p><b>Descripción:</b> En la cabeza del cartel se presenta el nombre del teatro acompañado a su izquierda por un pequeño dibujo de la fachada del nuevo teatro [como se informa en el mensaje lingüístico]. Posteriormente del lado derecho se encuentra la caricatura de un personaje muy conocido en el ámbito cómico Charlot o Charles Chaplin. En esa misma línea hacia abajo se muestran las imágenes de dos actores juntos y posteriormente, dos actrices. En la esquina inferior derecha se muestra el dibujo de una mujer con traje de espectáculo; al centro de derecha a izquierda las fotografías de dos actrices, y al centro el dibujo nuevamente de una mujer con traje de espectáculo. En esa misma dirección aparece el retrato de otra actriz y del lado izquierdo de una pareja más. Posteriormente del lado izquierdo hacia arriba se exhibe otra caricatura semejante a la de la mujer de lado inferior derecho, pero en la esquina izquierda. En esa dirección y hacia arriba se muestran las fotografías de cuatro actrices. El cuadro de imágenes se cierra con la fotografía en carácter de Borolas.</p> <p><b>Técnica:</b> Fotografía y caricatura  <b>Autor:</b> Publicidad Átomo</p>	
Subcategorías	Análisis
1.Personajes	<p>Del lado derecho hacia abajo y de izquierda hacia arriba: Caricatura de Chaplin; John y Johnny, (músicos españoles), Gloria de Janeiro y algunas otras bailarinas. En los pies de lado izquierdo la fotografía de Margot y Chiwerto, bailarines españoles. De lado izquierdo y hacia arriba se muestran las imágenes de otras artistas, entre ellas Aidita Artigas y Margo Su.</p>
2.Acciones	<p>Se muestran las imágenes de los actores en carácter.</p>

3.Situaciones	
a)Lugar o escenografía	No se muestra escenografía alguna, sólo el lugar donde se ubican los bailarines, que están recargados en una pared en una calle.
b)Elementos naturales	
c)Vestuario	Todos los actores y actrices (en su mayoría) se encuentran vestidos con traje de espectáculo.
d)Atmósfera	Festiva
4.Discurso	

### FASE 4

Función: Anclaje o Relevo
<p>La relación que se establece entre el mensaje lingüístico y el mensaje icónico es de <i>anclaje</i>, pues la mayoría de las imágenes o caricaturas (en algunos casos) refuerzan lo que el texto está indicando.</p>

### FASE 5

Preconclusión: Análisis en conjunto
<p>Podemos observar que en este tipo de cartel, al igual que los anteriores de esta época, lo importante para el <i>Sujeto Enunciante</i> [Empresario Félix Cervantes a través de la exposición de la casa publicitaria Átomo] es dar a conocer el nombre de los actores que alternarán en la función. Con ello, considera que el sujeto <i>Interpretante</i> [público capitalino que guste de espectáculos de revista] se sentirá atraído hacia el evento. En este sentido, las <i>marcas apreciativas</i> (ancladas sobre todo a los adjetivos evaluativos, que van de lo sensacional a lo regio) permiten el sujeto enunciante persuadir en el mensaje.</p> <p>Como consecuencia de lo anterior, los modos de expresión que más abundan en su discurso son el <i>expositivo</i> principalmente y el <i>descriptivo</i> en segundo grado; no obstante, ligado con las ventajas que ofrece el repertorio inaugural del Teatro, permite evidenciar ciertas marcas <i>argumentativas</i>.</p> <p>No podemos dejar de lado los nombres a los que se hace referencia en este cartel, las grandes figuras que aparecen aquí y que ya son ampliamente conocidas por el público popular y de lo que hablaremos en la siguiente fase del análisis, permiten al <i>sujeto Enunciante</i> tener una consideración sobre la imagen de B, ya que resultan importantísimas en este discurso, por lo menos la exposición de los nombres.</p>

## SEGUNDA PARTE ANÁLISIS CONTEXTUAL

A continuación se exponen algunas características del contexto sociohistórico en el que se insertaron los discursos analizados, a fin de aclarar sus procesos de diseño, producción y circulación como formas simbólicas. Se toma como hilo conductor los *campos de interacción* en los que se insertaron estos discursos, es decir, los teatros donde se efectuaron las funciones que describen los carteles. También se ofrecen algunos datos de los actores sociales involucrados —directores, compañías, agrupaciones teatrales, dramaturgos, escenógrafos, actores y sindicatos, público, empresarios y patrocinadores—. Esto permitirá describir de manera general las condiciones sociohistóricas.

Finalmente se muestran datos de las formas de circulación de los carteles, a partir de las características de las casas tipográficas, los impresores y diseñadores.

### DEL MÉXICO DE LOS VALSES AL ASALTO DE LA 30-30: TEATRO ESPAÑOL, GÉNERO CHICO Y TANDAS

A inicios de siglo XX la Ciudad de México era reconocida por casi todos los mexicanos como “la mejor muestra del avance hacia la

modernidad”. Esto se reflejaba en la nueva arquitectura, la moda y la tecnología; sobre todo en la luz eléctrica.

A inicios de 1900 la ciudad creció considerablemente y el afán por la europeización también. Tal parecía que el camino hacia “el progreso” que tanto profesaba Porfirio Díaz implicara imitar los modelos de urbanización de ciudades como París, Londres o Madrid; el Paseo de la Reforma exhibía monumentos dedicados a los héroes de la República en sus bulevares estilo francés, y poco a poco surgieron nuevas colonias con estilo moderno y toque aristocrático.

Para 1902 “aparecieron colonias como la Condesa y la Roma [...] y en 1906 surgió la Juárez”.<sup>242</sup> Estos cambios modificaron la imagen del Distrito Federal, y se podían distinguir con claridad la nueva y la vieja ciudad de México, el lugar de la alta burguesía y el del populacho.

A finales del siglo XIX proliferaron las colonias de viviendas pequeñas o vecindades en las que se hacinaba un amplio número de familias, como la Violante y la

---

<sup>242</sup> De la Torre Rendón, Judith. “La Ciudad de México en los albores del siglo XX”, en *Historia de la vida cotidiana de México, Vol. II*. México: Colmex/FCE, 2006, p. 17.

Morelos —en el barrio de Tepito—, o las que se asentaron en la periferia, como la Santa Julia, en la municipalidad de Tacuba; la Maza o de la Vaquita, al oriente; la Peralvillo, al norte; la Valle Gómez, al este; o la Escandón, al sur. Se trataba sobre todo de colonias pobladas de familias de inmigrantes del campo, que habían abandonado sus lugares de origen debido a la falta de empleo o por los abusos y maltratos de caciques y terratenientes protegidos por el gobierno de Díaz.

El transporte también cambió. Los tranvías o trenes jalados por mulitas y caballos, o las carretelas de banderita azul, amarilla o colorada —los taxis del momento—, fueron sustituidos por los de energía eléctrica.

Y si para algunos habitantes este tipo de transporte era “obra del demonio”, ya por la manera en que se manejaba o por los frecuentes accidentes que suscitaba, para otros era el signo más claro de la modernidad y veían con naturalidad que hubiera accidentes en los “barrios populares”, pues la gente no sabía “cómo conducirse” en una ciudad moderna.<sup>243</sup>

Para la alta burguesía, que a toda costa trataba de ignorar los problemas

sociales y políticos por los que atravesaba el país, la Ciudad de México de inicios del siglo XX era un escaparate. La moda francesa estaba presente en los almacenes de prestigio como El Nuevo Mundo, El Puerto de Veracruz, El Puerto de Liverpool, La sorpresa y el Palacio de Hierro, tiendas a las que acudían las damas de sociedad, casi siempre acompañadas sus criados. Allí había de todo: tapices, muebles finos, lozas de porcelana, sombreros, corsés, refajos, batas de encaje, sombrillas y un sinfín de novedades provenientes de las principales fábricas europeas. Para los caballeros la opción era las sastrerías y camiserías de estilo francés como El Vesubio —ubicada en el portal de Santo Domingo— y las sombrererías del Portal de las Flores y el de Mercaderes.

Para los señores un poco más viejos la preocupación ya no estaba en “el buen vestir” sino en remediar sus achaques con la zarzaparrilla del “doctor Ayer”, el “tónico del doctor Beltrán” o las píldoras rosadas del Dr. Williams; también en reunirse en los casinos, clubes y restaurantes para comentar hechos de la política mientras disfrutaban una copa de coñac. Lugares como el Jockey Club —hoy Sanborns de los azulejos—, el Casino

---

<sup>243</sup> De la Torre, Judith. *Op. cit.*, p. 25-26.

Nacional –después Jockey Club–, el Casino Español, la Maison Dorée o la Fonda de Recamier, eran los sitios preferidos de quienes manejaban la economía en el centro de la ciudad porfiriana.

Para las clases populares el día de labor iniciaba antes de que cantara el gallo, de tal suerte que no había tiempo de distracciones. Desde muy temprano, un buen sector de la población de las colonias asentadas en la periferia de la ciudad, se desplazaban al centro de la capital para trabajar en las fábricas textiles, tabacaleras o del papel, o a emplearse en los diversos oficios: tejedores de sombreros de palma, talabarteros, zapateros remendones, voceadores, conductores, ayudantes en plazas y mercados, o como vendedores de artículos diversos: desde bateas, loza, rebozos, guajolotes, patos, tamales, nieves, aguas frescas, bizcochos, hasta tripas o pulque.

No todo era un escaparate de frivolidades y vales románticos. Poco a poco entre la población más pobre de inicios de siglo –la mayoría de los habitantes– crecía el descontento social. Bajo el régimen de Díaz el “próspero México” fue testigo de la gestación de uno de los más importantes movimientos

sociales de la historia: la Revolución Mexicana.

¿Qué pasaba con el teatro y las diversiones públicas en este contexto? Según el censo de 1895<sup>244</sup>, a finales del siglo XIX la metrópoli contaba con 476 443 habitantes. Había unos cuantos teatros, entre ellos el Arbeu, el Principal, el Nacional, el Circo Teatro Orrín<sup>245</sup> y el Iturbide; también había carpas y jacalones para los “pelados”; otros centros de diversión eran la Plaza de Toros, el Hipódromo, los gallos, los salones de baile, las cantinas o estancillos y algún circo propiedad del Ayuntamiento.

Pasear por las avenidas o parques principales como la Alameda era una actividad frecuente, allí había espectáculos callejeros de saltimbanquis, merolicos o domadores de pulgas; también lo era contar chistes, cantar corridos, o salir a las provincias cercanas a navegar por los canales de Chalco o la Viga. Para los pudientes, salir del ajetreo significaba descansar en casas veraniegas en los pueblecillos de Mixcoac, San Ángel y Tacuba.

---

<sup>244</sup> “La municipalidad de México”. *Reseña Histórico-descriptiva de la Ciudad de México-1901*. AHDF.

<sup>245</sup> El Circo Teatro Orrín funcionaba esporádicamente en la segunda mitad del siglo XIX.

Los globos aerostáticos eran otro atractivo visual que se efectuaba a las afueras de la ciudad. Traídos a México por Joaquín de la Cantolla y Rico, invitaban cada fin de semana a los curiosos a salir de la monotonía.

El cine era otra diversión. Llegadas a México en 1896, las exhibiciones cinematográficas hicieron suyos al público y a los teatros de la capital. Entre 1899 y 1900 se abrieron 22 lugares para exhibir cine en barrios populares. Ante el temor de actores y empresarios de ser desplazados, trató de fomentarse una nueva estrategia para promover el teatro nacional.<sup>246</sup>

Las presentaciones incluirían tandas, de tres por un boleto; por ello se inició la construcción de nuevos locales. Como al inicio no había distinción de públicos, pronto el precio de las funciones aumentó, pues algunos de los asistentes se quejaban de la presencia de la “raspa”, de sus gritos y risas, por lo que se programaron funciones privadas o a domicilio.

Pese a la avasalladora llegada del cine, el teatro seguía ocupando un lugar especial entre las diversiones y distraccio-

---

<sup>246</sup> Para 1906, el “monstruo de celuloide” ya estaba en su apogeo y algunos de los teatros exhibían filmes, según se puede apreciar en el repertorio de algunos carteles analizados.

nes del público capitalino. Entre los locales más importantes de la ciudad estaban el Principal y el Nacional, aunque al poco tiempo se inauguraron el Colón y el Iturbide. Estos teatros se llenaban de quienes querían enterarse del nuevo acontecimiento, admirar los nuevos trajes de las damas o simplemente distraerse.

Ya para esa época funcionaban regularmente los teatros menores, “teatruchos” o jacalones, entre ellos: el María Guerrero, conocido popularmente como “María Tepache”; el Teatro Casino Guerrero, identificado por sus variedades revisteriles; el Lírico; y el Apolo —cuna de la revista lírica y casa de Leopoldo Beristáin el Cuatezón—, denostado por sus espectáculos políticos, a veces considerados pornográficos, y al que asistían en su mayoría militares y mujeres públicas<sup>247</sup>.

En esta época ya existían los teatros que forman parte del análisis de la primera década del presente trabajo: el Teatro

---

<sup>247</sup> Ya desde el siglo XIX venían funcionando otros “teatro populares o jacalones”, la mayoría contruidos con madera y una estructura más que modesta, según apunta Antonio Magaña Esquivel. Entre éstos se encontraban: el Teatro de Gallos (o Provisional); el Teatro de Nuevo México (o de Belchite —cuyo apodo hacía referencia a un pueblecillo ramplón en España—); el de la Unión; el Teatro de Puesto Nuevo (después llamado de Oriente), y otros de los que apenas si se tiene registro, entre ellos: el Teatro América, el del Triunfo y el de la Exposición —que propiamente era una carpa de tablas y lonas que se levantó en la Plaza de Armas (hoy Zócalo)—. Magaña Esquivel, Antonio. *Imagen y realidad del Teatro en México*. México: Escenología, 2000, pp. 542-549.

Guillermo Prieto, inaugurado en febrero de 1902, el Teatro Hidalgo –que ofrecía funciones desde el siglo pasado– y el Teatro Cervantes.

En su ensayo sobre las diversiones públicas en el Porfiriato, el Dr. Ricardo Pérez Montfort señala que en esa época “los teatros apelaban a un público que se identificaba como popular, pero que bien a bien se acercaba más a sectores medios y aristocráticos”;<sup>248</sup> no obstante, no podía distinguirse un sector medio porque, en cuanto a públicos, había una clara división marcada en los espacios escénicos y por los críticos de la época, una división entre lo culto e ilustrado y lo popular propio de obreros o “demás gente”. El mismo Enrique de Olavarría y Ferrari se refiere en sus crónicas a los teatros Cervantes y Guillermo Prieto como “teatrillos de barrio sin más competidor”<sup>249</sup> o jacalones cuyo público dejaba mucho que desear y de los que poco habla en su *Reseña*, con excepción del Teatro Hidalgo, del cual llegó a referir momentos en los que se presentó algún actor o compañía de mediana categoría, aunque siempre terminara enfatizando que

---

<sup>248</sup> Cfr. Pérez Montfort, Ricardo. “Circo, teatro y variedades. Diversiones en la Ciudad de México a fines del Porfiriano”, en *Alteridades*, julio-diciembre, vol. 13, núm. 26. México: UAM-Iztapalapa, pp. 57-66.

<sup>249</sup> Olavarría y Ferrari. *Reseña Histórica del Teatro en México 1538-1911. Tomo IV*. México: Porrúa, 1961, p. 2651.

el público que asistía era “bonachón, sencillo”, en el mejor de los casos. Además de lo que el propio discurso en los carteles señala, los teatros mencionados y el tipo de variedades ofrecidas estaban asignados a las capas inferiores o grupos populares y no medios o aristocráticos.

### El Teatro Hidalgo

A mediados del siglo XIX se llamaba Teatro de la Esmeralda y estaba catalogado como “de ínfima categoría” por sus paredes de madera rústica y las vigas del techo constantemente húmedas. Originalmente se encontraba en la calle Corchero, después Regina [dirección que refieren todos los carteles de este teatro que se incluyen en el análisis, de 1900 a 1940].

De las condiciones de este teatro Antonio Magaña Esquivel ofrece una semblanza:

“Al igual que aquellos modestos locales [el Apolo, el de la Unión y otros que se refieren en la cita 230], venía funcionando esporádicamente el Teatro de la Esmeralda, mal acondicionado, muy modesto, ubicado en la que en esa época se denominaba calle de Corchero, hoy Regina[...] estos teatros [y es el caso del Hidalgo] aunque modestos, en pésimas condiciones, a veces acogían a actrices y actores conocidos, grupos o compañías desplazadas de otros teatros, por causas políticas o rivalidades de empresarios.”<sup>250</sup>

---

<sup>250</sup> *Ibidem*. p. 548.

En abril de 1858 fue reformado y se bautizó como Teatro de la Fama. Posteriormente fue adquirido por el empresario J. M. Palacio quien lo reacondicionó y reinauguró con el nombre de Teatro Hidalgo. Pero sólo el nombre cambió pues, aunque reformado, seguía siendo un local de madera. Años más tarde, el empresario Albino Palacios lo adquirió y lo convirtió en un edificio más sólido, además de proveerlo con gas de hidrógeno para la iluminación y de invitar a actores de mediano prestigio para que ofrecieran funciones; sin embargo, estas adecuaciones no lo pusieron a la altura de los grandes escenarios.

El teatro fue reinaugurado el 22 de junio de 1883 y el público pudo notar los cambios. Las antiguas vigas y tablas ahora eran más firmes, construidas de mampostería. Pero siguió siendo un teatro menor, modesto y popular, según los críticos.

De la oferta de espectáculos a inicios del siglo XX y del repertorio que los teatros menores ofrecían, Olavarría y Ferrari apunta que en aquellos “miseros jacalones de barrio” continuaba el género chico y en

el Hidalgo seguían las funciones de su modestísima compañía de drama y comedia.<sup>251</sup>

Esa modestísima compañía era la que dirigía Luis Quintanilla, misma que siguió ofreciendo funciones durante todo 1906, año del que data nuestro primer cartel de análisis.

“De los demás teatros de la Capital poco podemos decir en bien del arte. El de Hidalgo con su Compañía Dramática siguió en febrero y marzo contentando a su público bonachón con cuantas obras formaban su abundante repertorio; citamos únicamente La hija del rey [...] **Juárez y Maximiliano** y la Pasión de Jesús.”<sup>252</sup>

De acuerdo con el **cartel 1** de nuestro corpus, para el **18 de marzo de 1906** la Compañía de Luis Quintanilla ofrecía en el Hidalgo dos funciones extraordinarias del “grandioso acontecimiento” *Juárez y Maximiliano*, obra original de Luigi Gualtieri, dramaturgo italiano más conocido como traductor de dramas históricos, sobre todo de autores ingleses como Shakespeare (lo cual tal vez influyó para que se interesara en la composición de dramas históricos como éste, que trata del encuentro entre Benito Juárez y Maximiliano de Habsburgo, la toma de Querétaro y el triunfo de la República).

---

<sup>251</sup> *Ibidem*, p. 2651.

<sup>252</sup> *Ibidem*, p. 2801.

Como parte final de la función se anunciaba una comedia titulada *Nicolás*, obra de toque humorístico pero con estructura de tonadilla<sup>253</sup>, de Eusebio Sierra, cuyo nombre completo era Eusebio Cuerno de la Cantolla, dramaturgo, empresario teatral y periodista de origen español.

En el reparto de este programa figuraban ya José Escanero, quien participaría en 1918 en el poema dramático *La flecha del sol*, de Antonio Médez Bolio, un drama de reivindicación del pasado indígena<sup>254</sup>, y las hermanas Martínez Velasco, jóvenes actrices que alternaban en funciones del género chico del teatro Principal.

El precio menor de la localidad era de cinco centavos (gradería) y el evento general, como casi todos los del Hidalgo estaba patrocinado por la casa de pianos y órganos Otto y Arzoz, un pequeño almacén que se encontraba en la avenida 5 de mayo y pertenecía a Pantaleón Arzoz, músico originario de Tafolla España. Se trataba de una casa editora de música y expendedora

de pianos e instrumentos musicales que rentaba sus órganos a empresas teatrales.

Para 1907, la compañía de Felipe Montoya y Alarcón –representada por Pedro Servín y en la que figuraba como primera actriz la señorita María Servín– vino a ocupar los escenarios del ahora llamado Gran Teatro Hidalgo.

Felipe Montoya y Alarcón, padre de María Teresa Montoya, hizo su debut a la edad de seis años en el Teatro Nuevo México. Comenzó actuando como extra o en segundas partes, hasta que en 1880 formó parte de la compañía dramática del teatro Arbeu ya como primer actor. En 1902 se unió a la Compañía Dramática Mexicana, cuyo representante era Pedro Servín y fue considerado en algún momento primer actor del modesto Teatro Hidalgo en obras como *Otelo*, *Don Juan Tenorio* y *San Felipe de Jesús*.

Algunos montajes que presentaba la Compañía Dramática Mexicana eran de corte romántico caballeresco, como el que ofreció la noche del **lunes 15 de abril 1907** a la 8 y tres cuartos, en función popular de 10 centavos la galería, llamado *El trovador*, del dramaturgo español Antonio García Gutiérrez (**cartel 3**).

---

<sup>253</sup> La tonadilla era en género dramático derivado de la Zarzuela española en el que predominaban costumbres y modismos populares, así como la llamada “música plebeya”. Dueñas Pablo. *Las divas en el teatro de revista mexicano*. México: Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, 1994, p. 2.

<sup>254</sup> Magaña Esquivel Antonio. *Op. cit.* p. 355.

Éste, originario de Chiclana, Cádiz, España, ha sido considerado uno de los más grandes dramaturgos del romanticismo español. Estudió medicina pero abandonó la carrera y comenzó a escribir dramas. Después del gran éxito que consiguió con su obra *El Trovador*, emigró a Madrid para dedicarse a escribir.

El argumento de la obra *El trovador* era semejante al drama *Don Juan Tenorio* y reunía todos los ingredientes del teatro del Romanticismo español de mediados del siglo XIX: hombres que se batían a duelo por el amor de una mujer, fe en Dios y elementos de carácter sobrenatural.

Para 1909, en el Gran Teatro Hidalgo se presentaba nuevamente la empresa de Pedro Servín y su Compañía Dramática Mexicana, en la que figuraba la misma señorita Servín (**cartel 5**). El reparto del **lunes 19 de abril de 1909** no cambió mucho, pues era la misma compañía. En cuanto al repertorio, la obra que se presentaba en esta fecha también era de carácter romántico; no obstante, la temática variaba, pues si bien la trama principal estaba centrada en un triángulo amoroso, como telón de fondo se develaba la prepotencia del terrateniente — personaje principal de la obra— hacia los habitantes del

lugar en el que ocurría la acción, el despojo de tierras y otras violaciones, aspecto coyuntural en la época.

Los patrocinadores del Hidalgo eran entonces la casa de pianos alemana Wagner y Levien, ubicada en la casa número 11 de la calle de San Francisco<sup>255</sup>; al igual que Otto y Arzoz, se dedicaba a la edición de obras musicales para piano y rentaba instrumentos a los empresarios de teatro. También los fabricantes de camas y persianas El Vulcano, ubicados en la calle San Felipe Neri fueron patrocinadores.

En cuanto al repertorio, es natural que en el primer cartel, por tratarse del aniversario del natalicio de Benito Juárez, se presentaran obras de este tipo. No obstante, en esta primera década el Teatro Hidalgo era uno de los locales que se distinguían por ofrecer modestas obras de corte nacionalista, dramas españoles de capa y espada o comedias sencillas, lo que no sucedía en otros escenarios, en los cuales se ofrecían zarzuelas y óperas.

Según las crónicas de José Olavarría y Ferrari, los dramas de capa y espada eran muy gustados por el público prerrevolucionario que asistía al Teatro Hidalgo. Así,

---

<sup>255</sup> Domicilio que se hace constar en el Diario Oficial de la Nación. Oficio Número 226. Sobre la propiedad artística y literaria en México. Abril 1904.

*La llorona o el alma en Pena*, de Francisco Neve; *Don Juan Tenorio*, de José Zorrilla; *Los tres mosqueteros*, adaptación de la obra de Dumas; *El Trovador*, de Antonio García; o *Don Francisco de Quevedo*, de Eulogio Florentino Saus, formaron parte del repertorio de aquella década<sup>256</sup>.

En cuanto a los grupos, en estas puestas en escena invertían tanto la Compañía Dramática Mexicana, como la de Luis Quintanilla. Varios de los artistas que las integraban alternaban también en otros teatros o jacalones.

### **Teatro Guillermo Prieto**

Se ubicaba en la plazuela de Palma No. 9, en el centro de la ciudad. Comenzó a construirse en 1902 con el financiamiento del empresario Gabriel Oropeza y fue inaugurado en julio de 1903 con la obra *Hermana*, de Adolfo Herrera, hecho que refiere Enrique de Olavarría:

“El miércoles 26 de noviembre, con función de zarzuela de género chico, dedicada a la prensa, se inauguró el teatrillo que su empresario llamó de “Guillermo Prieto” [...] era todo de madera como los demás jacalones de su especie y no más cómodo ni elegante que cualquiera de ellos.”<sup>257</sup>

Aunque se pensaba que en lugar de teatro era más bien un jacalón, porque estaba

construido de madera con revestimiento de lámina de fierro, el local prometía ofrecer grandes espectáculos. El repertorio osciló entre dramas, zarzuelas, operetas y espectáculos de variedades.

Antonio de Magaña Esquivel refiere que este teatro se dedicaba —como otros jacalones— al género frívolo en boga: revistas y zarzuelillas<sup>258</sup>; sin embargo, como consta en el **cartel 2**, para la función del **28 de mayo de 1906**, el Teatro Guillermo Prieto ofreció al público capitalino y en especial a su público “favorecedor”, la clase obrera, la obra *Otelo el moro de Venecia*, original de William Shakespeare, una tragedia catalogada como un drama trágico que tanto había agradado el día anterior.

Los precios iban de los diez a los 20 centavos toda la función y se enunciaba la leyenda “No hay medias pagas”. Elemento curioso que según Enrique de Olavarría y Ferrari se tenía que advertir puesto que, cuando llegaba a ofrecerse más de una obra en toda la función, algunos asistentes solían decir que “sólo querían ver una de las obras” y por consecuencia, “pagar la mitad” del precio de la función entera que

<sup>256</sup> Olavarría y Ferrari. *Op. cit.*, p. 2906.

<sup>257</sup> *Ibidem*, p. 2349.

<sup>258</sup> Magaña Esquivel, Antonio. *Breve historia del teatro Mexicano*. México: Ediciones Andrea, 1958, p. 121.

se daba a conocer en el cartel. Más adelante se inventaron las famosas “tandas por un boleto”, estrategia de empresarios para garantizar la paga completa del evento<sup>259</sup>.

En el reparto de esta obra figuraban actores como José Urrutia en el papel principal –quien alternaba en funciones del Teatro Cervantes–, y el joven cómico “Chicotito”, quien ya actuaba en funciones de jacalones, como el Ujier.

### Teatro Cervantes

En *Las Divas del Teatro de Revista*, Pablo Dueñas refiere que el Teatro Cervantes se encontraba en la calle de Niño Perdido y Arcos de Belem, que pertenecía al empresario Félix Cervantes –dueño de otros jacalones y carpas de los años cuarenta– y que “alrededor de 1909 existió otro con el mismo nombre en la calle de Lecumberri”<sup>260</sup>. Es éste último el teatro Cervantes que refiere en el **cartel 4**. Aunque no hay mayores datos de este local, el cartel nos informa que presentaba un repertorio semejante al del Guillermo

Prieto y que el tipo de público era el mismo –obreros en su mayoría–, como se evidencia en frases como “para mejorar las condiciones del obrero que no tiene tiempo ni libros para favorecer su instrucción”, “ojalá que *Bruna la Turrонера* [...] sirva como ejemplo para mejorar las condiciones de nuestras proletarias”, etcétera.

*Bruna la Turrонера* es una pieza de carácter didáctico y moral para los trabajadores. Mediante el personaje de Bruna se retrata el “mal comportamiento” de una mujer y las consecuencias de éste.

Las localidades para la función iban de los diez centavos a un peso y la empresa que lo patrocinaba era la de José González. En cuanto al repertorio, el primer actor que figuraba en la puesta en escena, era Miguel Inclán (padre), artista de teatro itinerante y de fuerte personalidad, padre de Miguel Inclán, el villano don Pilar en *Nosotros los pobres*.

- **Y vino la polvareda...**

Desde 1908 el país comenzó a saturarse de cambios políticos y sociales. Poco a poco se iban organizando los grupos armados para derrocar a Díaz. A mediados de 1909, Francisco I. Madero participó en la creación del Centro Democrático Antirreeleccionista, del que fuera vicepresidente, y en los

<sup>259</sup> Teatro de tandas: término que nació casi a la par de las carpas y el teatro de revista. Según Pablo Dueñas, las dos primeras tandas eran por lo general propias para familias, las dos últimas eran propias para estudiantes calaveras, viejos rabo verde, adultos disipados, prostitutas, tranochadores. “Regularmente la tanda era de dos o tres obras sencillas por un mismo boleto. Los gritones de las carpas anunciaban por medio de un megáfono: ¡Esssstaaa y la ooootraaa, por un soolooo boleeeetooo! [...]” Ver: Dueñas Pablo. *Las divas en el teatro de revista mexicano*. México: Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, 1994, p. 203.

<sup>260</sup> *Ibidem*, p. 36.

dos polos de la República mexicana los grupos armados de Francisco Villa y Emiliano Zapata, se encontraban sublevados desde meses atrás.

En este contexto, las carabinas 30-30 y el olor a pólvora comenzaron a inundar el ambiente. Para noviembre de 1910, “en la casa número cinco de las calles de Santa Clara, en la ciudad de Puebla, matan fuerzas federales a Aquiles Serdán. La mecha está prendida. El día 20 estalla la Revolución”.<sup>261</sup>

Debido a la situación político-social, las diversiones públicas se vieron mermaidas. Para la aristocrática y asustada sociedad se seguían ofreciendo algunas operetas vienesas o zarzuelas; para el gran público la oferta estaba en los espectáculos circenses, de títeres y cinematográficos ofrecidos en carpas y jacalones, en los que también se daban funciones de género chico<sup>262</sup>, el cual ocupaba un lugar preponderante entre los “tandófilos”.

Esta época convulsionada vio nacer un género teatral legítimamente nacional: la revista lírico-política, surgida por la agitación política y social por la que

atravesaba el país. Obras como *El tenorio Maderista*, *El país de la metralla* —que narra la Decena Trágica— y *El Chanchullo* mostraban la situación política del México revolucionario.

También comenzaron a ponerse en escena algunas otras obras en las que el *calembour* —palabra que derivaría en *albur*— era la delicia de los “calaveras” o trasnochadores. *El proceso del camote* o *México en cinta* —parodia del cinematógrafo—, eran parte de este repertorio y causa de ataques de risa al público de teatros como el Apolo o el María Tepaches. “Esto para la moralina de los críticos teatrales ‘elegantes’, era la decadencia del género”<sup>263</sup>, refiere Luis Reyes de la Maza.

Uno de los actores más destacados del género chico era Leopoldo Beristáin “el Cuatezón”, quien le abrió el camino a Mario Moreno “Cantinflas”, y que había iniciado su carrera con Felipe Montoya y Alarcón, el director de la Compañía Dramática Mexicana, de quien se habló antes (**cartel 3**).

El Cuatezón sufrió las consecuencias de sus parodias políticas y cuando

<sup>261</sup> Taibo, Paco Ignacio. *Gloria y achaques del espectáculo en México, 1900-1929*. México: Editorial Leegar Júcar, 1988, pp. 30-31.

<sup>262</sup> Tipo de composición teatral española que, a diferencia de la zarzuela, se compone de un sólo acto; suele estar dividido en varios cuadros y se distingue por su tipismo y vivaz inspiración.

<sup>263</sup> Reyes de la Maza, Luis. *El teatro en México durante la Revolución (1922-1913)*. México: Escenología, 2005, p. 18.

Victoriano Huerta asumió la presidencia huyó a la Habana, junto con otros libretistas de parodias políticas, para volver en los años veinte.

El material gráfico de estas obras se encuentra únicamente en libros que desarrollan la temática<sup>264</sup>. En los archivos consultados no se encontraron carteles de esta época, salvo alguno como el que se comentará a continuación, que anunciaba diversiones populares como el cinematógrafo y las funciones de títeres, pero que eran locales en los que se presentaba el *calembour* al rojo vivo; ese fue el caso del Teatro Principal.

### El Teatro Principal

Es uno de los escenarios más importantes en la historia del teatro en México, pues sus antecedentes se encuentran en el que fuera el primer teatro de Nueva España —construido para las representaciones de esa naturaleza—, después Coliseo y más tarde Coliseo Nuevo o Segundo Coliseo, inaugurado en 1753 en la que hoy es la calle

---

<sup>264</sup> Armando de María y Campos es uno de los autores que más trató el tema en su libro *El teatro del género chico en la Revolución Mexicana*. Asimismo, Pablo Dueñas aborda la temática y ofrece algunas ilustraciones de actores y actrices del género chico y de revista mexicana de 1900 a 1940. Ver: María y Campos, Armando de. *El teatro del género chico en la Revolución Mexicana*. México: Biblioteca del Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, 1956; y Dueñas Pablo, *Op. cit.*

Bolívar, en el número 39, casi esquina con 16 de septiembre)<sup>265</sup>.

En 1826, el Coliseo Nuevo experimentó algunas modificaciones en su arquitectura y decoración y fue bautizado entonces como Teatro Principal. Para esa época ofrecía producciones nacionales y extranjeras, pero lo que más gustaba al público asistente era el llamado género chico, que en la década de los años veinte sería prácticamente lo único que ofrecería en su repertorio, en modalidad de teatro por tandas, motivo por el que el Principal sería conocido como “La Catedral de la Tanda”.

De acuerdo con el **cartel 6, el sábado 11 de enero de 1913** en el Teatro Principal la Empresa Enrique Rosas anunciaba en su

---

<sup>265</sup> Establecido de manera oficial, entre 1671 y 1672, el teatro dentro del Hospital Real de los Naturales (hoy Eje Central Lázaro Cárdenas, esquina con Victoria) fue conocido como Teatro Coliseo. Anteriormente funcionaba como jacalón con representaciones esporádicas; su cédula de construcción se remonta a 1553. Este espacio tuvo una larga existencia, pero un incendio lo destruyó en enero de 1722. Meses después, en las mismas instalaciones fue construido otro edificio de igual nombre; no obstante, los reclamos de los enfermos internados en el Hospital Real de los Naturales lograron que los actores e mudaran con todo y tablado. Se planeó entonces la edificación del Segundo Coliseo, esta vez en la calle Motolinía (casi esquina con la que hoy es 16 de septiembre). Con este local se formalizó el espectáculo escénico en la Nueva España. Con el paso de los años el descuido y el abandono trajeron como consecuencia su completo deterioro. Se dispuso entonces la edificación de otro lugar en la calle Colegio de Niñas, en el número 39 de la actual calle Bolívar, esquina con 16 de septiembre. Por orden del primer conde de Revillagigedo, se inició la construcción de uno de los teatros de mayor tradición, que llevaría el nombre de Coliseo Nuevo, inaugurado en 1753. En 1826 tuvo otro nombre: Teatro Principal. En la primavera de de 1931 un terrible incendio terminaría con “la Catedral de la tanda”. Tristemente dejaba de existir uno de los mejores escenarios de la ciudad de México. En: Pérez Mendoza Blanca. *Memoria histórica de un escenario popular. El teatro del pueblo*: Tesis. UNAM. Facultad de Filosofía y Letras. 2003.

repertorio funciones de vistas cinematográficas y títeres con la compañía Rosete Aranda.

Enrique Rosas fue camarógrafo y retratador de vistas. Era considerado uno de los empresarios mayores del séptimo arte de finales del siglo XIX y principios del XX. Fue socio durante mucho tiempo del agente de Teatro Pedro Servín quien incluyó en su repertorio las famosas vistas de este camarógrafo.

Durante esos años convulsos Rosas retrató escenas de la Revolución, entre éstas la insurrección de Félix Díaz contra Madero y la Decena Trágica en 1913<sup>266</sup>, pero fue mejor conocido años después por su película silente *El automóvil gris* (1919).

Meses antes de la Decena, el empresario Rosas ofreció al público capitalino un repertorio de sus vistas cinematográficas importadas, pues aunque en la Ciudad de México se sentía el temor por la inestabilidad económica y social, lejos de espantar a los espectadores de todas las clases, les hacía ir en desbandada a las funciones del cinematógrafo<sup>267</sup>. Al igual que Salvador Toscano y Guillermo Becerril, Rosas contrataba teatros para las

exhibiciones de vistas diversas, tal es el caso del Teatro Principal. Así, la noche de función del Principal, además de las vistas, el número principal que encabezaba el programa era la actuación de los títeres de los hermanos Rosete Aranda.

Los títeres eran una de las atracciones escénicas que más agradaban a los públicos capitalinos y provincianos, sobre todo de los grupos populares. Desde mediados del siglo XIX hubo una proliferación de estas agrupaciones. Las más pequeñas llevaban un teatrino portátil y actuaban en ferias, plazas, parques y fiestas religiosas; las un poco más grandes tenían en su repertorio montajes de comedia, zarzuela, óperas y otros.

Este hecho fue reconocido por el gobierno porfiriano, por ello permitió que las compañías grandes y pequeñas distrajeran al pueblo con el espectáculo de marionetas y, a partir de 1874, el gobierno rentó pequeños espacios para instalar espectáculos de esta naturaleza.

“El alquiler se anunció por medio de carteles donde se explicaban las condiciones en que se efectuaría. Los predios que se alquilaban comprendían, al norte por la calle Seminario; al poniente, por el atrio; al sur, por la calle del Arzobispado y, al oriente, también

<sup>266</sup>De los Reyes, Aurelia. *Cine y Sociedad en México 1896-1930. Vol.1.* México, UNAM Instituto de Investigaciones Estéticas. p.16

<sup>267</sup> *Ibíd.* p. 165

por la calle Seminario [...] El tiempo de arrendamiento duraba dos meses.”<sup>268</sup>

Algunos de los grupos más importantes de finales del siglo XIX y principios del XX eran la compañía de José Soledad Aycardo, la del Sr. Omarini y desde luego, la de los hermanos Rosete Aranda.<sup>269</sup>

En 1911, la compañía de los hermanos Rosete Aranda fue vendida por 30 000 pesos a Enrique Rosas y aunque Yolanda Jurado refiere que Rosas la vendió poco tiempo después a Carlos Espinal<sup>270</sup>, nuestro corpus refiere lo contrario, pues para 1913 la compañía aún pertenecía a Enrique Rosas, que para esa función ofrecía algunos de los montajes más importantes de los Rosete: la *Pelea de Gallos* y *El pastelero*, éxitos cosechados desde que la compañía llegó a la capital.

Era bien sabido que los públicos de títeres estaban constituidos por grupos populares, acostumbrados a ver estas escenificaciones en las plazas y por ello

---

<sup>268</sup>Jurado, Rojas Yolanda. *El teatro de títeres durante el porfiriato. Un estudio histórico y literario*. México: Benemérita Universidad de Puebla. 2004, p. 35

<sup>269</sup>La historia de la empresa titiritera de los hermanos Rosete Aranda tiene sus orígenes desde mediados del siglo XIX. Originarios de Tlaxcala, Julián, Hermenegildo Benaventura y María de la Luz Aranda decidieron dedicarse al manejo de los títeres de hilos. Ya para la década de los años 60 iniciaron sus actividades itinerantes en Huamantla. Más tarde rentaron algunos corralones y su fama comenzó a extenderse. Para 1907 llegaron a la capital y se instalaron en el salón América, a un costado de la Catedral. El repertorio de los Rosete Aranda era variado. Y ya para 1910 habían perfeccionado los diseños de sus vestuarios ya articulaciones de sus autómatas. *Ibidem*, p. 63- 69.

<sup>270</sup> Cfr. Yolanda Jurado. *Op.cit.* p. 78

llenaban los escenarios, a diferencia de otros grupos. Las localidades más económicas eran de cinco centavos, permanencia voluntaria; así que si el público lo deseaba podía ver teatro y títeres en un horario realmente amplio.

Las funciones más atractivas eran las que se ofrecía los fines de semana y por eso los empresarios se encargaban de hacer publicidad para los eventos “a través de folletos y carteles, pero cuando las funciones se hacían en teatros importantes, pagaba pequeñas inserciones en prensa nacional”.<sup>271</sup>

En suma, podemos destacar que tanto los espectáculos de títeres como las vistas cinematográficas eran del gusto de un amplio sector capitalino y que empresarios como Rosas sabían de estas preferencias populares, por lo que los programas teatrales atendían esas consideraciones.

#### DEL MÉXICO POST-REVOLUCIÓN AL MAXIMATO: ENTRE REVISTAS Y CARPAS

Los años veinte, años de posguerra y de una Europa devastada por la Primera Guerra Mundial, fue conocida en el campo

---

<sup>271</sup> *Ibidem*. p. 33

de la cultura popular como la época del jazz, del blues, del cabaret y del charleston.

En el mundo, los países europeos que habían entrado en conflicto trataban de recuperarse, y en América, Estados Unidos comenzaba a mostrarse como la primera potencia monetaria al reactivar su economía, y con la importación de modelos industriales y culturales (música, moda y tecnología) que eran difundidos masivamente por la radio y el cine. Se puede decir que era una especie de aparador por el que desfilaban los grupos norteamericanos más acomodados, que cubrían sus excesos con el velo del puritanismo, al prohibir la ingesta de alcohol y adjudicar el tráfico de éste a grupos migrantes como los italianos, elemento que el cine explotaría fuertemente con la zaga de películas con personajes como Al Capone y otros gánsteres.

Prácticamente, Estados Unidos de América comenzaba a verse como el "sueño americano", sueño que se transformaría en pesadilla en el momento en que, pocos años después, las empresas norteamericanas dejaran al descubierto la verdadera economía en que se estaba moviendo el país. Así, para 1929 la caída del dólar en Wall Street provocó una

sacudida económica en EUA y en todo el mundo.

El México de 1920 contaba con catorce millones de habitantes y en el ambiente aún se respiraba pólvora. Al inicio de ese año, los antiguos amigos de Carranza: Obregón y Calles, iniciaron la revuelta de Agua Prieta y lo desconocieron como presidente. Carranza huyó hacia Veracruz, pero no logró llegar al estado pesquero, porque fue sorprendido por una emboscada de sublevados obregonistas y murió en ella. Como consecuencia, Adolfo de la Huerta fue designado presidente provisional; posteriormente, Álvaro Obregón y más tarde Plutarco Elías Calles. Con éste inició el Maximato (de 1928 a 1934), periodo durante el cual Calles controlaba el gobierno, aunque oficialmente se presentara a Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Abelardo L. Rodríguez como presidentes de la República Mexicana. Según algunos estudiosos, a partir de este momento, "la Revolución se volvería Institución" con el jefe máximo de la Revolución a cargo y la creación, en 1929, del Partido Nacional Revolucionario.

En el campo de la cultura y la educación, casi a finales de los años veinte se fundaron la Escuela de Escultura y Talla

Directa y los Centros Populares de Enseñanza Artística Urbana; no obstante, el fomento a las artes tuvo altibajos, pues aunque las políticas educativas de Vasconcelos consideraban un fuerte apoyo e incorporación de las artes a la instrucción pública, éstas no se consolidaron hasta años después, debido a la inestabilidad de la política interna y a la crisis económica mundial.<sup>272</sup>

Ya desde la década anterior, las políticas culturales del México posrevolucionario se habían caracterizado por un perceptible nacionalismo (visto tímidamente desde los primeros años del siglo XX con la exaltación de los héroes de la Independencia). De tal forma, con la anexión de grupos indígenas, el gobierno de Carranza había tratado de “ingresar la enseñanza artística a través de la incorporación y recuperación de monumentos arqueológicos”.<sup>273</sup>

En el México de los años veinte, con el gobierno de Obregón, estos ideales se robustecieron gracias al proyecto educativo y cultural de José Vasconcelos, que pro-

ponía entre otras cosas la recuperación de la identidad mexicana a través de la instrucción pública y la recuperación de las artes de todos los grupos étnicos del país, con la creación de la Secretaría de Educación Pública y más tarde con el Departamento de Bellas Artes.<sup>274</sup> De esta forma, como señala Daniel Cosío Villegas, con Obregón intempestivamente “se pusieron de moda las canciones y los bailes nacionales, así como todas las artesanías populares [...]”.<sup>275</sup>

Para el habitante de la Ciudad de México de los años veinte, las diversiones públicas estaban en los cines, los teatros, los pocos espectáculos circenses, poco a poco opacados por las funciones de box (que utilizaban a veces las carpas circenses para instalar el ring, aunque de manera clandestina) y, desde luego, en los nuevos jacalones conocidos como carpas que comenzaron a proliferar en la ciudad en los años treinta.

---

<sup>272</sup>Azuela Alicia IX Coloquio de Historia del Arte, celebrado en la ciudad de México, en el año de 1983: IX Coloquio de Historia del Arte. *El Nacionalismo y el Arte mexicano*. Instituto de Arte y Estética, UNAM, México, 1986, pág. 227.

<sup>273</sup>Panorama de las políticas culturales del México Postrevolucionario. Plan Nacional de Educación. México, SEP, 1977. Secretaría de Educación Pública.

---

<sup>274</sup> En 1920, José Vasconcelos fue nombrado rector de la Universidad Nacional de México y un año más tarde elabora un plan de acuerdo al ideal humanista, en el que consideraba a la educación como una misión cultural. A través de las jornadas misioneras había que trabajar en las jornadas de alfabetización rural, y con ello erradicar el analfabetismo, e incorporar a los grupos indígenas al sistema educativo. Por otro lado en el mismo plan proponía una difusión y promoción de las Artes, para lo cual, funda el Departamento de Bellas Artes y promueve la difusión de las artesanías populares. Ver: Monsiváis, Carlos. “*Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX*”, en Historia general de México. México: El Colegio de México; 2008, págs. 986-988.

<sup>275</sup> Cosío Villegas, Daniel. Memorias. México: Joaquín Mortíz, 1976, p. 92

Pasear por Chapultepec –igual que en la época porfiriana– era otra de las distracciones ciudadanas, pues desde los primeros años del siglo el bosque, sus corredores y kioscos habían sido lugares preferidos por las familias capitalinas. Durante esos años se llevaron a cabo varios festejos y concursos, como el famoso certamen de belleza La India Bonita, organizado por el gobierno mexicano con ayuda del periódico El Universal con motivo de los festejos del centenario de la Independencia, cuyo fallo se dio a conocer en el Bosque de Chapultepec.

La ganadora del concurso fue la señorita María Bibiana Uribe, una muchacha indígena de 18 años, de la que reseñaba el Universal Ilustrado: “ha llegado a nosotros acompañada de su abuela, una india de pura raza ‘meshica’ que no habla español”<sup>276</sup>, aspecto justamente criticado años después por algunos historiadores, y que sirve como anclaje para hablar de la construcción de los estereotipos que en los diferentes escenarios artísticos comenzaron a

delinearse y a difundirse masivamente a partir de los años veinte.

Desde los años pre y post revolucionarios el teatro de revista había incorporado la figura del payo, la del peladito o la del ranchero taimado, con las actuaciones del “Cuatezón” Beristáin, las de Anastasio Otero y las de Carlos López “Chaflán”, pero fue en estos años en los que, como apunta el Dr. Pérez Montfort:

“La prensa popular, el teatro, el cine y la incipiente industria radiofónica se encargaron de difundir esa imagen de México en la que las representaciones estereotípicas aparecían indiscriminadamente. Como ya se ha visto ‘el charro, al china, el indito y la tehuana’, fueron sin duda las figuras estereotípicas más explotadas.”<sup>277</sup>

Así, estas figuras estereotipadas aparecerían en la escena de teatros como el Lírico, el Colón, el Politeama y el Orientación, además de las carpas que tomaron al “callismo” como tema de numerosas representaciones, pues entre líneas los espectadores veían caricaturizadas las “hazañas” de los gobernantes en montajes de temática satírico-política. De esta forma, los escenarios de los jacalones desfilaban casi todos los nombres de los políticos mexicanos.

---

<sup>276</sup> En *El Universal Ilustrado*, año V, número 223, jueves 11 de agosto de 1921, p. 11. Ver estudio del Dr. Ricardo Pérez Montfort “El estereotipo del indio en la expresión popular urbana 1920-1940”, en *Estampas del nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*. México, CIESAS, 2003; p. 171-185

---

<sup>277</sup> Pérez, Montfort Ricardo. “Down Mexico Way. Estereotipos y turismo estadounidense en el México de 1920 a 1940”, en *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*. México, Publicaciones de la Casa Chata. 2007, p. 271

Varios hechos políticos de los años veinte fueron llevados a escena. Por ejemplo, el 7 de julio de 1920 se estrenó en el teatro Colón *La Huerta de Don Adolfo*, de Antonio Guzmán Aguilera, obra en la que desfilaba todo el gabinete político delahuertista; con Obregón se estrenó la revista *El Jardín de Obregón*, "cuyo título aludía al consabido 'visto bueno' estadounidense hacia México en ese tiempo"<sup>278</sup>; y el día de la toma de posesión de Calles se estrenó en el teatro Garibaldi, *La herencia del Manco*, de Emilio Cabrera y Ernesto Mangas.

Pero estos no fueron los únicos hechos de importancia para el teatro popular. Durante esos años, y ya desde antes, muchas fábricas textiles entraron en conflicto y ante la omisión de las demandas se lanzaron a huelga. Fábricas de hilados y tejidos como las de la zona de San Antonio Abad unieron fuerzas y una de ellas, la fábrica de hilados La Aurrerá, acudió a los empresarios del teatro Hidalgo para obtener ayuda y apelar a la solidaridad de los asistentes a ese teatro y demás obreros<sup>279</sup>.

---

<sup>278</sup> Dueñas, Pablo. *Op.cit.* p. 141

<sup>279</sup> Ya desde 1900 algunas de las fábricas más importantes que se lanzaron a huelga fueron las de los grupos de trabajadores textiles en Puebla. En 1912 entraron en huelga también las principales fábricas de hilados de la Ciudad de México, ubicadas en San Antonio Abad : La Linera, La Carolina, Santa Teresa, La Magdalena y La Hormiga. Finalmente es en los años veinte, cuando entraron en huelga los obreros de la Aurrerá, la época en la que se bautizó como « hilanderos rojos » a los obreros textiles del Valle, debido a sus militancia anarcosindicalista.

## El teatro Hidalgo en los años veinte y el apoyo a movimiento obreros

Durante el gobierno del presidente De la Huerta y ante la aparición de varias carpas, el Hidalgo se renovó y se llamó Teatro de la Ópera; aunque después fue bautizado nuevamente con el nombre de Hidalgo o Gran Teatro Hidalgo.

El local tenía poca afluencia y en algún momento cayó en desuso, por lo que fue prestado a diversas agrupaciones sindicales obreras para sus reuniones y en algunas otras ocasiones, para obras de beneficencia, como se puede ver en el **cartel 7**. De este modo, la noche del **jueves 23 de Diciembre de 1920**, el Teatro Hidalgo anunciaba una obra a beneficio de los obreros de la fábrica de hilados La Aurrerá y su programa señala que se trata del debut del Trío Gamonet.

El cuadro artístico estaba encabezado por el Trío ALA y la primera tiple, la Sra. Angelita Jarquez (actriz española que al lado de Lupe Rivas Cacho y La Gatita Blanca, se convirtió en una famosa tandra). Se trataba, como refería el

---

Para mayor información, ver : Vázquez, Verónica. *Anarquismo y Solidaridad. San Ángel, 1920*. [en línea] 1993 [fecha de consulta: 15 de noviembre de 2009] Redalyc. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/267/26700318.pdf> y Bizbert Illán. "Trabajo y sindicalismo en el siglo XX", en *Gran Historia de México ilustrada. Tomo V. El siglo XX*. México: Planeta INA; 2002 p. 148-149

discurso de un espectáculo “culto, moral e instructivo”, pero cuya intención principal era dar a conocer la situación de los obreros de la fábrica de hilados.

En el programa alternaba la participación de compañeros obreros – discursos cuyas temáticas iban de la solidaridad obrera a la lucha de clases– con los dramas de un conocido escritor y telegrafista español, José Jackson Veyan, cuya producción oscilaba entre comedias, zarzuelas y dramas. Los temas variaban, pero en muchas de ellas aparecían como personajes centrales obreros o trabaja-dores<sup>280</sup>, como la que abría el programa de ese jueves, titulada *Una limosna por Dios*.

Lo más interesante del cartel es el discurso dirigido al público que, como refiere la primera parte de este análisis, a través de marcas apreciativas apelaban a que el público pudiera ayudar a la causa de los obreros, y para que éstos a su vez, pudieran “comprar el pan para sus hijos” (ver cuerpo del cartel).

Por otro lado, unas carpas que venía funcionando y también ofrecía en su programación una obra de corte socialista,

(aunque se efectuaría en otra ocasión) era la carpa Noris.

### **El teatro Salón Noris**

Como se había apuntado, a partir de los años veinte comenzaron a construirse varias carpas y jacalones, una era la carpa Salón Noris. Según Pablo Dueñas, se ubicaba en la colonia San Rafael. Luego fue llamado Teatro Salón Nacional, en Dr. Carmona y Valle y Dr. Lavista; sin embargo, nuestro corpus refiere que este teatro Salón Noris pertenecía a una nueva empresa y se encontraba en Jamaica, muy lejos del lugar que refiere Dueñas.<sup>281</sup>

De acuerdo con Socorro Merlín, las primeras carpas estuvieron asociadas a los circos, pero los espectáculos que al inicio se ofertaban en estos espacios, eran los mismos de los teatros: ejercicios acrobáticos, números musicales, comedias y piezas teatrales.<sup>282</sup> Asimismo, la autora expone que, entre otras, las siguientes carpas –a veces llamadas Teatro Carpa, Teatro Salón o simplemente Teatro– venían funcionando con regularidad en la Ciudad de México en los años veinte: Olimpia, India Bonita, Princesa, Constan-

---

<sup>280</sup> Entre estas obras podemos mencionar: *Los arrastraos*, 1899; *Los trabajadores*, 1891; y *El dinero y el trabajo*, 1905.

---

<sup>281</sup> Cfr. Dueñas Pablo. *Op. cit.* p. 60.

<sup>282</sup> Como el caso del programa de Arcaydo que ofreciera en el Teatro Principal en diciembre de 1861. En: Merlín, Socorro. *Vida y milagro de las carpas, La carpa en México 1930-1950*. México: INBA-CITRU, 1995, pp. 82-83.

tino, Variedades, Capitolio, Politeama, Acuña, Herrera, Independencia, Unión, Echeverría, Modelo, Noris.<sup>283</sup>

A reserva de lo que se expondrá más adelante, es preciso señalar que el espectáculo de la carpa se desarrollaba por tandas, al igual que el teatro de revista, y que no contaba con literatura dramática porque la base de ésta se encontraba en la improvisación. De esta forma, cada espectáculo variaba de un día a otro; no obstante, en ocasiones sí se llegaba a incluir alguna obra de carácter social, acompañada de unos cuantos números cómicos, una pieza musical, un trío o mago, una vedette, una comedita o zarzuela improvisada, chistes y el final de fiesta. Algunos de estos elementos se reflejan en el programa que se presentaba en la **carpa Noris** la noche del **miércoles 25 de julio de 1928 (cartel 8)** y en el que figuraban las primeras tiples<sup>284</sup> Julia Nayav y Herlinda del Castillo, y las actrices Lupe Frago, Julia Carrasco y Conchita Rodríguez; así como los cómicos Hernán Vera, Rafael Hitta y Enrique Cisneros.

Uno de los más grandes atractivos de la carpa eran las tiples y los cómicos —y

---

<sup>283</sup> *Ibidem*, pp. 204-205.

<sup>284</sup> Tiples: en el teatro de revista designaba a la cantante con voz más aguda.

es lo que más resalta en la tipografía del cartel— dado que, al principio, se representaban los personajes heredados de la Revista Mexicana: el indio, la beata, los borrachos y la prostituta, y luego todo terminaba con los atrevidos bailes caribeños de las carperas (mambo, rumba) que transgredían las normas morales de la época con sus movimientos exuberantes. Como refiere la especialista Socorro Merlín:

“Sus principales núcleos temáticos hacen referencia al cuerpo y a lo relacionado con las pulsiones primarias: la vida, la muerte y el eros [...] una carpera se adorna, se maquilla, se viste brevemente, usa tacones altísimos”.<sup>285</sup>

Por otro lado, la temática de las carpas resultaba también un elemento muy atractivo, ya que con una serie de improvisaciones, actores genéricos y cómicos, llegaron a revivir los hechos políticos más importantes de la historia. Caracterizaban de forma descarnada las debilidades y los muchos deslices de los políticos, motivo por el que varios actores fueron perseguidos o encarcelados (algunos tuvieron que exiliarse mientras salía el presidente en turno).

En el cartel referido se puede ver que varios títulos no indican autor alguno; hasta donde tuvo alcances esta

---

<sup>285</sup> Merlín, Socorro. *Op. cit.* p. 46.

investigación, no se encontró registro de las obras que componían el programa, por lo que se puede inferir que muchas eran improvisaciones, incluida la que se anuncia como estreno del viernes próximo y que se clasifica como “drama socialista”. En este sentido, Merlín hace notar que en ocasiones las comedias eran adaptaciones de obras conocidas por autores españoles o revistas mexicanas, arregladas al momento por la mano del director.

Otro elemento importante en el discurso de este cartel es el que corresponde a las localidades. Se puede notar que no había una jerarquía, puesto que todas las entradas costaban cinco centavos y en ese tiempo resultaba una localidad económica. A ello se alude en el mensaje dirigido al público, al que se califica como “altamente ilustrado” y se le conmina a divertirse con poco dinero.

Antes de abordar las características del teatro de los siguientes años y el contexto en el que se insertan los discursos de los carteles de esas décadas, es importante resaltar algunos aspectos de la dramaturgia posrevolucionaria, dado que a partir de los años veinte comenzaron a gestarse cambios perceptibles en la producción dramática, consecuencia de la

situación social y política, y de las adecuaciones de modelos y estructuras literarias norteamericanas, europeas y nacionales (sobre todo las de carácter popular), como lo refiere el Dr. Alejandro Ortiz, quien señala:

“Las formaciones discursivas que van incorporándose al panorama de la creación dramática en México proveen de múltiples perfiles estéticos al teatro nacional, y no sólo uno, como podría pensarse. En realidad, la cultura nacional del siglo XX –posrevolucionaria– es un proceso dialógico entre numerosas voces e interlocutores.”<sup>286</sup>

Así, durante los siguientes años –sobre todo respecto de la producción dramática de los años treinta y cuarenta– comenzó a verse una gama de orientaciones creativas, desde las vanguardias, con autores como José Gorostiza, Germán Cueto y Bernardo Ortiz de Montellano, hasta las propuestas nacionalistas, con autores como Rafael M. Saavedra y Efrén Orozco, y la propuesta de la recuperación de una temática revolucionaria del grupo Teatro de Ahora, con autores como Mauricio Magdaleno y Juan Bustillo Oro<sup>287</sup>, que durante los años treinta dieron vida al teatro Hidalgo.

---

<sup>286</sup> Ortiz Bulle Goyri, Alejandro. *Cultura y política en el drama mexicano posrevolucionario (1920-1940)*. Alicante: Cuadernos de América sin nombre, 2007, p. 37

<sup>287</sup> *Ibidem*. p. 45-75

LOS AÑOS 30 Y 40, DEL BOLERO NOSTÁLGICO  
DE LARA AL MAMBO DE PÉREZ PRADO: EL  
APOGEO DE LAS CARPAS Y DEL TEATRO DE  
VARIEDADES

A comienzo de la década de 1930, el Estado mexicano presentaba un panorama político un tanto disímil; por un lado el régimen conservador callista y por el otro la transformación revolucionaria cardenista.

Durante los gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles se sentaron las bases de una reforma social y sus tendencias en favor de un desarrollo capitalista a la manera europea, desde luego, favoreciendo a los empresarios y reprimiendo a los obreros. Durante el cardenismo, por el contrario, las transformaciones, sobre todo en el orden cultural e ideológico, estarían a favor de los grupos obreros y trabajadores en general.

Al llegar a la presidencia, el general Lázaro Cárdenas promovió varios cambios sociales en favor de la clase trabajadora. También encaminó sus políticas culturales y educativas hacia la renovación del pasado revolucionario e indígena.<sup>288</sup> La educación de orientación socialista era parte del diseño de las políticas educativas

y culturales de Cárdenas y según se hace constar, trató de:

“llevar a sus últimas consecuencias el aspecto nacional y popular de la revolución, con énfasis en la educación indígena, la exaltación de valores culturales de los grupos étnicos y la reivindicación del pasado histórico; postula una cultura para las mayorías populares entre campesinos, obreros e indígenas.”<sup>289</sup>

De esta manera, los medios de comunicación masiva, sobre todo la prensa, el cine y la radio dieron un lugar privilegiado a las expresiones populares de corte nacionalista. Evidentemente, las políticas culturales del gobierno cardenista, como lo apunta el Dr. Pérez Montfort, se identificaron “mucho más con los charros cantores, con las chinas poblanas, con los indios de calzón blanco y huarache, que con el urbano de sombrero Borsalino y traje cruzado”.<sup>290</sup>

Así pues, la de los años treinta fue una década de cambios importantes en México, y en la capital comenzó a correr la llamada época dorada de la radio, una de las mayores distracciones del pueblo capitalino.

---

<sup>288</sup>En febrero de 1934, pintores, escritores y músicos se reunieron para fundar la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR), dentro de la cual se consagraría el movimiento muralista, y que en los años subsecuentes se encargaría de difundir el arte popular

---

<sup>289</sup> Panorama de las políticas culturales del México Postrevolucionario. Plan Nacional de Educación. México, SEP, 1977. Secretaría de Educación Pública.

<sup>290</sup> Pérez Montfort, Ricardo. “La ciudad de México durante el sexenio del general Lázaro Cárdenas”, en *Juntos y medio revueltos*. México: Uníós, p. 31

Desde aquella mañana memorable del 18 de septiembre de 1930 en la que “la voz de la América Latina” comenzó a surcar los aires, la radio se encargó de difundir la música de Tata Nacho, Manuel Esperón, Chucho Monge, y más tarde, la de los ídolos de la pantalla grande, estereotipos de la cultura ranchera y urbana: Jorge Negrete, Pedro Infante, Lucha Reyes y el Trío los Calaveras.

“La hora íntima” de Lara (después la Hora Azul) comenzó a escucharse por la frecuencia de la recién inaugurada XEW. Agustín Lara fue uno de los artistas de carpa que, al igual que otros autores musicales, pudieron dar a conocer sus interpretaciones por las ondas sonoras que cubrían un amplio territorio nacional.

La segunda mitad de los años treinta puede considerarse como la época dorada de la radio en México. Los aparatos radio-transmisores y sus ondas hertzianas comenzaron a inundar los hogares. La vida cotidiana en los hogares estaba también en el seguimiento de los concursos patrocinados por Colgate Palmolive, jabón la Corona, la Sal de Uvitas Picot y desde luego El Buen Tono, que daban a conocer los nuevos valores de la música ranchera y el bolero nostálgico. A mediados de los

treinta, la difusión de la radio fue tan acelerada que “de las 57 radiodifusoras con las que el país contaba en 1934, hacia 1940 ya eran cerca de 100”<sup>291</sup>.

Otras de las distracciones del ciudadano mexicano eran los cabarets y los salones de baile que también en esa época comenzaron a dispersarse por varios la Ciudad. En los años veinte se inauguró el famoso Salón México (también conocido como el “marro”, por los concursos de bailes y por el tipo de asistente, “calaveras”, padrotes o ficheras”); el Agua Azul, en Allende y Libertad (al que asistían choferes, mecánicos, carpinteros y albañiles, y a veces personalidades como el famoso boxeador “Chango” Casanova), en el que llegó a trabajar Agustín Lara a finales de los años veinte; después, el Salón Corona; y a mediados de esa década, La linterna Verde, a un costado del Colegio las Vizcaínas<sup>292</sup>.

En esos espacios noche a noche se lustraba el piso con los ritmos caribeños de las orquestas, se veía alternar las piernas enfundadas de seda y chispeantes zapatos de charol alto de las damas con los

---

<sup>291</sup> *Ibidem*, p. 41

<sup>292</sup> Jiménez, Armando. Cabarets de antes y de ahora en la Ciudad de México. México, Plaza y Valdés: 1997.

lustrados zapatos de hombres de trajes holgados.

El billar y las funciones de box formaban parte de los gustos de los caballeros, pero también el cine y sus recientes producciones nacionales<sup>293</sup>, y sobre todo el teatro de cabaret y los espectáculos carperos.

En esos tiempos de “Don Plutarco”, como lo señala Pablo Dueñas<sup>294</sup>, se estrenaron obras como: *Según te Portes, Gil; El nopalito* (mote del Pascual Ortiz Rubio); *De Calles y de Portes; Adiós, Calles viejas*; y otras tantas que abarrotaron aquellos escenarios y algunas carpas. Éstas fueron favorecidas económicamente durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, quien, como lo señala la Dra. Socorro Merlín, “pretendía organizar a las masas del gobierno y por eso se facilitaba la formación y organización de sindicatos, como la de los carperos”<sup>295</sup>.

En el ámbito escénico, la década de los treinta trajo nuevas propuestas en la dramaturgia, que venían gestándose desde la década anterior. Un ejemplo fue la del Teatro de Ahora cuyas temáticas sobre el reparto agrario, la explotación petrolera,

entre otras, fueron llevadas a escena con las nuevas técnicas de dirección escénica, influencia de Erwin Piscator<sup>296</sup>.

En febrero de 1934 Roberto Soto estrenó la revista titulada *El último fresco*, que incluía un telón pintado por Diego Rivera, y el 29 de septiembre de 1934 se inauguró, después de más de treinta años de espera, el Palacio de Bellas Artes, con el discurso del presidente Abelardo L. Rodríguez y la presentación de *La verdad sospechosa*, de Juan Ruíz de Alarcón.

A partir de la crisis de 1929 muchos teatros cerraron, otros se convirtieron en cines y en consecuencia se comenzaron a construir o a rentar teatros modestos, jacalones y carpas. Varias compañías tuvieron que rentar espacios de esta naturaleza y otras se permitieron probar suerte en esos escenarios. Fue el caso de compañías como la de Esperanza Iris en el Hidalgo, cuyo repertorio incluía números musicales, variedades y espectáculos de títeres. También en esos años en el mismo escenario se presentaban obras de corte tradicional y del gusto del público popular, como refiere el corpus de este trabajo.

---

<sup>293</sup> En el ámbito cinematográfico en 1934 Arcady Boytler estrenó una de sus mejores cintas: *La mujer del puerto*, producción que colocó a Andrea de Palma como la primera diva del cine nacional.

<sup>294</sup> Dueñas, Pablo. *Op. cit.* pp. 144-145.

<sup>295</sup> Merlín, Socorro. *Op. cit.* p. 28.

---

<sup>296</sup> Ortiz Bulle Goyri, Alejandro. *Op. cit.* pp. 75-96

- **El teatro Hidalgo y el drama clásico español**

Casi al final de los años veinte el teatro Hidalgo había tenido temporadas regulares y, como se vio en el apartado anterior, algunas organizaciones obreras lo utilizaron para obras de beneficencia.

A inicios de los años treinta la compañía de Ricardo Mutio reacondicionó el local y presentó algunos dramas clásicos; más tarde fue ocupado por la Compañía del Teatro de Ahora, cuyas funciones alternaban con otras puestas en escena, entre ellas la temporada que tuvo la compañía de Esperanza Iris<sup>297</sup>.

La noche **del jueves 6 de noviembre de 1930** el **teatro Hidalgo** anunciaba la nueva puesta en escena de *Don Juan Tenorio* que era, según el cartel, tradicional e inimitable en ese escenario (**cartel 9**). Asimismo, se daba a conocer que casi todo el montaje era nuevo: el vestuario, el decorado, y sobre todo los bailes tradicionales ejecutados por las niñas de la clase de Baile de la Escuela Popular Nocturna de Música (aspecto relevante en esa puesta en escena). Los precios de las

localidades iban de los 30 centavos a los nueve pesos la platea con seis entradas.

Se trataba del montaje renovado de una obra clásica del gusto del público, dado que, como se refieren en la nómina de teatros capitalinos y en la *Reseña Histórica* de Olavarría y Ferrari, *Don Juan Tenorio* se venía presentado todos los meses de noviembre en diferentes escenarios de la capital, al lado de montajes como *La llorona, o el alma en pena*, del dramaturgo mexicano Francisco Neve.

La compañía que entonces se presentaba en el teatro Hidalgo estaba dirigida por Ricardo Mutio, uno de los galanes más cotizados de los años posrevolucionarios. Más tarde fundó su compañía y trabajó muy de cerca con María Teresa Montoya<sup>298</sup>. Posteriormente se unió al proyecto de la compañía del Teatro de Ahora, con funciones también en el Hidalgo.

- **La Iris en el Hidalgo**

Esperanza Iris fue un icono del teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX. Tras haber representado algunos papeles pequeños logró hacer su debut precisamente en teatro de revista, con un papel

---

<sup>297</sup> Posteriormente el teatro siguió presentado espectáculos modestos, hasta que a mediados del siglo XX el Estado ordeno su demolición (Fue reconstruido a Espaldas del Teatro Bellas Artes).

---

<sup>298</sup>Ceballos, Edgar. *Diccionario enciclopédico básico del Teatro Mexicanos*. México: Escenología; 1996, p. 317.

de vendedora de periódicos. No obstante, sus dotes de actriz de carácter la llevaron a convertirse en una verdadera diva.

Con la apertura de su teatro, Esperanza Iris comenzó una larga trayectoria de puestas en escena, de las que fue productora, directora e intérprete. Considerado templo de la revista mexicana, el teatro Esperanza Iris fue acusado algunas veces de ligero e inmoral, pues “en su cartelera se anunciaron obras de gran importancia para el género ínfimo durante los veinte, treinta y cuarenta, hasta que poco a poco fue declinando el gusto por este tipo de obras”<sup>299</sup>.

La noche del **11 de diciembre de 1933** el **Teatro Hidalgo** y la Empresa Palmer-Díaz (que pertenecía al ex esposo de Esperanza Iris, el barítono y empresario Juan Palmer), presentaban el sorprendente éxito de Esperanza Iris *La viuda alegre*, acompañada por las marionetas italianas Salici que presentaba un espectáculo europeo de fama mundial (**cartel 10**). Para el día siguiente se anunciaba el estreno de *La duquesa de Bal-Tabarín* y la oración para la India (plegaria de la actriz a la Virgen de Guadalupe).

Este repertorio era semejante al que se anunciaba en la nómina de teatros de esos años en carpas como la Colonial y otras<sup>300</sup>. *La viuda alegre* y *La duquesa del Bal Tabarin* son dos operetas cuyas temáticas sentimentales, amorosas y con final feliz funcionaban perfectamente como meros distractores. Por otro lado, con la interpretación de *La viuda alegre* a cargo de los títeres italianos, este tipo de espectáculos eran aún más ligeros y aptos para todo tipo de público.

Como patrocinadores se anunciaban las cervezas Carta Blanca, Bohemia, Monterrey y Closter que, según se anunciaba, eran las de mayor consumo. Casi a finales del siglo XIX, la Cervecería Cuauhtémoc se estableció en Monterrey y aunque en 1890 en Orizaba se inauguraron las instalaciones de la Cervecería Moctezuma y para 1925 en la Ciudad de México las de la Cervecería Modelo, las marcas de mayor consumo tanto en casi todo el país eran las que pertenecían a la empresa nortea, y ya a inicios de los años

---

<sup>299</sup> Dueñas, Pablo. *Op. cit.* p. 72.

---

<sup>300</sup> Ver: Nómina de los teatros capitalinos y de las obras o espectáculos en ellos ofrecidos desde octubre de 1911, hasta junio de 1961.

treinta habían iniciado las exportaciones de su producto<sup>301</sup>.

Un aspecto relevante, que ya se destacó en el análisis formal, es la imagen de Esperanza Iris, quien en la fotografía se encuentra ataviada con sombrero ranchero y vestido típico mexicano; pese a que en el repertorio no se incluyen más que canciones y “cosas de España”, es evidente que se pretendía salpicar un poco el discurso con elementos nacionalistas, además se resaltaban algunos aspectos simbólicos con la alusión a la oración de la India hacia la Virgen de Guadalupe, interpretada magistralmente por la actriz.

Sobre esta temporada, Esperanza Iris llegó a escribir en una de sus notas de diario que su debut en el Hidalgo había sido bonito, aunque el negocio era flojo<sup>302</sup>. Pero el que no fue un negocio “tan flojo” fue el del Follies, cuyo estreno y reapertura en Santa María la Redonda, incluían a las ya grandes estrellas Cantinflas, Shilinsky y Amelia Wilhelmi.

- **La apertura del Follies**

---

<sup>301</sup> Contreras, Camilo e Isabel Ortega. (Coordinadores). *Bebidas y regiones. Historia e impacto de la cultura etílica en México*. México: Plaza y Valdés, 2005, p. 90.

<sup>302</sup> Anotación procedente de una libreta agenda de bolsillo, que la artista usaba como libreta de notas. Estas notas fueron recuperadas en la que podría ser la más completa biografía de Esperanza Iris, cuya edición, estudio introductorio notas e índices corresponden a Sergio López y Julieta Rivas en el libro. *Esperanza Iris la tiple de hierro*. México: CITRU-INBA, 2002, p. 170.

Llamado anteriormente Teatro Garibaldi, este local siempre había sido considerado un teatro de barriada debido a su ubicación. En esa década el empresario Pepe Fustemberg decidió reactivarlo y montar revistas musicales. Así, en pleno auge del espectáculo carperil, la noche del **jueves 15 de octubre de 1936** se anunció la regia inauguración del teatro **Follies Bergere**, antes Garibaldi, con un cartel de variedades que incluía a las que poco a poco iban ya identificándose como las máximas estrellas de la carpa: Cantinflas, Shilinsky, Amelia Whilhelmy, Manuel Medel, Don Catarino y otros<sup>303</sup> (**cartel 11**).

Pepe Fustemberg vio en el teatro de variedades y de revista una oportunidad para hacer fortuna; sin embargo, como las localidades no podían ser tan elevadas ante la fuerte competencia, pocos años después vendió el local al “Chato” Guerra.

El programa que se ofrecía era variado y atendía la estructura que describe la especialista Socorro Merlín: la primera tanda iniciaba con una revista en un acto y 16 cuadros, cada uno compuesto por canciones, sketches y bailes de mucha-chas y vedettes. Éstos alternaban con una

---

<sup>303</sup> Años más tarde alternaron en ese mismo teatro Germán Valdés Tin-Tan y el enano Tun-Tun. Al final de los años cincuenta se llamó Molino verde, pero en breve cerró sus puertas.

improvisación, cuadros acrobáticos, música (en este caso interpretada por la orquesta del Chino Ibarra, famoso en salones de baile) y algunos cuadros de chistes.

La segunda tanda estaba compuesta por una revista, también dividida en varios cuadros que cuyo autor se refería en el cartel (como se indicó en el apartado anterior, no eran creaciones propias sino adaptaciones de cuadros clásicos que hacía el director de escena o el mismo empresario). En esta revista alternaba los cuadros de bailes y sketches improvisados —en los que abundaban los chistes de doble sentido—, con la participación musical del Chino Ibarra.

El horario era muy amplio y había permanencia voluntaria. El espectáculo iniciaba a las 7:00 y la última tanda terminaba a las 11:30, así que el público favorecedor de esos eventos era por lo general los mismos “tandófilos” que gustaran de las variedades nocturnas.

En este tipo de montajes resultaba infaltable la participación de los estereotipos de la cultura popular (el “peladito”, los “inditos”, las “exuberantes”, los magos, ventrílocuos y payasos, la “borrachita”, la pareja cómica, los malabaristas, entre otros).

Los precios eran diversos y económicos, pues iban de los 30 centavos a un peso, además de tratarse una función de permanencia voluntaria, a la que el asistente podía quedarse. En cuanto a los patrocinadores, simplemente se anunciaba un restaurante que se encontraba también en el centro de la ciudad y se apelaba a que en ese lugar comían “las estrellas”.

La mayoría de obras que se anunciaban eran, como menciona la Dra. Merlín, adaptaciones e improvisaciones; en este caso, adaptaciones del director de escena, Manolo Arvide. Del mismo modo, llegaban a montarse obras de autor, como se puede apreciar en el cartel, pues en los brazos se anticipa que el próximo estreno sería la obra *Sin ton ni son*, de Carlos Rivas Larrauri, pieza en la que se abusaba de un lenguaje suburbano<sup>304</sup>.

Entre los actores más importantes del momento destacaban Amelia Wihelmy, Cantinflas y Manuel Medel. De Amelia Wihelmy, “la Willy”, el diccionario del teatro mexicano señala que era originaria de Mazatlán y había iniciado su carrera a los cinco años de edad. Tras haber trabajado en teatro de revista, fue descu-

---

<sup>304</sup>Rivas Larrauri fue un autor más conocido por sus composiciones líricas, como *Por qué me quité del vicio*, *Pue'que me rajara*, por esto era llamado también el “Poeta del arrabal”.

bierta por el empresario Fernando Soto, quien la llevó a debutar en el Teatro María Tepaches, después en el Tívoli. Su caracterización básica era la de “la borrachita” callejera<sup>305</sup>. Tras haber inaugurado el Follies, Amelia consiguió varios papeles en cine y, bajo la dirección de Ismael Rodríguez, participó en *Nosotros los pobres* y *Ustedes los ricos*, filmes en los que interpretó su misma creación carperil, la Guayaba, bebedora de pulque que actuó al lado de su comparsa, Delia Magaña, “la Tostada”.

Este espacio es insuficiente para reseñar la biografía de Mario Moreno “Cantinflas”, por lo que sólo se mencionan algunos detalles de su trayectoria, hasta el momento en el que inauguró el Follies.

Considerado el actor cómico más famoso de México —sin olvidar a Tin Tan—, Mario Moreno creció en la colonia Santa María la Rivera, famosa cuna de boxeadores, toreros y vedettes. Inició su carrera como boxeador y después se inclinó por el canto y el baile, pero su escuela de actuación fue la carpa. Debutó a finales de los años veinte como bailarín de segunda, en la Rosete, ubicada en San Antonio Tomatlán, en la que se anunciaba como

“Cantinflitas parodista” al lado de Yoli-Yoli, quien se adjudicara la caracterización de maquillaje del actor. Se trataba de un tipo peladito estilo “Chupamirto”: pantalones holgados, tirantes, sombrerito y zapatos raídos.

En la década de los años treinta, Cantinflas ya había trabajado en carpas como la Rosete, el Salón Rojo (al lado del Chicote) y la Noris; en 1936 ya era ampliamente conocido en los bajos mundos del espectáculo. Su nombre en programas y carteles era garantía de pasar un buen rato. Para la inauguración del Follies, Cantinflas fue anunciado como uno de los principales actores, pues el tamaño de la tipografía en el cartel así lo denotaba. Cantinflas también participó en otros teatros, de los que se hablará más adelante, y que le permitieron darse a conocer aún más en el medio y llegar a la Columbia Pictures<sup>306</sup>.

Pablo Dueñas anota que tras la llegada y triunfo de Cantinflas al Follies, “se hicieron intentos por tornarlo revistero y escribirle rutinas de acuerdo a su peculiar modo de hablar”<sup>307</sup>. De esta manera, durante los años siguientes el actor

---

<sup>305</sup> Ceballos, Edgar. *Op. cit.* p. 533-534.

---

<sup>306</sup> Ceballos Edgar. *Op.cit.* p.309

<sup>307</sup>Dueñas, Pablo. *Op.cit.* p. 167

protagonizó *El Águila de Cantinflas*, *El Informe de Cantinflas*, entre otras.

El caso de Manuel Medel es similar al de Cantinflas pues, sin estudios previos de actuación, desarrolló su talento en “las tablas”. Poco a poco se hizo popular; pero logró fama cuando encabezó los espectáculos más importantes del teatro Politeama, a mediados de los años treinta. De allí fue contratado para la apertura del Follies y, al lado de Cantinflas, encabezaron el elenco principal de la inauguración.<sup>308</sup>

- **El cambio de régimen**

Vino la época de la consolidación del capitalismo, los años devastadores de guerra en Europa y de industrialización en México, la también conocida como época del “desmadre reverente”, la que quitó a los generales la dirección de México y la dio a los licenciados; los vertiginosos años entre el avilacamachismo y el alemanismo, durante los que fue evidente la transición de un pueblo agrícola, a uno medianamente industrial<sup>7</sup>.

Hacia los años cuarenta, el camino a la industrialización se reflejó en las políti-

cas culturales, en las que “se recogía lo mejor de la corriente nacionalista para darle una expresión moderna y original”<sup>309</sup>. Por eso se impulsó el desarrollo de las artes escénicas, el teatro y la danza, y de una plástica en la que se retomaban las raíces nacionales indigenistas, combinadas con técnicas estéticas de otras latitudes, sobre todo las de Estados Unidos de América.

Desde mediados de los años treinta, el cosmopolitismo y el paso a la industrialización se observaba en la Ciudad de México, en sus calles bulliciosas por las que circulaban los tranvías al lado de los Citroën, Alfa Romeo, Packard o Cadillac de los nuevos empresarios que comenzaban a congestionar las calles.

Acapulco y las Lomas de Chapultepec se pusieron de moda para los ricos de esos años, quienes compraban títulos nobiliarios, objetos importados con clase, “toneladas de buen gusto” o practicaban el jai alai.<sup>310</sup>

Para los miles de capitalinos, la radio seguía siendo el medio de comunicación más popular, y a través de sus ondas los ciudadanos se enteraban de los hechos más sobresalientes en el mundo y

---

<sup>308</sup> Manuel Medel también participó en cine. Su éxito más grande fue *La vida inútil de Pito Pérez*, de R. Romero. En Ceballos Edgar. *Op.cit.* p. 281

<sup>7</sup> Monsiváis, Carlos, en la obra de Rafael Loyola, *Entre la guerra y la estabilidad política, el México de los 40*. Grijalbo-CONACULTA, Col. Los noventa, México 1990, pág. 278.

---

<sup>309</sup> Panorama de las políticas culturales del México Revolucionario. SEP, México, 1977

<sup>310</sup> Monsiváis Carlos. *Amor perdido*. México: Era, 1977, p. 159

en México – como la toma de posesión de los presidentes y los boletines de guerra– y disfrutaban de los éxitos del Flaco de Oro, de Chucho Monge.

La radio, los salones de baile o cabarets, como Los Ángeles o el Salón México, los establos de box, alguna feria de aire provinciano, las carpas y el cine y su notable producción de la “época de oro”<sup>311</sup> eran las distracciones populares del pueblo noctámbulo.

Durante la época de oro, se definieron los estereotipos más apreciados del cine mexicano y que más se exportaron a otras latitudes. Con el estreno de *Nosotros los pobres* y *Ustedes los ricos*, creaciones de Ismael Rodríguez<sup>312</sup>, se retrataron algunos de los personajes estereotipados de las carpas: el “peladito”, “la borrachita”, el “papelerito”, la mujer pública, el galán de barrio, el *new* “bracero”, el obrero, el “licenciado corrupto”, el rancharo ingenuo, entre otros<sup>313</sup>.

A finales de la década de 1930 ya se habían importado nuevas formas de

expresión escénica, sobre todo de espectáculos norteamericanos y musicales hollywoodenses, pero representados con personajes de estética rural y otros tipos urbanos, que se consolidaron gracias al cine de esos años y que se representaban también en los teatros de variedades y carpas diversas<sup>314</sup>. De este modo, el teatro de variedades de los años cuarenta y cincuenta ofreció a sus asistentes cuadros estilo burlesque, como los del Ideal, conocido entonces como “La casa de la risa”.

Teatros como el Esperanza Iris, que acogieron también en sus tablados a músicos y artistas del gusto del gran público, fueron abriendo sus puertas para ofrecer espectáculos importados en los que alternaban magia, música ranchera y boleros, con coreografías estilo norteamericano, como el caso del Colonial y el Margo y otros escenarios en San Juan de Letrán.

Para ese momento el teatro ya no solamente presentaba obras de dramaturgos, sino que también abría sus puertas a los espectáculos de variedades musicales,

---

<sup>311</sup> Durante esta década destacaban las producciones de Juan Bustillo de Oro, Fernando de Fuentes y Miguel Zacarías.

<sup>312</sup> Martínez Assad, Carlos. *El cine como lo vi y me lo contaron...*, en la obra de Rafael Loyola. *Op. cit.* pág. 259.

<sup>313</sup> El cine nacional también importó otros estereotipos como: las divas bellas y elegantes con Dolores del Río o María Félix; el tipo ricachón y engreído personificado por Jorge Negrete; el inmortal galán de barrio, Pedro Infante; el pachuco trompudito y bailarín, Tin-Tan y el lenguaraz, pero ingenuo Cantinflas.

---

<sup>314</sup> También estaba el otro teatro, el de Bellas Artes, donde se presentaban obras de autores extranjeros como O’Neill o García Lorca con reconocidos directores, como Fernando Wagner o Celestino Gorostiza, y actrices de la altura de Clementina Otero e Isabela Corona.

excentricidades y otros tantos. Desde luego, había otras grandes ofertas: el teatro universitario de ese momento representaba obras de dramaturgos nacionales y de las vanguardias europeas; el teatro de las artes de Seki Sano presentaba fragmentos de obras de Bruno Traven, como *La rebelión de los Colgados*; y el teatro dependiente del Departamento de Bellas Artes de la SEP, montaba obras de List Arzubide, Xavier Villaurrutia y otros.<sup>315</sup>

- **El teatro Colonial**

Conocido popularmente como el “Colonias”, este teatro fue inicialmente una carpa de grandes dimensiones que funcionaba desde los años veinte y se ubicaba en San Juan de Letrán No. 57. Fue construido por Alfonso Brito y “poco a poco se convirtió en el teatro más grande de las clases media y baja”<sup>316</sup>. Fue clausurado pocos años después de la fecha de la que data nuestro cartel de análisis de este local.

Alfonso Brito, conocido como “el Sultán de San Juan de Letrán”, sabía muy bien del negocio de los espectáculos populares y logró que en sus escenarios Palillo, Cantinflas, Lupe la Criolla y otros tuvieran sus mejores temporadas. De ese modo,

para el **28 de julio de 1940** el **Teatro Colonial** anunciaba la arrolladora presentación de Palillo, Elisa Berumen y Don Chicho, acompañados de otro cuadro de actores entre bailarines y músicos (**cartel 12**).

Era un espectáculo con amplia duración que prometía –según el discurso– dos estrenos: el primero titulado *La marcha del tiempo* y el otro, *Pura Música*, ambos adaptaciones o creaciones del mismo Brito y de Gandolín y Uranga; directores escénicos y de música. Se trataba de obras musicales acompañadas de sketches, como todos los de la carpa, y algunos chistes o pequeñas parodias<sup>317</sup>.

En cuanto al cuadro de actores, el elenco estaba encabezado por el popular actor Palillo –que para entonces ya era conocido ampliamente por los asiduos al teatro de carpa– y Elisa Berumen.

Palillo había iniciado su carrera desde muy joven como comparsa en algunas zarzuelas. Su debut profesional lo hizo en la carpa Obrero, en Guadalajara. Llegó a la capital en los años treinta y comenzó a trabajar al lado del “Chicote” y como ayudante del famoso “Don Chicho”. Actuó en el teatro-carpa Colonial durante siete años consecutivos, después se mudó

---

<sup>315</sup> Ver cronología del teatro de los años cuarenta en la sección “Hay que ser modernos”, Moncada, Luis Mario. *Op. cit.* pp. 161-190.

<sup>316</sup> Ceballos, Edgar. *Op.cit.* p.110.

---

<sup>317</sup> Merlín, Socorro. *Op. cit.*, p. 45.

al Follies Bergere –donde tuvo su mejor época–, justo en la década de los cuarenta. Palillo fue uno de los actores preferidos con su interpretación tipo clown irreverente o “rojilla”, como lo tildaban algunos periodistas, pues sus críticas más duras eran hacia el sistema político, por lo que fue encarcelado más de once ocasiones<sup>318</sup>.

Por su parte, Elisa Berumen había iniciado al lado de Leopoldo Beristain “el Cuatezón” y su compañía de revistas; poco a poco adquirió fama y más tarde se convirtió en empresaria de su propia carpa “La Berumen”.

En cuanto a los precios, se anunciaba que para toda la tarde la luneta tendría un costo de 80 centavos, semejante al de las otras carpas del momento, y como patrocinadores se encontraba la Casa Gutiérrez, el “Coco de los plumíferos”, para ese momento una de las casas de plumas más populares de la Ciudad, ubicada en la calle de Bolívar y cuyo dueño era asiduo a los espectáculos de revista y carperiles.

- **El teatro Follies y Fu-Manchú**

Dentro del teatro de variedades de los años cuarenta estaban los espectáculos de ven-

trílocuos, magos e ilusionistas, semejantes a los que se ofrecían en las carpas, donde alternaban los sketches, música, parodias y bailes estilo norteamericano. Así, la noche del **31 de octubre de 1941**, el Follies (ver datos del teatro en cartel 11) ofrecía un programa que incluía este tipo de espectáculo (**cartel 13**).

El evento lo encabezaba el famoso ilusionista Fu-Manchú. La obra era nada más y nada menos que *el Tenorio* (obra clásica que continúa presentándose de manera a finales de octubre e inicios de noviembre), adaptado como espectáculo mágico y musical.

David Bambert, mejor conocido como Fu-Manchú, pertenecía a una familia de magos e ilusionistas europeos. Desde muy joven comenzó a trabajar con los magos de su familia, pero fue hasta que emigró hacia América –a Buenos Aires– cuando adquirió fama. En la década de 1940 llegó a México y supo captar la atención de varios empresarios de diversiones y más tarde participó en cine.

Más allá de su fama, la naturaleza del espectáculo de Fu-Manchú garantizaba teatro lleno, pues desde tiempo atrás los espectáculos circenses y los jacalones, como el Arcaydo, se llenaban casi todas las

---

<sup>318</sup> Ceballos, Edgar. *Op.cit.* p. 276.

noches debido a las tandas en las que se ofrecía una mezcla de “teatro de revista, obras de teatro, títeres, bailes, canciones, vistas, dioramas, magos y números circenses”<sup>319</sup>. Los precios eran parecidos a los del Colonial: la luneta costaba un peso y la galería en 50 centavos.

- **El Iris y su espectáculo de variedades**

El teatro Xicoténcatl, después Esperanza Iris (hoy de la Ciudad), fue inaugurado el 27 de abril de 1912 con la ópera *Aída*, de Verdi. Seis años después Esperanza Iris, actriz de revista y empresaria, lo adquirió y bautizó con su nombre, transformándolo y equipándolo para reinaugararlo el 25 mayo de 1918 con una opereta dirigida y representada por su propia compañía.

Durante sus primeros años de existencia el teatro ofreció espectáculos diversos de zarzuela y opereta, pero al paso de los años su “prestigio de teatro de comedia, no pudo sustraerse de la corriente ‘alburera’ de los veinte y treinta, convirtiéndose en un reducto del género sicalíptico”<sup>320</sup>; después simplemente se distinguió por sus espectáculos de variedades donde figuraban estrellas del gusto popular, como

en el programa que se ofrecía el **11 de noviembre de 1943**, y que estaba encabezado por Paco Miller, Agustín Lara, Tata Nacho, Los Calaveras, María Victoria y La Panchita y Tin Tan (**cartel 14**).

En el espectáculo del 27 de abril, el Iris anunciaba como apertura la participación del ventríloquo Paco Miller y su muñeco Don Roque. Edmundo Jijón Serrano, Paco Miller, era un actor que para entonces se había convertido en empresario, después de haber recorrido varias partes de la República con su creación, Don Roque, un muñeco de madera manipulado por Miller y del que hacía, según las crónicas, una voz “tipluda y amable”.

Fue Paco Miller quien bautizó al célebre Tin Tan, que antes se presentaba como Topillo Tapas, un cómico irreverente que trabajaba en el Teatro Estudio de Ciudad Juárez, un poco antes del año que refiere nuestro cartel. Paco Miller conoció al cómico en Ciudad Juárez y lo invitó a trabajar en su compañía de espectáculos y comicidades (en la que ya actuaba el que sería “carnal” y comparsa de Germán Valdés). Durante una gira por California Tin Tan perfeccionó su ya caracterizado pachuco de barrio emigrado de Estados

---

<sup>319</sup> Merlín, Socorro. *Op.cit.* p. 86

<sup>320</sup> Dueñas, Pablo. *Op.cit.* p. 40

Unidos de América<sup>321</sup>: traje holgado, tirantes, zapatos chatos, reloj con cadena y sombrero con vistosa pluma o pelo engominado.<sup>322</sup>

En noviembre, la compañía llegó a la Ciudad de México y la empresaria Esperanza Iris y su segundo esposo, el tenor Francisco Sierra, decidieron ofrecer un espacio a Paco Miller —cuyas virtudes ya conocían— y a su equipo. Justo en esa temporada el actor debutó en la capital, como el “nuevo As del Teatro Mexicano”, según refiere el cartel.

El número musical de la función era encabezado por “el Flaco de Oro” Agustín Lara, quien para ese momento ya había pasado su “etapa burdelera”<sup>323</sup>, actuado como intérprete musical en la compañía de revistas con el Panzón Soto, acompañado a divas como Celia Montalván, Eugenia “la Negra” Galindo, Eva Betri y otra bellas intérpretes y bailarinas, debutado cinematográficamente en películas como *Santa* (1932), *Novillero* (1937) y *El Organillero*

(1939), y cantado en múltiples ocasiones en los estudios de la W.

Inconfundible, la música de Lara era conocida en el ambiente popular, igual que la de la cancionera Panchita —quien se anunciaba en el cartel como “Reina Joven” de la canción ranchera—, la de Tata Nacho —cuya rondalla cerraría el programa— y la de la joven María Victoria, quien comenzaba a participar en teatro de revista, Todos ellos, surgidos del teatro de variedades, se consolidaron más tarde en el Cine Nacional.

Finalmente, el programa advertía del debut de Cantinflas, un cómico consolidado, sobre todo por su reciente película *Ahí está el detalle*, dirigida por Juan Bustillo de Oro en la que seguía personificando al “peladito” irreverente y cuyo monólogo definiría la modalidad verbal de la cantinfleada<sup>324</sup>.

Los precios de las localidades eran parecidos a los de otros teatros que hemos referido, iban de los 70 centavos (segundo piso) a los 5 pesos (la luneta numerada en las primeras filas).

- **La apertura del Teatro Margo**

---

<sup>321</sup>Con respecto al tipo de personaje, la Mtra. Merlín señala que “los pachucos, los tarzanes y las changuitas eran personajes consolidados en las carpas y al mismo tiempo era el tipo de público que interpelaba la vida cotidiana a través del imaginario colectivo participando en el rito carpero”, Merlín, Socorro. *Op. cit.*, p. 35.

<sup>322</sup> Para una biografía y cronología completa de la carrera de este actor, ver Valdés, Julián Rosalía. *La historia inédita de Tin-Tan*. México: Plaza y Valdés, 2003.

<sup>323</sup> Cuando según refiere Pablo Dueñas el músico “se adentró en el mundo de los prostíbulos y academias de baile donde pululaban individuos de baja ralea” Dueñas Pablo. *Op. cit.*, p. 121.

---

<sup>324</sup> García Riera, Emilio. *Historia documental del cine mexicano, Vol. 2, 1938-1942*. México: UADG, 1992, pp. 160-177.

Para terminar, la inauguración de uno de los últimos teatros de revista, variedades y cuadros populares de los años cuarenta: el **Teatro Margo**, que abrió sus puertas la noche del **2 de septiembre de 1949**, como refiere el cartel analizado.

Félix González, dueño del Cervantes, había preparado para la inauguración un “regio programa” con funciones de 4:30, 7:00 y 10:00 p.m., en el que se ofrecían dos obras “con toda propiedad y lujo”, tituladas *Así nace un teatro* y *Del circo Orrín al margo*, ambas creaciones del mismo empresario y dirigidas por Pepín Pastor.

Se trataba de obras estilo norteamericano, como muchos eventos del teatro de variedades, compuestas por varios cuadros musicales, sketches y bailes.

Lo que más resalta en este cartel era el nombre de las estrellas porque, tratándose de un estreno, como se infiere en el análisis, lo más importante para el público según el empresario eran los artistas y el tipo de actuación que estos ofrecían. De tal modo, se aludía a la participación de Borolas, las vedettes internacionales, músicos españoles, la primera bailarina Margo —esposa del empresario—, cancioneros folklóricos, galanes, varios bailarines o “boys” y desde luego animadores, y cómi-

cos como Don Chicho y Pompín Jr. Las primeras figuras eran ya ampliamente conocidas en el ambiente de espectáculos populares. Se trataba de un programa misceláneo en el que los invitados de honor eran estrellas del cine nacional, sobre todo cómicos, vedettes y otros conocidos por las producciones Ismael Rodríguez y Alejandro Galindo, entre ellos: Sara García, Fernando Soler y Ninón Sevilla. Eran, casi todos, personalidades que iniciaron su carrera en el teatro y saltaron a la fama en el cine nacional<sup>325</sup>.

A finales de los años cuarenta los espectáculos de variedades y las carpas seguían en su época dorada. Años más tarde, muchos de esos espacios cerraron sus puertas o migraron a la periferia de las ciudades por causas como la urbanización y la oferta de más espacios cinematográficos. Algunos escenarios que se mantuvieron en pie cambiaron su fachada pero no su esencia, como la carpa Margo, hoy Teatro Blanquita, que sigue ofreciendo en espectáculos de tal naturaleza.

---

<sup>325</sup> Para esta fecha, Sara García había participado en *Los tres García*, dirigida por Ismael Rodríguez (1946) y Fernando Soler en *Una familia de tantas*, dirigida por Alejandro Galindo (1948).

## MECANISMOS TÉCNICOS (CARTELES DEL CORPUS Y CARACTERÍSTICAS DE TRANSMISIÓN)

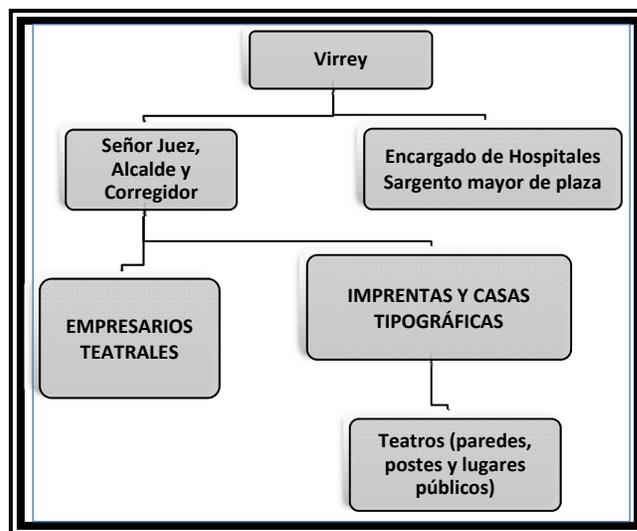
Otro elemento considerado para el análisis contextual de los carteles del corpus, son sus características como medio de transmisión. A continuación se hablará acerca de las casas impresoras a las que pertenecen los carteles, así como de las características del diseño, diseñadores y las condiciones reglamentarias que determinaron su publicación y difusión.

### Sobre las casas impresoras o tipográficas, impresores y diseñadores, y medios de distribución de la publicidad

Respecto de los impresores de programas y avisos de funciones de teatro, Armando de María y Campos refiere que fue el virrey Bernardo de Gálvez, quien expidió el 11 de abril de 1686 el primer Reglamento u Ordenanzas de Teatros, cuyas prevenciones no hacían referencia a la obligación de los empresarios de imprimir programas, y que era costumbre que los avisos o carteles de la funciones fueran fijados en el lugar que les correspondiera, es decir, afuera de los mismos locales.

Asimismo, el autor señala que “por lo menos se imprimían tantos ejemplares como necesarios para que una disposición

sobre la materia llegara a conocimiento de autoridades y público”<sup>326</sup>. De esta manera, un ejemplar correspondería al Señor Juez, otro al de turno de Hospitales, otro al Corregidor, otro al Alcalde y otro al Sargento mayor de la Plaza; los demás se fijaban en los sitios acostumbrados: plazas y calles cercanas. Así que la organización y circulación de los impresos de teatro era semejante al siguiente organigrama:



Interpretación del proceso de organización y distribución de carteles, según las instancias a las que se debería solicitar permiso (1686- a 1800 aprox.) basado en el texto de Olvarría y Ferrari

En el último tercio del siglo XIX proliferaron los “cartelones” que anunciaban los estrenos de los teatros más importantes de la ciudad; su existencia era efímera, pues una vez que se efectuaba la función, se quitaban de los lugares en los que eran colocados.

<sup>326</sup> María y Campos, Armando de. *Op.cit.* p. 18

Los impresores de carteles de teatro de esa época realmente hacían gala de sus artes. Entre los más representativos del siglo XIX se encuentran José Ximeno, de la imprenta del Águila, e Ignacio Cum-plido<sup>327</sup>.

En la segunda mitad del siglo XIX hubo otros impresores de avisos y carteles, entre ellos M. Murguía –quien imprimía por lo general los programas del Gran Teatro Nacional, del Teatro de Nuevo México y del Teatro de Oriente en su Litografía de Murguía, ubicada en Portal del águila de Oro–, cuyos diseños copiaban muchas veces las ideas de estampas parisinas y que se permitía jugar con diseños barrocos.

Otras casas impresoras de avisos y carteles –incluidos los de teatro– de la segunda mitad del siglo XIX eran: la de Carlos Salazar, ubicada en la calle de Corchero y registrada como Litografía y Tipografía de C. Salazar (pequeño taller que imprimía para el Teatro de la Fama); la de Hesiquio Iriarte, grabador que había trabajado con Murguía desde 1847 y que en 1854 firmaba sus impresiones como Litografía de Iriarte y Compañía, que para esas fechas empezó a imprimir para el Teatro Nacional; la muy novedosa en diseño

Tipografía de Nabor Chávez, ubicada inicialmente en la calle Canoa 5 y posteriormente en la calle de Capuchinas No. 8, que comenzó a imprimir para el Hidalgo; y la de Luis Inclán, ubicada en un taller cerca de Santo Domingo, quien imprimió un programa para el Teatro de Oriente considerado histórico, pues a esa función asistió el presidente Juárez<sup>328</sup>.

De todas esas casas impresoras, una de las más innovadoras fue la Imprenta del Comercio, que funcionaba desde 1871 y utilizaba tres tintas, verde, naranja y oro, y ponía especial atención en los marcos y la composición del texto.

En la última década del siglo XIX, los diseños de carteles de teatro comenzaron a introducir variantes en sus composiciones –desafortunadas, según De María y Campos, pues los diseños tipográficos comenzaron a perder su elegancia–. Las causas fueron diversas, como la multiplicación de teatros y la quiebra de algunos empresarios, la falta de recursos para pagar los materiales y la desaparición de la litografía con la incursión del grabado en madera o metal –una técnica más económica y simple–, además de las pérdidas en los negocios

---

<sup>327</sup> *Ibidem*. p. 21

---

<sup>328</sup> *Ibidem*. p. 45

teatrales. De ello refiere De María y Campos:

“Las constantes quiebras de los negocios teatrales, escamaban a los impresores cuidadosos de su trabajo, que ante el temor de no cobrarlos, empezaron a negarse a imprimir para los teatros. Otros impresores, segundones, ocuparon los puestos vacantes y abrieron crédito a los teatros.”<sup>329</sup>

Entre los impresores que empezaron a trabajar en esos años estaban Vicente S. Reyes, cuyo taller se ubicaba en Puente Quebrado 11, que imprimía para el Teatro Arbeu; la Imprenta Chavarría; la de J. Lagarza; y la de F. Casillas.

Desde esos años el Teatro Hidalgo, cuyos públicos favorecedores eran ya una “gran parroquia, compuesta no sólo por elementos de barriada, sino por muchas familias del Centro”<sup>330</sup>, comenzó a imprimir sus propios carteles.

De María y Campos anota que probablemente se trataba de un taller grande que se dedicaba a imprimir también trabajos comerciales; un local grande aunque modesto, pero del que salieron impresiones con presentación y texto popular: La Tipografía el Libro Diario, casa impresora de la mayoría de los carteles que se han referido en este trabajo y que data de finales del siglo XIX.

En esos años, la Tipografía el Libro Diario no competía en diseño con las otras casas; De María y Campos menciona varios elementos denostativos de la impresora, como el tamaño, tipo sábana, la tinta a un solo color, su papel “corriente” o sus detalles “de mal gusto” –viñetas y alusiones textuales”<sup>331</sup>.

Poco a poco, la críticas del autor hacia las impresiones del Teatro Hidalgo de finales del siglo XIX, fueron menos duras, como las que hizo a varios de los programas ilustrado por uno de los hermanos Manilla (precursores de José Guadalupe Posada), de quienes resaltaba que elaboraban “extraordinarios dibujos”.

Cada empresario de teatro daba sus trabajos de imprenta al taller que tenía más cercano: Carlos Guerrero a la Tipografía Aguilar e Hijos, ubicado en Santo Domingo; el Teatro Principal, a la de Comercio.

A inicios de siglo XX, con la incursión de la fotografía y el dibujo en el cartel, la técnica del grabado se utilizó sólo en imprentas modestas. Asimismo, los diseños de programas y carteles empiezan a cambiar y a utilizar más texto que imágenes en el cuerpo. En esos años

---

<sup>329</sup> *Ibidem*. p. 52

<sup>330</sup> *Ibidem*. p. 84

---

<sup>331</sup> *Ibidem*. p. 55

funcionaban la Imprenta Viamonte –que utilizaba dos tintas: rojo y negro–, la de Vicente Reyes y la Tipografía el Libro Diario.

- **José Guadalupe Posada y su producción en carteles**

José Guadalupe Posada llegó a México en la última década del siglo XIX. Al poco tiempo comenzó a trabajar con Vanegas Arrollo en su taller tipográfico y de grabado<sup>332</sup>.

En sus primeros años, Posada diseñaba hojas volantes, donde incluía corridos, calaveras y otros, y la gaceta callejera, en la que presentaba el retrato de acontecimientos sociales o escandalosos. Esta publicación era una hoja con titulares atractivos, tipografía muy grande y solía incluir la leyenda: “esta hoja volante se publicara cuando los acontecimientos de sensación lo requieran”<sup>333</sup>.

Hacia finales del siglo XIX, Posada comenzó a trabajar para la Tipográfica el Libro Diario, ubicada en Portal de Tejada No. 9 y para la de Carlos E. Uanda, aunque en muchos de sus grabados incluyera la

que, dicen, fue su dirección en la Ciudad de México<sup>334</sup>.

Así, los últimos años de su vida los destinó a la ilustración y diseño de carteles de teatro. Sus diseños eran muy parecidos a los que hacía con Vanegas Arrollo. Los grabados mostraban ya un estilo propio y una técnica. No obstante, tanto la obra como la técnica de Posada fueron muy discutidas, sobre todo por las élites intelectuales posrevolucionarias. Sin duda, Posada siempre estuvo interesado en las artes gráficas populares, al servicio razones sociales, igual que el Taller de la Gráfica Popular (cuyas bases e inspiración emergieron del trabajo de Manilla y Posada, mismas que refirió en su momento el patriarca del Taller, Francisco Díaz de León.<sup>335</sup>) Ramón Gaya decía de Posada en 1943:

“[...] No fue un artista, por muy expresivos que queramos encontrar sus dibujos, porque su obra sirvió, tuvo papel en la vida de aquellos años, y la obra de un artista es siempre, como se sabe, orgullosamente inútil, inservible [...] de toda su obra salvaríamos, arrancaríamos como un dibujo de más arte [...]”<sup>336</sup> [y en las siguientes líneas se refiere a la imagen de la Catrina]

---

<sup>332</sup> Para mayor información sobre vida y obra del autor ver la biografía más reciente de José Guadalupe Posada, de Agustín Sánchez González: *Posada*. México: RM, 2008, p. 222.

<sup>333</sup> Sánchez González Agustín. *Op. cit.*, p. 128.

---

<sup>334</sup> Cuadrante de santa Catarina numero 14, hoy República de Nicaragua. Cfr. De los Reyes, Aurelio. *Tercera llamada. Tercera*. Ver Colección El regocijo ilustrado (Carteles de circo, teatro y variedades obra de José Guadalupe Posada) en el Archivo Histórico del Distrito Federal, México. República de Guatemala.

<sup>335</sup> Musacchio, Humberto. *El taller de la gráfica popular*. México: FCE, 2000, p. 11.

<sup>336</sup> Ramón, Gaya, “El grabador posada (1852-1913)”, en *El hijo pródigo*. año 1, núm. , 1943.p.32. Citado por Vázquez, Valle Irene

José Guadalupe Posada firmó algunos de los grabados que se analizan aquí; de los otros diseñadores no se pueden referir datos de tal precisión, se adjudica su autoría a los diseñadores de la Tipografía el Libro Diario.

A inicios del siglo XX el campo de las diversiones públicas dependían, como en el siglo XIX, del Estado. Había diversos reglamentos para otorgar permisos para la construcción de locales y el establecimiento de circos nómadas y jacalones desarmables. Primero había que pedir autorización a la subdirección al Ayuntamiento, posteriormente, registrar en la Comisión de Diversiones Públicas y en la Subdirección de Rentas Municipales el tipo de evento que se llevaría tanto en los locales establecidos como en las carpas o circos que llegaban a la ciudad, con lo cual se podían colocar los carteles o avisos a las afueras de los locales o distribuir los más pequeños a otros establecimientos, como los de sus patrocinadores<sup>337</sup>.

Como en el siglo XIX, cada empresario mandaba hacer sus carteles en las

casas tipográficas de su elección; prácticamente toda la mitad del siglo XX, fue la Tipográfica el Libro Diario, la que imprimió la publicidad para teatros modestos y otro tipo de eventos.

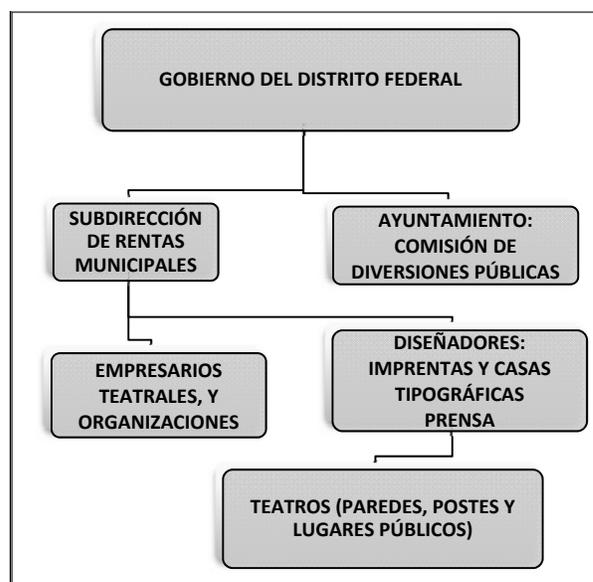


Diagrama sobre elaboración, distribución y permisos para circulación de carteles de teatro. Finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX. Interpretación personal según documentos de consulta.

Ya desde finales del siglo XIX empezó a trabajarse con linotipo, que combinaba las funciones de un mecanógrafo sobre un tipo de teclado alfanumérico e incluía varios tipos de fuentes, así como mayúsculas y minúsculas<sup>338</sup>. El trabajo artesanal fue considerado una técnica antigua y obsoleta.

(coordinadora). *La cultura popular vista por las élites*. México: UNAM; 1989, p. 3 [la nota entre corchetes es mía]

<sup>337</sup> La mayor parte de los carteles del presente análisis se encuentran resguardados en el Archivo Histórico del Distrito Federal, porque al registrar el evento se debía dejar un ejemplar del cartel o programa.

<sup>338</sup> Origen y desarrollo de la imprenta. *Op. cit.* p. 68.

Por otro lado, el dibujo era muy poco usado, salvo por algunas imprentas; la mayoría incluía dibujos pequeños, caricaturas, viñetas y fotografías de los artistas, sobre todo en los últimos diseños de mediados del siglo XX.

Lo anterior puede apreciarse en los carteles de los años treinta y cuarenta. De éstos no se sabe quién fue el diseñador, pero sí la casa tipográfica, salvo el cartel número 15 que refiere la impresión de una empresa llamada Átomo, ubicada en Zaragoza, de se encontraron datos.<sup>339</sup>

---

<sup>339</sup> Probablemente se trataba de un pequeño taller, como muchos de los que se abrieron en la década de los años cuarenta, dedicados a la impresión de anuncios y propaganda.

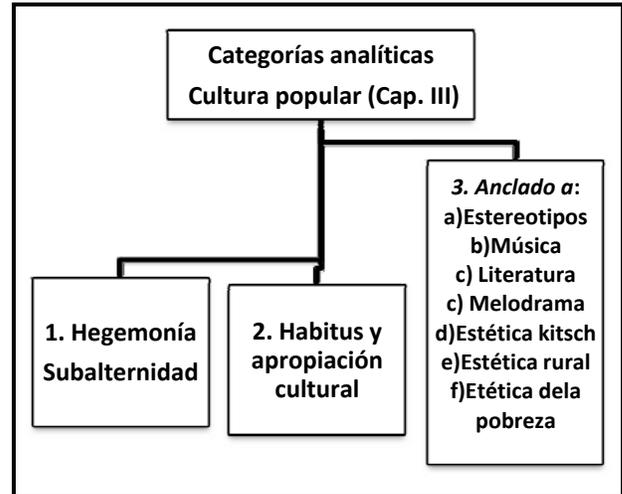
# REINTERPRETACIÓN

## RELACIÓN TRIPARTITA: CARTEL, LENGUAJE-CONTEXTO Y CULTURA POPULAR

La fase tercera y final del enfoque hermenéutico profundo es lo que Thompson llama *interpretación/reinterpretación*. Este proceso dual parte de que, como forma simbólica, el cartel de teatro es un constructo significativo que en su momento fue interpretado – por los sujetos que lo produjeron y por los que lo interpretaron – en condiciones sociales e históricas específicas.

Esta relación dual adquiere sentido para esta investigación porque para cada una de las fases anteriores se ha realizado un proceso interpretativo. En primer lugar, el análisis formal en texto e imagen, aplicando categorías, hizo posible decir algo más que lo evidente o denotativo. Posteriormente, el aspecto histórico-contextual en el que esos discursos tuvieron lugar, aportó sentido a lo anterior. De tal manera, en todo el proceso previo es perceptible una *interpretación* a partir de los hallazgos, con la que, en términos de Thompson, se construyó un “significado posible” que ahora puede reinterpretarse.

No obstante, esta reinterpretación estará anclada a las categorías analíticas sobre la cultura popular que, después de hacer un trazado teórico (capítulo III), fue posible determinar y que conviene mostrar nuevamente:



1. *Hegemonía y subalternidad* (A. Gramsci-L. M. Lombardi Satriani). De acuerdo con Gramsci, esta correlación se establece en relaciones asimétricas o desiguales – la desigualdad social influirá en la relación que la cultura de élite o hegemónica establezca con la cultura popular o subalterna –. Por su parte, Lombardi Satriani expone que a partir de esta relación asimétrica, se realiza una imagen

mistificada o folklórica de la cultura de las clases subprivilegiadas.

2. El concepto de *habitus* en Bordieu corresponde al conjunto de elecciones de las personas para vivir y actuar, lo que permite la toma de decisiones en su consumo o apropiación de formas simbólicas. Néstor García Canclini agrega que la *apropiación* –en el caso de las culturas populares– parte del *habitus*, pero que también en este proceso hay una resignificación de los lenguajes generalmente determinados por los aparatos culturales hegemónicos, mismos que conocen las expresiones de la cultura popular. Así, tanto en los ámbitos culturales hegemónicos como en los populares hay una relación de ida y vuelta.

3. Para Monsiváis la *cultura popular*, inserta en el plano de lo urbano, está definida por los gustos y apropiaciones de grupos hegemónicos y subalternos. Para él, lo popular está *anclado a diferentes construcciones simbólicas*. Se han seleccionado y readaptado las siguientes para fines de este estudio, mismas que anota Linda Egan.<sup>340</sup>

---

<sup>340</sup> Basado en el estudio de Linda Egan, sobre Monsiváis. *Op.cit.* En su estudio sobre la cultura popular en la Edad Media, Peter Burke anota elementos semejantes sobre la cultura popular europea, pero los define como códigos o repeticiones que define como formas culturales y convencionalismos de la cultura europea, definidos

- a) *Estereotipos*: ídolos del pueblo, cantantes, actores y actrices de farándula.
- b) *La música y el baile*: lo nacionalista generalmente visto también en lo ranchero, lo tradicional o folklórico y la música de la fiesta de barrio.
- c) *Literatura*: determinada para “los que leen y los que no”. Desde las expresiones de un realismo costumbrista, hasta las historias de un comic o fotonovela.
- d) *Melodrama*: entendido aquí como el elemento promotor de un nacionalismo lacrimógeno (proyectado en cine sobre todo en una serie de estereotipos y creaciones de las industrias mediáticas).
- e) *El kitsch*: la estética catalogada como cursi o falta de elegancia. Fuera de los cánones estéticos de la élite.
- f) *La estética rural*: la expresión de la violencia institucionalizada (el machismo implacable o estereotipado de los migrantes en la ciudad) y la estereotipización del indígena o campesino urbano.
- g) *La estética de la pobreza*: reducida a expresiones de lo “bonito” o placentero, generado por la industria cultural mediática.

Una vez señaladas las categorías analíticas establecidas en el capítulo III, se recuperan los hallazgos preinterpretados en las dos fases anteriores y se pasa a la parte reinterpretativa. Esto se hará por periodos históricos, en el mismo orden en que se expuso la información en la parte contextual.

---

como estereotipos: danzas (Cortesianos populares); canciones (sobre todo las de transmisión oral) cuentos (orales), obras de teatro (representaciones fársicas o interludios).

## 1. DEL MÉXICO DE LOS VALSES AL ASALTO DE LA 30-30

La primera parte del corpus, que va de 1900 a 1910 (carteles 1, 2, 3, 4 y 5) hace referencia a los teatros Hidalgo, Cervantes y Guillermo Prieto, escenarios de los que se expusieron algunas características. Éstos eran catalogados como: teatro menor, el Hidalgo; y “teatruchos” o “jacalones”, el Guillermo Prieto y el Cervantes.

Hay que recordar que desde finales del siglo XIX y principios del XX, hubo migraciones hacia la periferia capitalina y en este contexto (en el que la mayor parte de los habitantes capitalinos no gozaban de los privilegios de las clases acomodadas), para las clases sociales más desprotegidas las diversiones públicas se reducían a los eventos que permitía el Ayuntamiento, entre ellos, exhibiciones de elevamiento de globos aerostáticos, circos, paseos en la calle y el repertorio de los teatros menores o jacalones como el Hidalgo, el Cervantes y el Guillermo Prieto.

A partir de este dato y de las referencias discursivas en los carteles, es posible ubicar el tipo de público que asistía a estos espacios. Así, el discurso de los carteles del Cervantes y del Guillermo Prieto refieren directamente a la “la clase

obrera” para la que no había medias pagas — como se señala en los pies del cartel—. Y pues como se refirió en la parte contextual del estudio, los programas de los teatros incluían más de una obra y algunos asistentes cuestionaban que si sólo veían una de las obras, por qué tendrían que pagar la segunda. Por eso el representante daba instrucciones a diseñadores para que se incluyera, respecto de los precios populares, la leyenda “No hay medias pagas”, a fin de que los *sujetos interpretantes*, quedaran advertidos. (Este elemento no fue necesario en el diseño de los carteles de las siguientes décadas, porque para entonces ya se habían organizado las tandas por un boleto.)

Otro recurso discursivo que evidencia la ubicación y caracterización del público, es el *principio de alteridad*, que deja al descubierto la relación **hegemónica-subalterna** que había entre grupos populares respecto a otros grupos sociales. De este modo, encontramos frases en las que se utilizaban adjetivos evaluativos y algunos otros elementos inclusivos, anclados a categorías léxicas, como: “público conocedor”, “el público favorecedor”, “nuestra clase favorecedora”, “nuestro gran público”, “esta empresa,

deseosa de agradecer a sus constantes favorecedores, la clase obrera”, “para los obreros que no tienen tiempo ni libros que favorezcan su instrucción”. Asimismo, mediante la argumentación, el *sujeto enunciante* —empresario o dueño del teatro— hacía evidentes las condiciones de los obreros e indicaba que el repertorio que se presentaba en el teatro Cervantes, por ejemplo, además de divertir a los proletarios, los instruía y educaba.

Los modos de organización que predominan en los discursos de todos estos carteles son: el expositivo, en primer término, y el argumentativo y descriptivo, después. Así, se puede ver que en esta primera etapa había una *identificación del público*, a quien se le daba a conocer un evento: tipo de obra, montaje, nombre de los actores, etc., y para el que se diseñaba un repertorio que oscilaba entre obras de **temáticas nacionalistas** —Juárez y Maximiliano, en conmemoración del natalicio de Benemérito de las Américas—, **melodramas** de capa y espada —*El trovador* y *Tierra baja*—, tragedias clásicas como *Otelo*, y otras piezas didácticas con tendencia moral, como *Bruna la turronera*. Obras con las que, una vez identificado al público, se le persuadía con juicios *evaluativos*, favore-

cedores para la puesta en escena: “hermoso drama trágico”, “inmortal tragedia”, “grandiosa función”, “divertida comedia”, entre otros. Elementos que poco a poco el mismo asistente fue apropiándose o resignificando, dado que eran los más frecuentes en estos carteles y en los de las siguientes décadas (**habitus y apropiación cultural**).

En esos afiches la imagen cumple una función expositiva y en algunos casos argumentativa. Casi en todos los casos se mostraba una parte climática de la escena que a veces anclaba el discurso verbal o lo complementaba, (función de anclaje o relevo, de acuerdo con Barthes). Por ejemplo, en el **cartel 3**, la imagen complementaba el carácter argumentativo del discurso, pues la acción representada —con toques amorosos— así lo evidenciaba.

Varios de los carteles que referimos en esta investigación fueron ilustrados por el grabador José Guadalupe Posada, considerado entonces un autor menor, sólo un “dibujante”, y consagrado, como otros, hasta después de su muerte.

De acuerdo con su biografía, don Pepe trabajó para la Tipográfica El libro Diario e ilustraba con un señalado estilo barroco los carteles. Esta casa tipográfica fue la encargada durante mucho tiempo de

los carteles del Hidalgo y de la mayoría de los carteles que se presentan en esta investigación, cuya distribución, después de su diseño, se hacía mediante un permiso del Ayuntamiento y de la comisión de Diversiones Públicas, que a su vez dependía de la Subdirección de rentas y municipalidades del Gobierno del Distrito Federal.

### Y vino la polvareda...

En el contexto del México revolucionario, las diversiones se limitaron a unos cuantos eventos. El cinematógrafo logró mantener abiertos algunos teatros; mejor dicho, ante la llegada del cinematógrafo, los empresarios tuvieron que incluir esta oferta en sus locales. Eso sucedió en el caso del Teatro Principal, local conocido por sus espectáculos de género chico y de teatro de revista, que para 1913 ofreció en su repertorio una función de vistas cinematográficas y pequeñas obras de títeres, a cargo Enrique Rosas (camarógrafo y empresario).

Mediante los recursos utilizados por los *sujetos enunciantes* en el cartel de la función del Principal correspondiente al sábado 11 de enero de 1913, se puede ver que aunque no hay una referencia directa

al público —como en otros carteles—, sí hay una identificación de éste, pues la selección del repertorio así lo demuestra.

Desde antes de los tiempos de Porfirio Díaz, el teatro de títeres fue uno de los eventos preferidos por los grupos populares, que llenaban plazas, circos o jacalones para apreciar las puestas en escena de los autómatas o muñecos de hilos, en este caso a cargo la Compañía Rosete Aranda, una compañía de gran tradición en la época. De esta manera, mediante el uso de marcas de apreciación ancladas a diversas categorías léxicas, se lograba persuadir al asistente.

En el cartel de esa época se hace referencia a un público que podía disfrutar de lo mejor del repertorio, mismo que había sido cuidadosamente seleccionado, tanto por la compañía como por el empresario, estrategia argumental que permitía que el sujeto interpretante se sintiera considerado.

Aquí se puede hablar únicamente de **habitus** y **apropiación cultural**, dado que es un cartel donde no abundan recursos discursivos y en el que lo más interesante es el tipo de repertorio en el que se solía representar género chico.

En esta complicada época había una identificación del público y un diseño de programa de acuerdo con éste —como se señaló, en esos años el público popular gustaba de las representaciones de obras de género chico y otras revistas que se pusieran en escena, pero no fue posible recuperar ningún cartel de entonces—.

#### DEL MÉXICO POST-REVOLUCIÓN AL MAXIMATO: ENTRE REVISTAS Y CARPAS

Los carteles 7 y 8 se ubican en el contexto del Maximato, periodo en el que la Revolución se volvió Institución. Hubo una reconstrucción en las políticas culturales que indicaba una vuelta hacia el pasado indígena; se pusieron de moda las canciones, bailes nacionales y artesanías populares; y en el ámbito escénico, con el teatro de carpa comenzaron a multiplicarse las representaciones parodiadas de la política y otras variedades.

En ese contexto, también se gestaron varios movimientos sociales, sobre todo en el sector obrero con las huelgas de los textileros e hiladores. Una de las fábricas que se lanzó a huelga y cuyo sindicato pidió apoyo para los trabajadores del ramo fue el de la fábrica de hilados La Aurrerá, como refiere el **cartel 7**, el cual el día 23 de

diciembre de 1920 solicitó al Teatro Hidalgo una obra en beneficio de sus trabajadores.

En el cartel quedó registrada la forma en la que, mediante algunas estrategias discursivas, la empresa solicitaba a su público, compuesto por trabajadores de la misma fábrica y de otros ramos, su colaboración para ayudar a las familias de los obreros en huelga.

Este cartel muestra directamente la relación creada entre los participantes — obreros y empresarios—. En su papel como *empresario* el *sujeto enunciante* se mostraba ante el público como un beneficiario y hacía patente la relación **hegemonía-subalternidad** del sistema de la época.

El modo del discurso que predomina en este cartel es, como consecuencia, el de la argumentación —para apelar a la buena fe de los asistentes— y después el de la exposición. Por otro lado, se observan algunos tropos en las llamadas de atención al público, como la repetición para llamar la atención de un público que ya se tenía identificado —asistía al Teatro Hidalgo— y con el que se esperaba contar para que apoyara el movimiento. El programa estaba compuesto por un conjunto de obras de un mismo autor, repertorio dramático

en el que se aludía recurrentemente a la situación de obreros o trabajadores en general, a sus condiciones sociales y a las relaciones que establecía con el patrón. Estas piezas alternaban en el programa con la participación de algunos compañeros en huelga.

Finalmente, en el plano de la composición en el cartel no se incluyó ninguna imagen que anclara o relevara lo que el texto mostraba, porque quizá la problemática que se presentaba no lo requería.

El discurso del **cartel 8** nos acerca al tipo de espectáculos que predominará en las siguientes dos décadas, el teatro de carpa, ejecutado en su mayoría por *sketches* cómicos y algunas obras pequeñas, que eran descritas con marcas apreciativas en el repertorio, calificado en su mayoría como “bonito” o “gracioso”, una imagen de la **estética de la pobreza**, de acuerdo con Monsiváis.

Asimismo es posible observar la relación que se estableció con el público mediante las marcas apreciativas que desembocaban en consideraciones dirigidas a un “público altamente ilustrado”, frase que se fue convirtiendo en un cliché utilizado para este tipo de eventos.

El *sujeto enunciante* de nuevo se mostraba como favorecedor de los públicos que asistían a ese tipo de representaciones; por ejemplo, al ofrecer una función por un módico precio de 5 centavos, que el discurso del propio empresario definía como un óbolo —una moneda de baja denominación en la Grecia antigua—. En este cartel, que anunciaba la función del Teatro Salón Noris —un jacalón ubicado por el rumbo de Jamaica—, tampoco hay imágenes, predomina el texto y los nombres de los artistas, así como su especialidad: típles (en el caso de las mujeres) o cómicos y cantantes (en el caso de los hombres). Por el horario, se puede afirmar que a este tipo de funciones asistía un público adulto que gustaba de representaciones largas y con una organización variada pero construida con base en la improvisación, un requisito indispensable del teatro de carpa.

#### LOS AÑOS 30 Y 40, DEL BOLERO NOSTÁLGICO DE LARA AL MAMBO DE PÉREZ PRADO: EL APOGEO DE LAS CARPAS Y DEL TEATRO DE VARIEDADES

Los carteles correspondientes a estas décadas reflejan más elementos de una cultura popular identificada por el **melodrama**, los **estereotipos** y la **estética**

**rural, de la pobreza** –entre la descripción de lo bonito o divertido–, el **kitsch** y la **música** (ranchera, bolero popular) que señala Monsiváis. Desde luego, para este momento se puede hablar de una **apropiación cultural** y una conformación de **habitus** semejante en el tipo de públicos que asistía a los espacios que refieren los carteles 9, 11, 12, 13, 14 y 15.

Los años treinta y cuarenta se caracterizaron por la abundancia de una música que iba del campo a la ciudad con la música ranchera y el bolero citadino, y en la cinematografía mediante el **melodrama** y la **estética rural**. Estos elementos están presentes en los programas a los cuales se hace referencia.

En principio, el programa del **cartel 9** refiere el elemento **melodramático** de obras clásicas como *Don Juan Tenorio*, puesta en escena del Teatro Hidalgo que para esos años ya ubicaba perfectamente a su tipo de público, que gustaba de estos melodramas –y de los que, con algunas variedades, ofrecía con la compañía de Esperanza Iris– y de las funciones de títeres –funciones del 6 de noviembre de 1930 y del 11 de diciembre de 1933–. En ambos discursos las marcas apreciativas están ancladas a elementos del repertorio y

a las características de los artistas que allí se presentaban.

En el **cartel 12** se aprecia de manera más directa el repertorio del teatro de carpa. Lo más relevante en el discurso es el tipo de espectáculo y los artistas que se presentaban en el evento del 15 de octubre de 1936. Allí aparecen los **estereotipos** de la cultura popular: el cómico, la borrachita, el malabarista, el conjunto de tríos, las tiples y otros que conforman tanto la **estética de lo kitsch** como la **estética de la pobreza** –en el tipo de adjetivación que se hacía de los eventos–.

Finalmente, los últimos carteles del análisis, que corresponden a la década de 1940, muestran de forma más clara la presencia de los **estereotipos** mencionados, en los teatros Colonial, Follies, Hidalgo y la Carpa Margo. El discurso se encuentra jerarquizado y se privilegia el nombre de los artistas como lo más importante, dado que tan sólo el nombre de figuras como Cantiflas, Tin Tan, Medel, Paco Miller y Agustín Lara, el Trío Calavera, la Panchita y Borolas, era garantía para un público ya perfectamente identificado –tanto en el cine y la radio de esta época–, y que sólo necesitaba reconocer quiénes eran los personajes que podía ver en escena. En

cuanto a los recursos empleados en estos últimos carteles, hay un uso recurrente de adjetivos evaluativos en torno a las estrellas y algunos otros, apreciativos, dirigidos al público asistente.

Por los datos contextuales se puede advertir que durante el gobierno de Lázaro Cárdenas el teatro de carpa tuvo mucho apoyo y que aún con el cambio de régimen —de la era de los generales a la de los licenciados— y con la industria cinematográfica en su apogeo, los locales gozaban de buenas temporadas. A ellos asistían, desde luego, los grupos caracterizados como populares.

Otro elemento que no se puede ignorar es el signo de internacionalización, pues no sólo en la política o la industria se intentó llegar a otras latitudes, también se empezaron a importar espectáculos de talla internacional, como los que se refieren en los discursos: espectáculos tipo New York o con bailarines de ritmos caribeños.

Como conclusión se pueden resaltar tres aspectos importantes:

1. Durante el primer periodo, el corpus refleja una caracterización de los grupos que poco a poco se van identificando como populares o pertenecientes a la cultura popular, ubicada en la relación dual entre lo **hegemónico** y lo **subalterno** dada su condición social y contextual. Asimismo, los sujetos enunciantes utilizaban estrategias discursivas variadas para apelar al gusto del asistente (conformación de **habitus**) y le ofrecían un repertorio que iba de lo nacional a lo **melodramático**.
2. Respecto de las siguientes etapas, y hasta los años cuarenta, se puede afirmar que el tipo de público estaba identificado perfectamente y había en éste una **apropiación de formas culturales** en las que poco a poco era evidente la presencia de **estereotipos** y otras expresiones estéticas de la cultura popular.
3. En cuanto a los años cuarenta se puede decir que la caracterización de la cultura popular se hizo mediante estereotipos que se difundieron masivamente por el cine y la radio.

## CONCLUSIONES

Al inicio de esta investigación se planteó la necesidad de hablar acerca de los objetos de estudio de la comunicación, con la idea de ubicar el objeto de análisis en esta propuesta.

En el caso del teatro, la relación que éste establece con la comunicación parece tautológica, dado que en esencia el teatro es interacción. Sin embargo, más allá de las relaciones analógicas entre el teatro y los niveles de comunicación, de los procesos comunicativos en el arte escénico, de las teorías de análisis semiótico aplicados a texto y montaje escénicos, y de los códigos kinésicos o proxémicos, hay aspectos relacionados con el teatro que tienen cabida en los estudios de la comunicación. Es el caso de los recursos de difusión, como el cartel.

Pero ¿qué hay en el cartel de teatro que lo hace relevante como tema de investigación? Primero, el cartel en su conjunto (texto e imagen) es una obra, una creación específica cuya génesis parte de una visión particular

de la puesta en escena, pero que incluye referentes que lo convierten en una espléndida fuente de información.

En segundo lugar, y más importante para los propósitos de este trabajo, el cartel de teatro es un objeto de interpretación histórico-cultural, que sirve no sólo para informar, invitar o persuadir a un público determinado, sino que permite encontrar en los nudos de sus rasgos simbólicos la historia misma del teatro y el relato del semblante cultural y social de la época.

De este modo, el cartel de teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX funciona como una forma simbólica mediante la cual es posible advertir (además de su teatralidad icónico-discursiva) las estructuras ideológicas y políticas de ese momento histórico, y la ruta de caracterización y conformación de la idea de cultura popular, vista en aspectos como:

- 1) La relación entre *hegemonía* y *subalternidad* en el discurso del *Sujeto Enunciante* hacia el (los)

*Sujeto (s) Interpretante (s).*  
Relación un tanto simulada, pues algunos elementos de lo popular fueron recuperados por las clases hegemónicas y refinados o adaptados por las élites, y otros regresados al pueblo.

- 2) La conformación de *hábitus* y *apropiación cultural*, vista sobre todo en la selección del repertorio de las puestas en escena, y evidenciada en las marcas discursivas ancladas a categorías léxicas como adjetivos evaluativos –por ejemplo: “nuestro público favorecedor, la clase obrera”, “para los obreros que no tienen tiempo ni libros que favorezcan su instrucción”– y las estrategias persuasivas a través de la argumentación –como modo del discurso– utilizadas en la mayoría de los carteles analizados.
- 3) Finalmente, la conformación paulatina de los *estereotipos culturales* en el medio artístico

(enfaticados por la selección del repertorio y el elenco que se presentaba), que poco a poco se convirtieron en iconos del gusto popular. Como lo descubren el discurso y la imagen.

Asimismo, los datos contextuales revelan que la caracterización de la cultura popular manifiesta en el cartel de teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX tuvo tres etapas:

1. En la primera década, hubo una identificación de ese público popular. Así lo revelan las marcas apreciativas (y otros recursos persuasivos) en las formas de enunciación del discurso y la elección del repertorio de los Sujetos Enunciantes para los Sujetos Interpretantes.
2. En las dos décadas siguientes, el discurso icónico y verbal demuestra que el público identificado iba apropiándose y resignificando las formas simbólicas, pues el discurso en su conjunto refiere elementos ya

conocidos y del gusto de los Sujetos Interpretantes.

3. Por último, en las décadas restantes la producción de estereotipos, difundidos masivamente por el cine y la radio, fortaleció la caracterización de la cultura popular.

Por otra parte, el análisis del cartel de teatro exige una delimitación de criterios formales, pues constituye un ámbito complejo, cuyos usos y significados son difíciles de comprender si se desconoce el contexto social, y los propósitos de quienes intervienen en su producción. Por eso, la metodología empleada en este trabajo para la interpretación de los recursos formales del afiche permitió encontrar más elementos que los que se advierten en una simple apreciación lingüística visual. Dicha metodología parte del estudio de las formas simbólicas de John B. Thompson pero se conformó con elementos más diversos, como el análisis del discurso, las categorías de análisis de la imagen y las categorías de la cultura popular,

base de la reinterpretación. Esto permitió hacer una exégesis adecuada para responder las interrogantes planteadas al inicio de este trabajo y proponer una metodología funcional para el análisis del objeto de estudio.

En el campo de la comunicación, el estudio del cartel ha seguido derroteros heterogéneos. La presente propuesta se dirigió a los procesos de significación y reconstrucción de elementos culturales, más que al puro análisis semiótico de sus componentes básicos.

Existen otros tipos de códigos útiles para analizar el cartel — cromáticos, morfológicos, tipográficos, etc.— que no están presentes en este trabajo, pero que podrían retomarse en otras investigaciones de carteles de teatro.

Según Thompson, “la posibilidad de un conflicto de interpretación es intrínseca al proceso mismo de interpretación”. En el caso de este estudio, durante la búsqueda de información se encontraron elementos disímiles (como la variación de fechas de apertura de los teatros y casas

tipográficas, así como de su ubicación y funcionamiento). No obstante, la naturaleza de los registros y las fuentes documentales consultadas permitió hacer un análisis y una reinterpretación coherente, en la que se recuperaron los elementos más importantes (por ejemplo, datos sobre la historia del cartel de teatro, formas de análisis del

cartel y características de la cultura popular).

Finalmente, esta investigación contribuye, dados sus atributos temáticos y metodológicos, a expandir el ámbito de los estudios en comunicación relacionados con disciplinas como el teatro, veta profundísima que valdría la pena seguir explotando.

México, Ciudad Universitaria, mayo de 2010

\* \* \*

# BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFÍA, ICONOGRAFÍA Y REGISTRO DE DATOS

## BIBLIOGRAFÍA

1. AMADOR, Julio. *El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales*. México: UNAM, 2008, 241 p.
2. BALL, Phillip. *La invención del color*. México: Turner-FCE, 20003, 460 p.
3. BARBA Eugenio. *El arte secreto del actor*. Escenología, México, 1992, 365 p.
4. BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003, 280 p.
5. BARTHES, ROLAND. *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 1990, 352 p.
6. ----- *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós, 1986, 380 p.
7. BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística general, Tomos I y II*. México: Siglo XXI, 2004.
8. BELTRÁN Y CRUCES, RAÚL Ernesto. *Publicidad en medios impresos*. México, Trillas, 2006, 213 p.
9. BIERUT, Michael, Helfand, Jessica., et al. *Fundamentos del diseño gráfico*. Buenos Aires: Ediciones infinito, 2001, 334 p.
10. BOAS, Franz. *Cuestiones fundamentales de antropología cultural*. Buenos Aires: Ediciones Solar, 1964, 287 p.
11. BOBES, Naves, M.<sup>a</sup> del Carmen. *Semiología de la obra dramática*, Madrid, Arco Libros, 1997, 181 p.
12. BONFIL, BATALLA, Guillermo, et al. *Culturas populares y política cultural*. México: Dirección General de Culturas Populares-CONACULTA, 1995, 118 p.
13. BONFIL, Batalla, Guillermo. *México profundo. Una civilización negada*. México: Debolsillo, 2005, 250 p.
14. ----- *Pensar nuestra cultura*. México: Alianza Editorial, 1991, 172 p.
15. BORDIEU, Pierre. *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI, 2002, 206 p.
16. ----- *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1991, 598 p.
17. ----- *Sociología y cultura*. México: Grijalbo-CONACULTA, 1984, 317 p.
18. BOLLÈME Geneviève. *El pueblo por escrito. Significados culturales de lo "popular"*. México: Grijalbo-CONACULTA, 1986, 249 p.
19. BURKE, Peter. *La cultura popular en la Europa Moderna*. Alianza Editorial, Madrid, 1991, 445 p.
20. CALSAMIGLIA, Helena y Tussón, Amparo. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel, 2004, 385 p.
21. CALABRESE, Omar. *El lenguaje del arte*. Barcelona: Paidós, 1987, 280 p.
22. CAREAGA, Gabriel. *Sociedad y teatro moderno en México*. México: Joaquín Mortíz, 1994, 110 p.
23. CASSIRER, Ernst. *Antropología filosófica*. México: FCE, 2007, 335 p.
24. ----- *Filosofía de las formas simbólicas. Tomo I: el lenguaje*. México: FCE, 1971, 310 p.
25. CASTRO Ixchel y Luz Zareth Moreno. *El modelo comunicativo*. México: Trillas., 2006, 176 p.
26. COLOMBRES, Adolfo (compilador). *La cultura popular*. México: Premiá Editora, 1983, 152 p.
27. CONTRERAS, Camilo e Isabel Ortega. (Coordinadores). *Bebidas y regiones. Historia e impacto de la cultura etílica en México*. México: Plaza y Valdés, 2005, 200 p.
28. CORTÉS, Hernán. *Cartas de relación*. México: Editores Mexicanos Unidos, 2<sup>a</sup>. edición, 1998, 363 p.
29. COSÍO Villegas, Daniel. *Memorias*. México: Joaquín Mortíz, 1976, 320 p.
30. CEBALLOS, Edgar. *Diccionario enciclopédico básico del Teatro Mexicanos*. México: Escenología; 1996, 545 p.
31. CHARAUDEAU, Patrick y Dominique Maingueneau (Dirección). *Diccionario de análisis del discurso*. Madrid: Amorrortu, 2005, 671 p.
32. DE LOS REYES, Aurelio. *Cine y Sociedad en México 1896-1930. Vol.1*. México: UNAM Instituto de Investigaciones Estéticas. 171 p.
33. DE MARÍA Y CAMPOS, Armando. *El programa en cien años de teatro en México. Enciclopedia mexicana del arte. Vol. 3*. México: Ediciones mexicanas, 1950, 122 p.
34. ----- *Imagen y realidad del teatro en México (1533-1960)* México: Escenología, 2000, 631p.

35. -----*El teatro del género chico en la Revolución Mexicana*. México: Biblioteca del Instituto Nacional de Estudios Estéticos De la Revolución Mexicana, 1956, 485 p.
36. DUEÑAS, Pablo. *Las divas en el teatro de revista mexicano*. México: Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, 1994, 224 p.
37. EAGLETON, Terry. *La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Barcelona: Paidós, 2001, 207 p.
38. ECO, Umberto. *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen, 1999, 446 p.
39. EGAN, Linda. *Carlos Monsiváis. Cultura y crónica en el México contemporáneo*. FCE, México, 2004, 380 p.
40. FERRARIS Maurizio. *Historia de la hermenéutica*. México: Siglo XXI, 2005, 365 p.
41. FERRER, Eulalio. *Publicidad y comunicación*. México: FCE, 2003, 320 p.
42. FISCHER-LICHTE, Erika. *Semiótica del teatro*. Madrid: Arcolibros, 1983, 726 p.
43. GALINDO, Jesús y Carlos Luna, (Coordinadores). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO-CONACULTA, 1995, 326 p.
44. GALLARDO Cano, Alejandro. *Curso de teorías de la comunicación*. México: Cromocolor, 1990, 169 p.
45. -----*El cartel y su lenguaje*. México: UPN, 2005, 253 p.
46. GARCÍA, Canclini. *Culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo, 2002, 237 p.
47. GARCÍA, Riera, Emilio. *Historia documental del cine mexicano, V.2 1938-1942*. México: UADG, 1992, 177 p.
48. GEERTZ, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa, 2005, 387 p.
49. GIMÉNEZ, Gilberto. *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: CONACULTA-ITESO, 2007, 478 p.
50. -----*Teoría y análisis de la cultura Vols. I y II*. México. México: CONACULTA, ICOCULT., 2005, 319 p.
51. GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo (coordinador). *Cultura y creación intelectual en América Latina*. México: Siglo XXI, 1984, 362 p.
52. GRAMSCI, Antonio. *Literatura y cultura popular*. Tomo I, Buenos aires: Cuadernos de Cultura Revolucionaria, 1974, 320 p.
53. -----*Cultura y literatura*. 220 p. Universidad de California: Península, 1973, 355 p.
54. GRIGNON Claude y Passeron Jean-Claude. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1989, 219 p.
55. HARRIS, Marvin. *Antropología cultural*. Madrid: Alianza, 1990, 793 p.
56. HARRIS, Nathaniel. *Life and works of Lautrec*. London: Parragon Book Service limited, 1994, 79 p.
57. HAILL, CATHERINE,. *Theatre posters. Victoria&Albert Museum*. London: Her Majesty's stationery office, 1983, 48 p.
58. HESSE, José. *Breve historia del teatro soviético*. Madrid: Alianza, 1971, 186 p.
59. JIMÉNEZ, Armando. *Cabarets de antes y de ahora en la Ciudad de México*. México: Plaza y Valdés: 1997, 159 p.
60. JURADO, Rojas Yolanda. *El teatro de títeres durante el porfiriato. Un estudio histórico y literario*. México: Benemérita Universidad de Puebla.2004, 292 p.
61. KAN, J.S. *El concepto de cultura. Textos fundamentales*. Barcelona: Anagrama, 1975, 249 p.
62. K. BERLO, David. *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y la práctica*. El ateneo, México, 2000, 266 p.
63. LIZARAZO, Arias, Diego. *Hermenéutica de las imágenes, íconos, figuraciones, sueños*. México, Siglo XXI, 2004, 255 p.
64. LÓPEZ, Rodríguez, Juan Manuel. *Semiótica de la comunicación gráfica*. México: EDINBA-UAM, 1993, 492 p.
65. LÓPEZ, Sergio y Julieta Rivas en el libro. *Esperanza Iris la tiple de hierro*. México: CITRU-INBA, 2002, 356 p.
66. LOYOLA, Rafael *Entre la guerra y la estabilidad política, el México de los 40*. México: Grijalbo-CONACULTA, 1990, 396 p.
67. MACGOWAN, Kenneth y William Melnitz. *Las edades de oro del teatro*. México: FCE., 1997, 347 p.
68. MAGAÑA, Esquivel, Antonio y Ruth, S. Lamb. *Breve historia del teatro mexicano*. México: Ediciones de Andrea, 1958, 176 p.
69. MARAFIOTI, Roberto. *Sentidos de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos, 2005, 276 p.
70. ----- *Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad*. Buenos Aires: Biblos, 1993, 347 p.

71. MATTERLART, Armand, y Érik Neveu. *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós, 2004, 175p.
72. MEGGS, Philip B, Martha Izaguirre (colaboradora). *Historia del diseño gráfico*. México: Trillas, 1991, 562 p
- MERLÍN, Socorro. *Vida y milagro de las carpas, La carpa en México 1930-1950*. INBA, CITRU, México, 1995, 234 p.
73. MOLES, Abraham. *El afiche en la sociedad urbana*. Argentina: Paidós, 1976, p. 169 p.
74. MONCADA, Luis Mario. *Así pasan. Efemérides teatrales. 1900-2000*. México: Escenología, 575 p.
75. MONSIVÁIS Carlos. *Amor perdido*. México: Era, 1977, 159 p.
76. MONSIVÁIS, Carlos. *Aires de familia*. Barcelona: Anagrama, 2000, 254 p.
77. ----- *Amor perdido*. Era, México, 348p
78. ----- *A ustedes les consta. Antología de la crónica en México*. México: Era, 546 p.
79. ----- *Cuadernos políticos*. No. 30, México, 1981, 33 p.
80. MUSACCHIO, Humberto. *El taller de la gráfica popular*. México: FCE, 2000, 214 p.
81. NÚÑEZ, Nicolás. *Teatro antropocósmico*. México: Gaceta, 92 p.
82. OLAVARRÍA y Ferrari, Enrique, de. *Reseña Histórica del Teatro en México (1538-1911), Tomos I y IV* México: Porrúa. Tercera Edición, 1961, 727 p.
83. ORTIZ Bulle Goyri, Alejandro. *Cultura y política en el drama mexicano posrevolucionario (1920-1940)*. Alicante: Cuadernos de América sin nombre, 2007, 215p.
84. PARDO, Neyla Abril. *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile: Frasis; 2007,225 p.
85. PÊCHEUX, Michel. *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos, 1978, 374 p.
86. PÉNINOU, Georges. *Semiótica de la publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976, 233 p.
87. PIGNARRE, Robert. *Historia del Teatro*. Buenos Aires: Editorial Universitaria, 1962, 72 p.
88. PÉREZ, Montfort Ricardo. *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*. México, Publicaciones de la Casa Chata. 2007, 321 p.
89. ----- *Juntos y medio revueltos*. México: Uníos, 188 p.
90. PÉREZ, Toledo, Sonia (Coordinadora). *El teatro...un pretexto*. México: UAM-Archivo Histórico del Distrito Federal, 2000, 202 p.
91. POLONIATO, Alicia. *La lectura de los mensajes*. Introducción al análisis semiótico de los mensajes. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE, 2002, 195 p.
92. PRIETO STAMBAUGH, Antonio y Yolanda Muñoz. *El teatro como vehículo de comunicación*. México: Trillas, 1992, 250 p.
93. REID, Aileen. *Theatre posters*. Madrid: Libsa, 2003, 112 p.
94. REYES, DE LA MAZA, Luis. *Circo, maroma y teatro (1810-1910)*. México: UNAM, 1985, 419 p.
95. REYES de la Maza, Luis. *El teatro en México durante la Revolución (1922-1913)*. México: 2005, Escenología 431 p
96. RICOEUR, Paul. *El conflicto de las interpretaciones. Ensayos de hermenéutica*. Buenos Aires: FCE, 2008, 459 p.
97. SÁNCHEZ, González Agustín. *Posada*. México: RM, 2008. 222 p.
98. STEN, María. *Vida y muerte del teatro Náhuatl*. **México: SEP SETENTAS, 1a. edición, 1974, 214 p.**
99. TAIBO, Paco Ignacio. *Gloria y achaques del espectáculo en México, 1900-1929*. México: Editorial Leegar Júcar; 1988, 124 p.
100. TAPIA, Ortega Francisco. *Grito y silencio de las imprentas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1990, 110 p.
101. STANISLAVSKY Constantin. *Un actor se prepara*. Diana, México, 1994, 281 p.
102. THOMPSON, John. B. *Ideología y cultura moderna*. UAM, México, 2006, 482 p.
103. VALENZUELA Arce, José Manuel (Coordinador). *Los estudios culturales en México*. CONACULTA-FCE, México, 2003. 353 p.
104. VALDÉS, Julián Rosalía. *La historia inédita de Tin-Tan*. México, Plaza y Valdés, 2003, 228 p.
105. VÁZQUEZ, Valle Irene (coordinadora). *La cultura popular vista por las élites*. México: UNAM, 1989, 566 p.
106. VIQUEIRA Albán, Juan Pedro. *¿Relajados o reprimidos? Diversiones públicas y vida social en la Ciudad de México durante el Siglo de las Luces*. México: FCE, 1987, 302 p.
107. UBERSFELD, Anne. *Semiótica teatral*. Madrid: Cátedra, 1989, 217 p.
108. VSEVOLOD, Meyerhold. *Teoría teatral*. Barcelona: Fundamentos, 1998, 224 p.
109. ZUBIETA, Ana María (coordinadora). *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. Buenos Aires: Paidós, 2000, 566 p.

## DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS Y ALGUNAS OBRAS SIN AUTOR

- FERRATER MORA, José. *Diccionario de filosofía*. Barcelona, 2004.
- DICCIONARIO de la Real Academia de la Lengua Español, edición 2000.
- DICCIONARIO J. Corominas, edición 1990.
- *Historia de la vida cotidiana de México*, No. 5, Vol. II. México: El Colegio de México- Fondo de Cultura. Edición 2000.
- *Gran Historia de México ilustrada. Tomo V. El siglo XX*. México: Planeta INA, 2002
- *Historia General de México*. México: El colegio de México, edición 2000.
- Origen, desarrollo y proyección de la imprenta en México. UNAM, México, 1981, 186 p.

## HEMEROGRAFÍA

1. AGUILAR, Camín, Héctor, director. *Nexos*. Mensual, núm. 37, enero 1981
2. *Alteridades*, julio-diciembre, año, vol. 13, número 026. UAM-Iztapalapa, México, 57-66 p.
3. AZUELA, Alicia. IX Coloquio de Historia del Arte, celebrado en la ciudad de México, en el año de 1983: IX Coloquio de Historia del Arte. *El Nacionalismo y el Arte mexicano*. Instituto de Arte y Estética, UNAM, México, 1986.
4. KRAUZE, Enrique, director. *Letras Libres*. Mensual, no.102, Editorial Vuelta, México, 1997
5. *Revista mexicana de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*. México: UNAM, Año L, núm. 203, mayo-agosto de 2008.

## CIBERGRAFÍA

1. Giménez, Gilberto. "La investigación cultural en México. Una aproximación", en *Perfiles Latinoamericanos* [en línea] 2000, (diciembre): [fecha de consulta: 10 de agosto de 2009] Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11501506> ISSN 0188-75
2. Vázquez, Verónica. *Anarquismo y Solidaridad. San Ángel, 1920*. [en línea] 1993 [fecha de consulta: 15 de noviembre de 2009] Redalyc. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/267/26700318.pdf>
3. Oñate, Teresa. *Gadamer y los Presocráticos*. "La Teología de la esperanza en el límite oculto de la Hermenéutica", en *Revista Endoxa*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia [en línea] [Fecha de consulta: 17 de de mayo 2009] Disponible, en: [http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20580&dsID=gadamer\\_presocraticos.pdf](http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20580&dsID=gadamer_presocraticos.pdf)

## ICONOGRAFÍA Y ESQUEMAS

### CAPÍTULO I

- Fig. 1 Portador de cartel de teatro (Sandwich-board). Hombre que solía portar anuncios de muchos productos, incluidos los eventos teatrales, tomado de: Aileen Reid. *Theatre Posters*. Madrid, Libsa.
- Fig. 2 Representación de comedia griega en vasija. Tomado de: Pesaron Ane. *¿Qué sabemos sobre los griegos?* Ediciones SM, Madrid, 1992.
- Fig. 3 Ruinas del anfiteatro Flavio o Coliseo. Tomado de: González, Serrano, Pilar. *Enciclopedia Historia Universal del Arte, Tomo 2: Grecia y Roma*. Espasa Calpe, Madrid, 2002.
- Fig.4 Teatro *The Globe*. Tomado de Aileen Reid, *Theatre Posters*, Madrid, Libsa,
- Fig.5 Poster Del *Convent Garden Theatre*, Mayo 1779. Tomado de: Haill, Catherine. *Theatre Museum, Victoria&Albert Museum. Theatre Posters*. Her Majesty's Stationery Office, London 1983, p. 14
- Fig. 6 Cartel de Teatro, 1619. Archivo Municipal de Sevilla. Tomado de: De los Reyes Peña, Mercedes. "Los carteles de teatro en el Siglo de Oro", en Revista *Criticón*, Núm. 59, Universidad de Sevilla., 1993, 99-118 pp. Texto *on line*. Centro Virtual Cervantes:[http://cvc.cervantes.es/obref/criticon/PDF/059/059\\_095.pdf](http://cvc.cervantes.es/obref/criticon/PDF/059/059_095.pdf)
- Fig.7 Pilar construido en Francia para pegar carteles y avisos de teatro. Tomado de: Aileen Reid. *Theatre Posters*. Madrid, Libsa, p. 10
- Fig. 8 Poster de Jules Chéret Espectáculo de Val Valentino 1869, tomado de: Barnicoat, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Gustavo Gili, Barcelona, 2003, p.2
- Fig.9 *Loier Fuller*, póster realizado por Chéret para la producción del *Follies Bergere* en 1893. Tomado de: Aileen Reid. *Theatre Posters*. Madrid, Libsa, p.34
- Fig.10 *Moulin Rouge-La Goulue*, Poster de Henry de Toulouse Lautrec, 1891. Tomado de: Harris, Nathaniel. *Henry Toulouse-Lautrec, life and works*. Book Parragon Serviced, London, 1994, p. 27
- Fig. 11 Shara Bernhardt en "La dama de las camelias", póster de Alphonse Mucha, 1896. Tomado de Aileen Reid, *Theatre Posters* Madrid, Libsa, p. 48
- Fig.12 Poster de John Heartfiel diseñado para el *Berline Ensemble*, 1951. Tomado de: tomado de Aileen Reid, *Theatre Posters* Madrid, Libsa.
- Fig.13 *Look Back In Anger*. Poster de *Royal Court Theatre*, 1957. Tomado de: tomado de Aileen Reid, *Theatre Posters* Madrid, Libsa.
- Fig. 14 Póster diseñado por Dewynter Plc, *Cats*, 1981. Tomado de: tomado de Aileen Reid, *Theatre Posters* Madrid, Libsa.
- Fig. 15 Programa más antiguo sobre una función en el Coliseo, México, 1823. Tomado de: María y Campos, Armando de. *El programa en cien años de teatro en México*. Enciclopedia Mexicana de Arte, Vol. 3. Ediciones Mexicanas, México, 1950.
- Fig.16 Grabado de 10x11, aviso de Teatro Principal 19 de septiembre de 1880. Tomado de: María y Campos, Armando de. *El programa en cien años de teatro en México*, 1950.
- Fig. 17 Publicidad de los talleres del Teatro Hidalgo, México 1880, tomado de: María y Campos, Armando de. *El programa en cien años de teatro en México*. Enciclopedia Mexicana de Arte, Vol. 3. Ediciones Mexicanas, México, 1950.
- Fig. 18 Cartel de teatro Hidalgo 1ro.de 1906 Diseño: José Guadalupe Posada. AHDF
- Fig. 19 Propaganda de dos grandes Divas, aparecida en "El Quijote", 1922. Archivo hemerográfico de Pablo Dueñas
- Fig. 20 Izq. Programa de la carpa Noris, 1935, Der. Programa de teatro Iris, 1931. Archivo de Jesús Flores Escalante y Pablo Dueñas, respectivamente.
- Fig.21 Carpa "La Berumen", archivo Socorro Merlín, 1995.

- Fig. 22 Programas de obras Palacio de Bellas Artes 1954. La tipografía en ambos casos es clásica, ambos carecen de imagen Pues el propósito de este tipo de teatro no era el de atraer al “gran público”
- Fig. 23. Cartel Serial, historia de una asesina: Tomado de: [blog.dramaturgiamexicana.com/.../madriguera.jpg](http://blog.dramaturgiamexicana.com/.../madriguera.jpg)

## Capítulo II

- Fig. 1 Clasificación del cartel, de acuerdo a las ideas de Abraham Moles, tomado de Moles, Abraham. *El afiche en la sociedad urbana*.
- Fig. 2 Diseño personal, información tomada de Poloniato Alicia. *La lectura de los mensajes*.
- Fig. 3 Propuesta tipológica para el cartel de teatro.
- Fig. 4 Marco metodológico de la hermenéutica profunda, según John B. Thompson, tomado de *Ideología y cultura moderna*.
- Fig. 5 Propuesta de análisis hermenéutico para el análisis del cartel de teatro, a partir de John B. Thompson.
- Fig. 6 Ejemplo de análisis hermenéutico.

## Capítulo III

- Esquema 1: Evolución del concepto de cultura, según datos de John B. Thompson.
- Esquema 2: El concepto de cultura en la antropología —finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX— Según datos de Thompson (2006) y Giménez (2005).
- Esquema 3: Concepción simbólica de la cultura, según datos de Thompson, Giménez y Geertz.
- Esquema 4. La adjetivación de la cultura. Clasificación de la cultura
- Esquema 5: El abordaje teórico de la cultura popular.
- Esquema 6: Categorías de análisis.

## Capítulo IV

- Esquema para el análisis teórico metodológico y reinterpretación del lenguaje del cartel de teatro mexicano. (Basado en la propuesta de la Hermenéutica profunda de John B. Thompson)
- Esquema 2: Organigrama. Interpretación sobre el proceso de organización y distribución de carteles 1686-1900 (basado en el texto de Olavarría y Ferrari)
- Esquema 3. Organigrama sobre elaboración, distribución y permisos para circulación de carteles de teatro. Finales del siglo XIX y primeras décadas del XX. (Interpretación personal, según documentos de consulta)

## DATOS DE LOS CARTELES DEL CORPUS DE ANÁLISIS

1. **CARTEL No. 1:** El Teatro Hidalgo, presenta: *Juárez y Maximiliano* (drama histórico). Grabado: Sin firma. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 18 de marzo de 1906. Dimensiones: 46.2 x 17.5 cm. [Vol. de origen: 5469, Póliza 1202]. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados]. Acervo 4, Planero 1, Cajón 5.
2. **CARTEL No. 2:** El Teatro Guillermo Prieto, presenta: *Otelo: Moro de Venecia* (drama trágico). Tipografía: sin tipografía. Fecha: 28 de mayo de 1906. Dimensiones: 40 x 16.3 cm.. [Vol. de origen: 5475, Póliza 1417]. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados]. Acervo 4, Planero 1, Cajón 5.
3. **CARTEL No. 3:** El Teatro Hidalgo, presenta: *El Trovador* (drama romántico caballeresco). Grabado: sin firma. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 7 de abril de 1907. Dimensiones: 58.7 x 26.5 cm.. [Vol. de origen: 5512, Póliza 1311]. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados]. Acervo 4, Planero 1, Cajón 6.

4. **CARTEL No. 4:** El Teatro Cervantes, presenta: *Bruna la Turronera* (drama nacional). Grabado: José Guadalupe Posada. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 28 de febrero de 1909. Dimensiones: 67 x 24 cm.. [Vol. de origen: 1059<sup>a</sup>, Póliza 572]. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados]. Acervo 4, Planero 1, Cajón 9.
5. **CARTEL No. 5:** El Teatro Hidalgo, presenta: *Tierra Baja* (drama). Grabado: sin firma. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 19 de abril de 1909. Dimensiones: 60 x 20 cm.. Observaciones: cuenta con soporte. [Vol. de origen: 1068<sup>a</sup>. Póliza 678]. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados]. Acervo 4, Planero 1, Cajón 9.
6. **CARTEL No. 6:** El Teatro Principal, presenta: *El pastelero, Cine Rosas y Variedades*. Impresión. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 11 de Enero de 1913. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Libro]
7. **CARTEL No. 7:** El Teatro Hidalgo, presenta: *Obra en beneficio de los obreros en huelga de la fábrica de hilados La Aurrerá*. Impresión. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 23 de diciembre de 1920. AHDF, Fondo Gobierno del Distrito Federal, Serie Rentas Municipales [Carteles desprendidos y restaurados].
8. **CARTEL No. 8:** Teatro Noris, presenta: *Tandas (La Monjita, Torear por lo fino, Si papá lo manda)*. Sin casa impresora. Fecha: 25 de julio de 1928. Fondos Especiales, Biblioteca de las Artes, CNA.
9. **CARTEL No. 9:** Teatro Hidalgo, presenta: *Don Juan Tenorio*. Impresión: Tipografía El Libro Diario. Fecha: 6 de noviembre de 1930. Fondos Especiales. Biblioteca de las Artes. CNA.
10. **CARTEL No. 10:** El Teatro Hidalgo, presenta: *Esperanza Iris, despedida de la compañía (Variedades)*. Impresión. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 11 de diciembre de 1933. AHDF, Fondo Archivo Esperanza Iris. Caja 102. Sección Imágenes. Serie: Programas y carteles. Años: 1933. No. Expediente: 89. Asunto: Teatro Hidalgo
11. **CARTEL No. 11:** Teatro Follies Bergere, presenta: *Sleep Review*. Regia inauguración del Follies Bergere. Sin casa tipográfica. Fecha: 15 de octubre de 1936. Fondos Especiales. Biblioteca de las Artes. CNA.
12. **CARTEL No. 12:** Teatro Colonial, presenta: *Alfonso Brito y su compañía de revistas*. Impresión. Tipografía El Libro Diario. Fecha: 28 de julio de 1940. Fondos Especiales. Biblioteca de las Artes. CNA.
13. **CARTEL No. 13:** Teatro Follies, presenta: *Fu Manchú*. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: 31 de octubre de 1941. Fondos Especiales. Biblioteca de las Artes. CNA.
14. **CARTEL No. 14:** Gran Teatro Esperanza Iris, presenta: *Paco Miller y Don Rouge, Agustín Lara, La Panchita y Variedades*. (Variedades). Impresión. Tipografía: El Libro Diario. Fecha: Noviembre de 1943. AHDF, Fondo Archivo Esperanza Iris. Caja 100. Sección Imágenes. Serie: Programas y carteles. Años: 1943. No. Expedientes: 45. Asunto: Gran Teatro Esperanza Iris.
15. **CARTEL No. 15:** Teatro carpa Margo, presenta: *Así nace un teatro y Del circo Orrín al Margo*. Inauguración de la carpa Margo. Impresión. Publicidad Átomo. Fecha: 2 de septiembre de 1949. Fondos Especiales. Biblioteca de las Artes. CNA.