

HISTORIA BREVE DE UNA HISTORIETA MORALIZANTE Discursos visuales de fortuna y decadencia

Raúl Zevallos Ortiz, UNMSM

raulzevallos@gmail.com

Resumen

El punto de partida de esta breve exploración es un cuadro con un claro y simple mensaje cautelar o admonitorio, reforzado por una leyenda que especifica el sentido de las dos mitades de la imagen: “Yo vendí al crédito / Yo vendí al contado”. Copias de este cuadro se han exhibido en las paredes de muchos locales comerciales, sobre todo en negocios pequeños de diversos lugares del mundo. El propósito del presente trabajo es indagar sobre los posibles antecedentes de esta representación, discernir sus implicancias y considerar sus eventuales transformaciones.

Palabras clave: *Imágenes, representaciones, discursos.*

Descripción y consideraciones preliminares

La imagen con la leyenda “Yo vendí al crédito / Yo vendí al contado” (Fig. 1) a la que llamaremos YVAC en forma abreviada, es un conocido cuadro que hasta hace algunos años solía decorar el espacio interno de diversos negocios y locales comerciales más bien modestos, incluyendo tiendas o bodegas, peluquerías y bares o cantinas (nunca se veía en los grandes almacenes). A su vez, la ubicación de dichos pequeños negocios en los ámbitos relativamente populares del barrio o del pueblo, los hacían formar parte del paisaje “local” en distintas ciudades y centros poblados, tanto en Latinoamérica como en todas partes del mundo. El aparente motivo principal de la presencia de esta imagen en las paredes de aquellos negocios de vecindario, era para servir de anuncio precautorio, pues ofrecía a los potenciales clientes o compradores, la información vital de que los propietarios del establecimiento no daban crédito, que sus ventas o servicios eran siempre al contado, pero este objetivo se cumplía indirectamente, a través de la sencilla historia que el cuadro relata: una historia visual de nuevos ricos y nuevos pobres, de fortuna y decadencia.



Fig. 1 *Yo vendí al crédito / Yo vendí al contado*. Anónimo. s/f

El cuadro está dividido en dos partes; a la izquierda, desde la posición del observador, se representa a un personaje arruinado, empobrecido, demacrado, preocupado, desesperado, bajo la leyenda “Yo vendí al crédito” que afirma y recalca, sin lugar a dudas, la relación entre el exceso de confianza o la gran imprudencia que este personaje ha cometido (creer en una promesa de pago en el futuro), y el resultado desastroso de su ingenuidad o ligereza, que lo ha llevado a perder prácticamente todos sus bienes.

La parte derecha, desde el observador, exhibe la leyenda “Yo vendí al contado” y muestra la figura próspera y mofletuda de un personaje que ha tenido el aparente acierto de hacer negocios seguros, cobrando siempre al contado, y que ahora cosecha los frutos de su prudencia y disfruta de sus ganancias. Es la imagen típica de un comerciante o empresario burgués, en la apoteosis de su éxito.

La curiosidad por rastrear las posibles fuentes que pudieran haber servido de modelo o referencia para la elaboración de esta imagen, fue acicateada al conocer o confirmar, gracias a Internet, la existencia de muchas versiones “locales” del mismo cuadro que han circulado en espacios equivalentes por distintos lugares del mundo. La versión griega que aquí se presenta (Fig.2), agrega algunos detalles como el contraste en los medios de iluminación de quien está arruinado y de aquel que ha tenido éxito, o la existencia de un teléfono, que incidentalmente marca la época aproximada de creación del cuadro, por lo menos en esa versión específica, en las primeras décadas del siglo XX. Por supuesto, una impresión inicial y sensata nos indica que es prácticamente imposible ubicar una autoría individual; sin embargo, considerando que la imagen debe pertenecer a alguna tradición o tendencia de representación visual, debe haber también algún camino, quizás comparativo, que permita rastrear esa

tendencia, aunque sea en sus líneas generales. Para acceder a ese camino, acaso debamos aproximarnos a los objetivos y las características aparentes de la imagen.



Fig. 2 *Yo vendí al crédito / Yo vendí al contado*. Anónimo. Grecia. s/f

Por una parte, la historieta ejemplar del cuadro que nos ocupa, parece destinada a cumplir el importante objetivo de servir como una especie de declaración de principios del lugar donde se exhibe, ya que la figura implica un código de cumplimiento forzoso, una forma única de transacción que al asegurar la bonanza y conjurar la ruina, resulta prácticamente sagrada. La presencia del cuadro convierte las secas o frías paredes del negocio en un precario altar iluminado por su propio “santo patrono” que en este caso viene a ser el lema de las ganancias inmediatas. Más allá de sus fines decorativos, la imagen proclama en nombre de sus dueños: “En esto creemos” y así se pone al servicio de la eventual catequización de los parroquianos, de su conversión a las ventajas prácticas y enriquecedoras del pago al contado.

Por otra parte, existe una particular densidad en los diversos aspectos formales y contextuales con que se presenta la fábula, en su relación temática directa con el manejo del dinero –esa forma especial de información-, en las alternativas de ascenso a las cumbres de la fortuna y el éxito, y en el descenso a los abismos de la desolación, que la imagen propone como el destino natural derivado de algunas sencillas decisiones o conductas administrativas. Esta densidad aparece también en la referencia explícita a los valores que la imagen cuestiona o promueve y las múltiples lecturas que el tema puede sugerir en distintos niveles de sentido, desde el resultado de las simples prácticas económicas y comunicativas interpersonales, hasta sus ecos mayores en las consecuencias finales, en las transformaciones de una época, y en la determinación de los grandes destinos colectivos. Toda esta riqueza de posibilidades



ofrece un espacio potencialmente fructífero para la exploración y reflexión. Más allá de la eventual historia del cuadro, puede tener igual o mayor importancia una indagación que sitúe, aunque sea de manera general y tentativa, la época y los grupos sociales que lo producen y utilizan, y los contenidos simbólicos, conscientes o inconscientes que la imagen puede recoger, ya sea siguiendo o invirtiendo su sentido original.

Emblemas morales e historietas primitivas

Al emprender la búsqueda de algunos posibles antecedentes, podemos empezar rastreando ciertas similitudes formales entre nuestra imagen y aquellos “emblemas morales”, que en la antigüedad y la Edad Media, solían encarnar bajo la forma de figuras humanas, las distintas virtudes, vicios, afectos, pasiones, artes, disciplinas, humores, elementos y cuerpos celestes, entre otros conceptos y entidades. Quizás el inventario más conocido de dichos emblemas morales sea el que recopiló y difundió Cesare Ripa, desde la primera edición de su *Iconologia*, en 1593. Sin embargo, una breve muestra del trabajo de Ripa, nos indica que no es un antecesor directo del cuadro en cuestión.

Si observamos por ejemplo la representación del *Crédito* (Fig. 3) que plantea Ripa, veremos que, según la descripción del autor, se trata de:

“Un hombre adulto, noblemente vestido, con una cadena de oro alrededor del cuello, y con el libro de cuentas propio de un mercader. En la cubierta del libro se lee la inscripción: SOLVTVS OMNI FOENORE (Libre de todo interés). Más abajo, la imagen de un grifo.” (Ripa, 1618: 116-17. *Traducción nuestra*)

De acuerdo a la explicación del propio Ripa (Ibíd.: 117), la edad, el traje y la cadena de oro indican que el personaje es digno de crédito, y el autor aclara que la inscripción en latín se refiere al *verdadero crédito*, relacionado con los haberes propios. Resulta evidente que esta imagen de dignidad y prosperidad asociada al crédito, no es la misma ni se parece a la de nuestro cuadro.

C R E D I T O .



Fig. 3. Crédito, según Césare Ripa. *Iconología*, ed. 1618, p. 116

Tampoco las imágenes de Ripa que representan la *Deuda* (p. 122), la *Fortuna* (p. 204) o la *Pobreza* (p. 419), tienen relación con el código visual específico manejado en el cuadro YVAC. Debemos buscar tal vez en un terreno diferente, donde las imágenes no tengan la actitud clasificatoria, estática o hierática de los íconos, sino más bien el componente dinámico y secuencial o comparativo, propio de los relatos.¹

Una pista más segura podría encontrarse en los propios aspectos formales de la imagen: su división en dos partes y su énfasis narrativo, con fines ejemplares y admonitorios, que se hacen explícitos por el uso de la leyenda incorporada, sugieren algunos puntos de parentesco con los orígenes de la historieta. Por ejemplo, Masotta (1982), refiere entre otros, como antecedente de la historieta europea, al pintor inglés William Hogarth (1697-1794), quien “había utilizado la técnica de imágenes separadas, grandes telas con pinturas en serie, de fondo amargo e irónico, que fueron luego trasladadas a grabados populares” (Masotta, 1982:120).²

¹ Otras referencias que hemos considerado pero que tampoco incluyen alternativas para esta búsqueda, son las que ofrece Yates acerca del uso de imágenes en el *Arte de la Memoria* (1999 [1996]): “En la Edad Media se podía pensar en las figuras de virtudes y vicios como imágenes para la memoria, formadas de acuerdo a las reglas clásicas, o en las divisiones del Infierno de Dante, como lugares para la memoria. (1999: xii)

² Sobre el carácter secuencial o seriado del trabajo de Hogarth, ver también McCloud (1995:16.17) La intención moralizante de Hogarth se expresa en temas como *A Rake's Progress* (La carrera de un libertino) y *A Harlot's Progress* (La carrera de una prostituta).



Acerca del influjo de Hogarth sobre artistas de épocas posteriores, Masotta (Ibíd.) agrega que este alcanzó a caricaturistas políticos e ilustradores como Isaac y George Cruikshank. Volveremos a referirnos a este último, más adelante.

Otra ruta interesante puede encontrarse en la representación de las llamadas “alternativas del alma” después de la muerte; es decir aquellas imágenes, usuales en algunos contextos religiosos, que muestran a diversos personajes en trance de recibir el premio del paraíso, el castigo del infierno o las pruebas del purgatorio, como pago o recompensa por los actos de su vida. Existe alguna cercanía conceptual entre estas imágenes y las que conforman nuestro cuadro; sin embargo el motivo religioso, por lo menos a primera vista, se muestra completamente ajeno a los valores. Las incomodidades o placeres específicos que el cuadro YVAC parece representar.

Épocas e imágenes en conflicto

Antes de avanzar, y justamente a propósito de los valores que promueve esta imagen, o la visión del mundo que la inspira, es preciso observar que estos corresponden claramente a la época moderna y que solo tienen sentido en el contexto de una modernidad que hoy mismo ha caducado, pero representan en su momento, un cambio de fe, una inversión de principios con respecto a otras épocas u otros contextos, donde la austeridad, la frugalidad, el ascetismo, la vida contemplativa, el desinterés económico y utilitario, eran más bien virtudes, mientras que la acumulación excesiva de grasa y de fortuna, la golosa ambición por ganancias individuales inmediatas, se veían como vicios o signos de torpeza.

También es útil advertir, en el mismo contexto, que las imágenes premodernas del filósofo, el ermitaño, el artista, el santo o el caballero andante, podrían asimilarse más fácilmente al personaje representado en la parte izquierda de nuestro cuadro. La figura abundante o excesiva del hombre vulgar, dominado por sus instintos y escasamente instruido, presentado como una especie de bufón, estaría más cerca del otro personaje y de su vida regalada. De hecho, una versión simplificada de esta percepción, aunque sea en forma de parodia, es la que nos transmiten El Quijote y Sancho Panza. Más aún, en la interpretación propia de la modernidad, el empresario es el personaje pragmático de la derecha, mientras que, por ejemplo en una lectura medieval, el *emprendedor* se halla más cerca del caballero andante, que se atreve a emprender viajes y aventuras arriesgadas.

Quizás convenga en este punto, aun a riesgo de desviarnos, incidir un poco más en las ideas relacionadas con el emprendimiento y el protagonismo histórico, y con la posibilidad de entenderlas de maneras completamente opuestas, sobre todo en lo que respecta a la época moderna: Es harto conocido que el concepto de *empresa* está asociado originalmente a la dificultad y al riesgo, se relaciona con la valentía y la tenacidad para acometer y llevar a cabo un designio o proyecto. En un breve artículo que reflexiona sobre las raíces conceptuales de la empresa, aquella forma económica que suele vincularse de manera emblemática a la modernidad, Calderón Vásquez (2008), luego de reconocer con cierto malestar la aparente primacía y protagonismo

de las perspectivas que provienen del mundo cultural anglosajón en el campo económico y empresarial, apela a algunas referencias históricas y etimológicas de fuentes literarias medievales y renacentistas, para señalar una supuesta divergencia entre el enfoque empresarial anglosajón y el hispánico, donde el primero sería más pragmático, funcionalista e individualista, y el segundo vendría a ser más caballeresco y propiamente “emprendedor.”

Lo que no parece advertir Calderón Vásquez es que la oposición entre formas culturales hispánicas y anglosajonas, no es más que una diferencia de matiz.³ La lucha realmente irreconciliable es la que enfrenta a los valores y visiones del mundo que corresponden al reinado de “épocas” y formaciones sociales antagónicas: la *época* o la supremacía de los religiosos, es enemiga acérrima de la época o primacía de los príncipes, guerreros y señores feudales; estos a su vez se enfrentan a muerte al imperio de los mercaderes. Aunque los traspasos de mando entre unos y otros se han interpretado usualmente dentro de una supuesta línea histórica de “progreso” indefinido, los efectos acumulados de ese proceso histórico, pueden verse, desde otras perspectivas, como una marcha de retroceso y deterioro permanente.⁴

Como quiera que sea, conviene tener en cuenta la inversión de valores implícita en aquella reinterpretación del mundo que, desde la modernidad, desdeña la actitud contemplativa, desinteresada, y el largo plazo, para privilegiar el pragmatismo y la ganancia inmediata. Esa referencia nos permite acudir con nuevos instrumentos a nuestra búsqueda.

Inversiones de sentido en el discurso visual y social

Al seguir el rastro de imágenes y autores cuyos temas y tratamiento formal hubieran podido servir como referencia para el cuadro YVAC, llegamos a encontrarnos finalmente con un grabado de George Cruikshank (1792-1878), caricaturista e ilustrador británico conocido en su tiempo como “el moderno Hogarth”. Este grabado (Fig. 4) está separado en dos partes, al igual que el cuadro YVAC, tiene asimismo un personaje a cada lado, con actitudes e incluso posiciones corporales semejantes entre sí, que ocupan casi los mismos ambientes respectivamente sombríos y luminosos, y ambos se relacionan con objetos similares de oposición o contraste. Entre el grabado y el cuadro existen en general suficientes coincidencias como para considerar al primero como antecedente o referente directo del segundo. Además de las semejanzas

³ A propósito de temperamentos hispánicos y anglosajones, un personaje que parece hallarse a caballo entre dos mundos y que posiblemente encarna mejor que muchos otros los conflictos de un cambio de época, vendría a ser precisamente el español Francisco Pizarro: su acción, real o supuesta, de trazar una línea divisoria (como la división de nuestro cuadro en dos partes), para marcar la adversidad o la fortuna de quienes decidieran tomar uno u otro rumbo, es una separación en dos que alcanza a su propia figura, ya que sus actos posteriores indican que no fue el aspirante a caballero, sino el comerciante quien llegó a prevalecer. Después de todo, se trataba ya de las épocas aurales de la Edad Moderna.

⁴ Ver por ejemplo Sahlins (1983), que enjuicia al “Homo Economicus”, acaso el prototipo del personaje que se encuentra en el sector utilitario del cuadro YVAC; o Latour (2007), quien señala que “nunca fuimos modernos”

formales ya señaladas, se encuentra sobre todo, la asociación comparativa entre la ruina económica de uno y la bonanza del otro. Para que esta parte quede más clara, debemos ofrecer alguna información adicional acerca del tema específico de esta imagen: El personaje de la izquierda, es el gran pintor británico Benjamin R. Haydon (1786 -1846) arruinado y lleno de deudas, al final de su vida. La pequeña figura de la derecha, es Charles Stratton, un enano norteamericano que hizo fortuna exhibiéndose en Estados Unidos y Europa con el nombre de Tom Thumb (“pulgarcito”). El texto explicativo que acompaña a cada parte del grabado y subraya su contraste: “Genio de nacimiento/ Enano de nacimiento”) también evoca la oposición en la frase “Yo vendí al crédito / Yo vendí al contado”.



Fig. 4. “Born a genius and born a dwarf”. George Cruikshank, *Comic Almanack*, London 1847

En una página de Internet de la Universidad de Newcastle, en Australia, que actualmente ya no se encuentra disponible, Ross Woodrow había reunido hace algunos años la siguiente información, tomada de la obra de Michael Wynn Jones, *George Cruikshank: his life and London* (1978):

“...en la primavera de 1846, había causado sensación en Londres la visita del famoso enano americano Tom Thumb, quien se había puesto a sí mismo en exhibición en el Salón Egipto [*de Piccadilly*] y vivía regaladamente gracias a los ingresos que le dejaban las multitudes que venían a verlo. Al mismo tiempo, en otra parte de aquel edificio, el artista Benjamin Haydon había estado presentando una exhibición de su trabajo, que el público había ignorado fríamente. Pocas semanas después, Haydon se había suicidado frente a un lienzo intacto. Esta circunstancia impulsó a George Cruikshank a comentar a



ácridamente los gustos del público (con el título de su grabado): “Genio de nacimiento, Enano de nacimiento” (Jones, 1978: 81)⁵

Así, al mismo tiempo que resulta verosímil la condición de referente directo del grabado de Cruikshank, con respecto al cuadro anónimo YVAC, es también curioso – pero comprensible– que en la transformación operada para servir al interés de otra visión del mundo, con valores completamente diferentes, se haya invertido totalmente el sentido crítico y amargo de la imagen original, para convertirla en un emblema de “optimismo comercial”. Es irónico también, que la intención catequística de esta historieta, que buscaba convertir a los infieles a un nuevo credo, haya caducado a su vez ante nuevas prédicas, como las diversas formas de crédito, endeudamiento, especulación y usura abierta o encubierta, local y global, que predominan actualmente en el mercado.

El final sombrío que se enfatiza en el grabado de Cruikshank y en los hechos reales a los que se refiere, se convierte en un final predominantemente feliz en el cuadro YVAC. El enano se convierte en gigante gracias a la prestidigitación moderna que se apodera de la forma para vaciarla de su contenido, y la usa solo como ropaje o como cáscara. La propia suplantación parece mostrar que no sólo una época, sino una clase social había sido derrotada y otra ascendía en el proceso. Sin embargo, tal vez resulte difícil compartir el supuesto optimismo que tales derrocamientos a veces implican, sobre todo por la necesidad que parecen tener, los nuevos ricos, de inventarse una tradición o apropiarse las tradiciones ajenas.

Aquellas “tradiciones inventadas” que refiere Hobsbawm (1983), asociadas a los grandes vacíos de cohesión, pertenencia y autoridad, generados por las contradicciones entre la emergente ideología liberal de ascenso social –con sus inherentes conflictos de clase–, y los requerimientos de articulación social en las naciones recientemente formadas, que caracterizan a la edad moderna (Hobsbawm, 1983: 8-11, 263-307), también podrían llamarse, tal vez con mayor propiedad, tradiciones *invertidas*, ya que al adoptar una formalización ritual reintroducen estatus y separación en un mundo de supuestos “iguales” ante la ley (p. 10). La pretensión de aquellas tradiciones inventadas por establecer “continuidad con un pasado histórico apropiado” también puede verse como un impulso desesperado por recuperar algo perdido. La misma noción de tradiciones *invertidas* o postizas señala indirectamente la existencia de otras tradiciones no inventadas. El propio Hobsbawm admite explícitamente que “La fuerza y adaptabilidad de las tradiciones genuinas no debe confundirse con la ‘invención de la tradición,’ (porque)... “Donde las antiguas formas están vivas, las tradiciones no necesitan revivirse ni inventarse” (p. 10).

⁵ Citado por Woodrow, 1999. (Traducción nuestra).

Epílogo

Habiendo ubicado en la obra de Cruikshank, un modelo o referente directo, prácticamente incuestionable, del cuadro o historieta anónima YVAC, ¿será posible todavía rastrear un poco más para ubicar los referentes que habrían influido en el propio Cruikshank? En cierta forma, ya hemos avanzado en ese camino, al identificar a William Hogarth como una de las figuras que le sirven de guía, pero además, siendo parte ambos artistas, de una tradición pictórica que hunde sus raíces en antigüedades clásicas y locales, cabe esperar que otros modelos, mucho más remotos, se sigan expresando a través de su trabajo.

Efectivamente, eso parecen indicar nuestras referencias finales, que debemos también al trabajo de Ross Woodrow sobre la base de la obra de Erwin y Dora Panofsky (*Pandora's Box, the changing aspects of a mythical symbol*, 1962): el posible motivo pictórico general o los referentes más tradicionales que parecen hallarse detrás de las imágenes que hemos revisado, podrían ser aquellas representaciones acerca de “El destino de la humanidad”, que constan de cuadros divididos en dos partes, pero están unidos por un solo personaje al centro. El motivo se conoce como *Las puertas de Júpiter* y se deriva de la Iliada de Homero. Las dos imágenes que se muestra a continuación abordan el mismo tema: la primera es de Jean Jacques Boissard (1588, Fig. 5), la siguiente, de Jean Cousin (1568, Fig. 6).

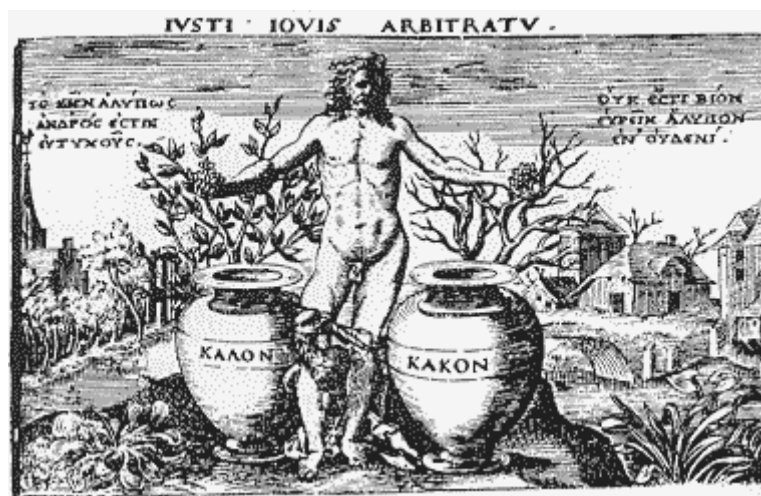


Fig. 5. *Júpiter, Árbitro Justo*. Jean-Jacques Boissard, 1558

Ambas figuras muestran a Júpiter, el antiguo rey de los dioses, entre dos recipientes (ánforas o toneles), de los que escoge el bien o el mal, para enviarlos a la humanidad. Nótese que el bien o la belleza se encuentra a la mano derecha desde la posición del personaje, es decir, allí donde se ubicaría el caballero andante, el artista o el *emprendedor* de los orígenes, el personaje “libre de todo interés” y dueño del verdadero crédito.



Fig. 6. *Hados Homéricos*. Jean Cousin, 1568



Bibliografía

CALDERÓN VÁZQUEZ, F. J.: "Nota sobre los términos 'Empresa' y 'Empresario'" en *Contribuciones a la Economía*, septiembre 2008 <http://www.eumed.net/ce/2008b/>
Consultado: 23-11-2009

HOBBSAWM, E., 1995: "Inventing Traditions", in Hobsbawm, E. and T. Ranger (Eds.) 1995 [1983] *The invention of Tradition* (1-14; 263-307). Cambridge University Press

LATOURE, Bruno, 2007 [1991]: *Nunca fuimos modernos*. Buenos Aires, Siglo XXI

MASOTTA, Oscar, 1982 [1970]: *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona, Paidós

McCLOUD, Scott, 1995: *Como se hace un cómic. El arte invisible*. Barcelona, Ed. B

RIPA, Cesare, 1618 [1593]: *Nova Iconologia*. Padua, Pietro Paolo Tozzi.

SAHLINS, Marshall, 1983 [1974]: *Economía de la Edad de Piedra*. Madrid, Akal

WOODROW, Ross, 1999: *Iconology*. University of Newcastle
<http://www.newcastle.edu.au/discipline/fine-art/theory/analysis/panofsky.htm>
Consultado: 20-06-2004

YATES, Frances A., 1999 [1966]: *The Art of Memory*. London-New York, Routledge



Red de Historia de los Medios

<http://www.rehime.com.ar>

<http://www.youtube.com/rehimeargentina>