

“POSSIDE SAPIENTIAM”.
ACTAS DEL VI CONGRESO INTERNACIONAL
JÓVENES INVESTIGADORES SIGLO DE
ORO (JISO 2016)

Carlos Mata Induráin y Sara Santa Aguilar (eds.)



MÁS ALLÁ DE ADAPTACIÓN Y APROPIACIÓN:
UN ANÁLISIS DE LAS CARICATURAS DEL QUIJOTE

Karuna Warriier
McGill University, Canadá

Don Quijote, al final de la Segunda parte de la famosa novela cervantina, sostiene en su lecho de muerte que ha recuperado su cordura diciendo: «Yo tengo juicio ya libre y claro, sin las sombras caliginosas de la ignorancia que sobre él me pusieron mi amarga y continua leyenda de los detestables libros de caballerías»¹. Un poco más adelante Cervantes cita lo escrito por Cide Hamete Benengeli, quien habla de su relación con don Quijote:

Para mí solo nació don Quijote, y yo para él: él supo obrar y yo escribir, solos los dos somos para en uno [...] a quien advertirás, si acaso llegas a conocerle, que deje reposar en la sepultura los cansados y ya podridos huesos de don Quijote [...] imposibilitado de hacer tercera jornada y salida nueva².

Sin embargo, parece que Martín Kohan opta por la aventura eterna del caballero andante: «Don Quijote es, entre otras cosas, el portador de una promesa de felicidad. De una promesa que, más que

¹ *Don Quijote*, II, 74.

² *Don Quijote*, II, 74.

diferirse en el tiempo, se expande en un espacio»³, según afirmó en una conferencia en la Universidad de Buenos Aires en 2005.

Acertando en la universalidad de la obra y, al contrario de la simpatía que muestra Cide Hamete Benengeli hacia don Quijote por ser objeto de tantas burlas, la incorporación de *quixotic* como un adjetivo y de *tilting at windmills* como modismo en inglés muestra la presencia del *Quijote* en la vida cotidiana. En este trabajo voy a centrarme en las caricaturas que se han apropiado de o inspirado en el *Quijote*, o han sido subidas a Internet por caricaturistas profesionales y aficionados, y que funcionan como comentarios socio-políticos.

Paul Edwards indica en su artículo «Adaptations; Two Theories»: «Adaptation has become an everyday art and a ubiquitous communication practice of digital consciousness, playing in improvisatory ways beyond the boundaries of the identified»⁴. Este aspecto de adaptarse como un proceso mecánico de la vida cotidiana contradice el anacronismo que supone don Quijote, gracias al intervalo temporal entre la validez del género caballeresco y su puesta en práctica por el caballero andante. Pero la connotación negativa de la alternativa o la continuidad es rechazada por el inevitable desarrollo y evolución por los que atraviesa un texto. Es el proceso continuo de actualizar, concretar, simplificar, amplificar, extrapolar, hacer analogías y criticar, como enumera Linda Hutcheon.

En el último capítulo, como conclusión, de *A Theory of Adaptation* Hutcheon plantea lo que se espera de los lectores: «in the end, it is the audience who must experience the adaptation as an adaptation»⁵. Julie Sanders en su libro *Adaptation and Appropriation* también hace una distinción estricta entre los términos *adaptación* y *apropiación*, al subrayar la «posture of critique» adoptada por el último. Reconoce la existencia de una línea de demarcación muy fina entre adaptación y apropiación, que está marcada con la diferencia entre «proximation or cross-generic interpretation» and «wholesale rethinking in terms of original»⁶. Phyllis Frus y Christy Williams empiezan su colección de ensayos sobre transformaciones del texto en películas distinguiendo los términos *adaptación* y *transformación*, con el término *transforma-*

³ *Don Quijote de la Pampa, o las aventuras de nueve argentinos perdidos en una novela española*, p. 9.

⁴ Edwards, 2007, p. 375.

⁵ Hutcheon, 2006, p. 172.

⁶ Sanders, 2006, p. 28.

ción apareciendo en el título de su colección *Beyond Adaptation*: «Whereas adaptations are frequently “based on” another text, transformations are often “inspired by” another text»⁷.

A partir de estas teorías, y las categorías ofrecidas por los teóricos de la adaptación, apropiación y transformación, voy a analizar algunas caricaturas inspiradas en el *Quijote*, desarrolladas según el esquema natural de imitación-repetición-variación como proceso natural. Sanders pone la palabra *original* entre comillas, así que seguiré el mismo método para destacar la asumida originalidad del texto que se formó primero cronológicamente.



Fig. 1 (<https://leseg.wordpress.com/2016/04/20/humor-quijotesco/>)

En la figura 1 vemos que don Quijote, como un ciudadano, un poco trastornado, parece acabar en una oficina municipal para presentar una queja contra las falsas esperanzas que dan los servicios del distrito. Lo que le habían dicho las autoridades no se correspondía con lo que había resultado, molinos en vez de gigantes. Además, vemos que don Quijote, en vez de admitir que confundió él mismo los molinos con los gigantes, se queja de que es algún representante de la autoridad quien cambió los gigantes por molinos, por lo cual sufrió daños y perjuicios. La imagen de don Quijote y Sancho Panza, junto con la alusión directa a la aventura de los molinos construyen el conocimiento anterior del texto “original”. La relación explícita entre el texto “original” y la caricatura «links to the manner in which

⁷ Frus y Williams, 2010, p. 5.

the responses to adaptations depend»⁸, como señala Sanders, evocando la complejidad de semejanza y diferencia. Es el texto en el globo que acompaña las pinceladas, que parece de la tinta que da cuerpo a las figuras de las víctimas del engaño, lo que contribuye más a la dicotomía de la semejanza y la diferencia, evocando la idea del recuerdo en la transposición genérica.

Paul Edwards abre su artículo «Adaptations: Two Theories» con la frase: «In the strictest sense, to adapt is to make fit»⁹. Y esta frase complementa el «urge to adapt» por parte de los *fans*, en la forma de creadores y artistas, como dice Hutcheon. «We need to know “why”, “why now”, or “why here, for this audience”»¹⁰. En la figura 2, una caricatura de Néstor Alonso, vemos a los dos viajeros por España bien actualizados con su confianza en la tecnología, la tablet y el blog, y con Internet como el único y más rápido modo para la difusión de las hazañas del caballero andante.



Fig. 2 (<http://arrukero.com/ple/?p=220>)

Don Quijote ordena a su escudero que suba los datos de la aventura de los molinos al blog inmediatamente, para que llegue mejor al público obsesionado con la tecnología. Esta también, en cierta manera, invierte la impresión del enfrentamiento con los molinos. Parece como si don Quijote se sintiera como un vencedor contra los molinos, digno de ser subido al blog, al dominio público, a diferencia de la caricatura anterior. Sin embargo, el caricaturista no presta mucha

⁸ Sanders, 2006, p. 22.

⁹ Edwards, 2007, p. 369.

¹⁰ Hutcheon, 2006, p. 107.

atención al acontecimiento involucrado en esta aventura. Lo importante es el empleo del vocabulario de la tecnología: *tablet*, *guasap*, *app*, *blog*, y por supuesto podemos ver un móvil, un *smartphone* en la mano de Sancho Panza; términos que están yuxtapuestos a los elementos que constituyen la imagen: la armadura, la lanza, el recorrido sobre el caballo y la mula. Queda claro que el caricaturista usa los códigos, construidos y establecidos desde la primera lectura de la obra, que favorecen el reconocimiento y la recuperación de la memoria, lo que revela la investigación psicológica de la representación pictórica de Gombrich: «images of [...] schematic kind admirably serve as codes that are aids to memorizing»¹¹.

El reconocimiento instantáneo, gracias a las semejanzas de los códigos se somete a la explotación de los caricaturistas, quienes seleccionan estos códigos, o los *invariantes*, como los llama Gombrich, y los transforman de manera inédita para el reconocimiento, exponiendo a los lectores a los nuevos códigos. La práctica de repetición con variación que aumenta las posibilidades de reconocimiento y confirma el estatus del producto como una adaptación y apropiación también se nota en esta caricatura. La figura 3, del caricaturista colombiano Matador, presenta otro encuentro del caballero andante con la tecnología y un consumidor de la tecnología.

En un lugar de la Feria del libro, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un youtuber...

Quijote vs gigantes tecnologías



Fig. 3 (www.twitter.com)

¹¹ Gombrich, 1982, p. 16.

Aprovechando los códigos de recordar y encarnar a la figura de don Quijote, el caricaturista lo reubica en la época digital, con toda la perplejidad provocada por esta reubicación. Pero esta vez es la denominación *youtuber* la que reemplaza la denominación, ya efímera, de «caballero andante» que tanto desea don Quijote. Como deja claro el título, la caricatura muestra la lucha de don Quijote contra la tecnología, que ha penetrado en nuestro idioma. El chico usa *youtuber* con tanta facilidad y de forma tan natural que apenas requiere ninguna explicación y deja a don Quijote algo desorientado. Esta caricatura muestra la entrada del caballero andante al lugar y la época de los *youtubicos*, es decir, los consumidores excesivamente obsesionados con la tecnología.

Frus y Williams definen la idea de transformación como «quote, echo, make fun of, bring out an overlooked layer, challenge the ideology of or simply comment on earlier texts»¹². Destacan la diferencia radical del texto “original” y el texto nuevo, imposibilitando la mayoría de las veces la relación entre los dos como primos. Pero también admiten la característica de superposición entre la adaptación y transformación: «... a transformation is a text that reworks an older story or stories, making a transformation very much like an adaptation»¹³. Y se ve esta revisión del *Quijote*, una alternativa palimpsesto, en esta caricatura tanto como en las otras, pero dejando clara y abierta la alusión a la obra. Esta alusión es inherente al proceso de rastrear, que actúa como la auto-confirmación de la «reproductive dimension of appropriation»¹⁴, en palabras de Robert Weimann. El rastrear nos lleva otra vez a la noción del reconocimiento, el elemento fundamental de leer una adaptación con placer.

No obstante, el aspecto más importante que debe notarse es que estas caricaturas no se refieren a un episodio en particular, es decir no son adaptaciones como un reflejo, sino más bien transgenéricas. En cambio, la única alusión a la obra de Cervantes está, claramente, en los personajes, que no requieren mucha explicación. Entonces no parece importante para un lector de las caricaturas que conozca los eventos de cada episodio. Tampoco requiere ninguna explicación de la obra aludida. Como un «alternative literary value-system», como

¹² Frus y Williams, 2010, p. 2.

¹³ Frus y Williams, 2010, p. 3.

¹⁴ Weimann, 1984, p. 14.

dice T. S. Eliot en su «Tradition and the Individual Talent», estas caricaturas reinterpretan el *Quijote*, de forma que facilitan que el texto se replique y se asimile en un contexto nuevo, rompiendo con de la tradición del pasado y subrayando la “originalidad” en el modelo de repetición-imitación-variación.

Es precisamente este aspecto del reconocimiento de las semejanzas donde se activa y reactiva el estatus canónico del texto “original”, aunque la adaptación y la apropiación intentan subvertir este estatus¹⁵. Aquí es imprescindible notar que el reconocimiento por la alusión y la intertextualidad en cuestión en este ensayo es el resultado de la creación del arte alternativo por la transferencia del texto letrado, el arte “alto”, al arte gráfico, que existe en «the gutters of mass culture»¹⁶, el tipo de transferencia que evoca escepticismo —*iconofobia*, como llama Robert Stam al rechazo hacia lo visual. Con la «symphony of intertexts», como indica Sanders, la linealidad cronológica acaba teniendo menos importancia y deshace la iconofobia, ante el movimiento de alusión anti-lineal.

Como conclusión, me gustaría referirme a una noticia de la BBC que salió el 25 de octubre 2016, titulada «Emma Rice: Shakespeare’s Globe boss to leave over lighting row». Como subraya el título, la noticia trata de la despedida de Emma Rice, la directora del teatro en el auditorio Shakespeare’s Globe construido en 1997 en Londres, por la falta de “autenticidad” en los espectáculos bajo su dirección. El propósito de este auditorio es representar en lo que se llama «shared light», es decir los intérpretes pueden ver al público engendrando una intimidad, simulando la experiencia del teatro de Shakespeare. La decisión de Emma Rice de aprovechar la tecnología contemporánea del sonido y luz como un experimento en este ambiente para el público actual provocó debates sobre la “originalidad”: «I can’t see what this version is doing at Shakespeare’s Globe, or, if this form of hacking about with the canon is to be the new norm under artistic director Emma Rice, what the point of the Globe now is», dice el crítico Dominic Cavendish de *The Telegraph*¹⁷. Al contrario, otro crítico, Lyn Gardner de *The Guardian*, apoya a Rice: «Rice was not

¹⁵ Sanders, 2006, p. 14.

¹⁶ García, 2015, p. 11.

¹⁷ BBC, <<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37761530>>.

ignoring tradition but boldly investigating how the theatre can remain relevant for modern audiences».

Los debates citados en el artículo de la BBC ejemplifican muy claramente las contradicciones fundamentales de las teorías de la adaptación, la apropiación y la transformación —entre «familiarity and contempt, ubiquity and denigration»¹⁸, y «for divergence as adherence, for assault as well as homage»¹⁹. Estas teorías están conducidas por el «de-hierarchizing impulse»²⁰. Una mirada meticulosa desde otra perspectiva nos muestra que la desestabilización del canon ya ha sido lograda directa y automáticamente por la creación automática de la cultura de los *fans*. John Fiske concreta la aportación de los *fans*, disminuidos como “gente ordinaria”, a la industria cultural:

Fandom is typically associated with cultural forms that the dominant value system denigrates [...] fans often turn [...] semiotic productivity into some form of textual production that can circulate among —and thus help to define— the fan community. Fans create a fan culture with its own systems of production and distribution...²¹

Por lo tanto, si volvemos a la frase de Hutcheon mencionada al inicio de este ensayo de recibir una adaptación como una adaptación, se anula en cierta manera la novedad del texto “nuevo”. Se puede observar la dificultad de categorizar las creaciones de las caricaturas del *Quijote*, como hacen Hutcheon, Sanders y Frus y Williams, de distinguir los términos para definir estos procesos. La implicación de la edad de la iconoclasia posmodernista destapa el deseo de las masas de solo poseer la obra del *Quijote* y buscar el placer solo en el «status and cultural prestige»²², como dice Robert Bayliss en su artículo «What don Quixote means (today)». El *misreading* de los *fans*, si empleamos lo propuesto por Harold Bloom, muy posible en el caso de poseer solo el *Quijote* y a partir de su presencia en el imaginario colectivo, se halla como una promesa de diversidad y “originalidad” por la ósmosis de las culturas. Así que sería interesante recibir la producción de estas caricaturas y muchas otras que circulan por Internet

¹⁸ Hutcheon, 2006, p. 169.

¹⁹ Sanders, 2006, p. 9.

²⁰ Hutcheon, 2006, p. xii.

²¹ Fiske, 1992, p. 30.

²² Bayliss, 2006, p. 384.

como el resultado de «unintentional transformations»²³, como un producto totalmente nuevo por parte de los *fans* avasallados por el arte “alto”, estableciendo un método alternativo y nuevo de disfrutar el llamado canon.

BIBLIOGRAFÍA

- BAYLISS, Robert, «What don Quixote means (today)», *Comparative literature studies*, 4, 2006, pp. 382-397.
- CERVANTES, Miguel de, *Don Quijote de la Mancha*, ed. de Francisco Rico, Lima, Punto de lectura, 2008.
- Don Quijote de la Pampa, o las aventuras de nueve argentinos perdidos en una novela española*, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2006.
- EDWARDS, Paul, «Adaptation: Two Theories», *Text and Performance Quarterly*, 27:4, 2007, pp. 369-377.
- ELIOT, T. S., «Tradition and the Individual Talent», en *Selected prose of T. S. Eliot*, ed. de Frank Kermode, 4.^a ed., London, Faber and Faber, 1987, pp. 37-45.
- «Emma Rice: Shakespeare’s boss to leave over lighting row», BBC, 25 de octubre de 2016, en < <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37761530>>.
- FISKE, John, «The cultural economy of fandom», en Lisa A. Lewis (ed.), *Adoring Audience. Fan culture and popular media*, London / New York, Routledge, 1992, pp. 30-50.
- FRUS, Phyllis, y WILLIAMS, Christy (eds.), *Beyond adaptation. Essays on radical transformations of original works*, Jefferson, McFarland & Company Inc. Publishers, 2010.
- GARCÍA, Santiago, *On the graphic novel*, translated by Bruce Campbell, Jackson, University Press of Mississippi, 2015.
- GOMBRICH, Ernst Hans, *The image and the eye. Further studies in the psychology of pictorial representation*, Ithaca, Cornell Phaidon Books, 1982.
- HUTCHEON, Linda, *A Theory of Adaptation*, New York, Routledge, 2006.
- SANDERS, Julie, *Adaptation and Appropriation. The New Critical Idiom*, New York / London, Routledge, 2006.
- STAM, Robert, «Beyond fidelity: The dialogics of adaptation», *Film adaptation*, New Brunswick (NJ), Rutgers University Press, 2000, pp. 1-52.
- WEIMANN, Robert, «Appropriation and modern history in Renaissance prose narrative», *New Literary History*, 1984, pp. 459-495.

²³ Frus y Williams, 2010, p. 2.