

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW
OF	COMMUNICATION
AND	MARKETING MIX

the *mainstream* review on
communication

N. 4, VOL. 1

institucional.us.es/irocamm

<https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM>

VOL 1

N.4



Editorial Universidad de Sevilla



PUBLISHERS

University of Seville

PUBLISHING LOCATION

Seville – Spain

E-MAIL AND WEBSITE

irocamm@us.es

<http://institucional.us.es/irocamm>

<https://editorial.us.es/es/revistas/irocamm-international-review-communication-and-marketing-mix>

ORIGINAL DESIGN

LA HUERTA

www.lahuertaagencia.com

ISSN

2605-0447

DOI

<https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM>



© Editorial Universidad de Sevilla 2021



Authors guarantee the authorship and originality of the articles, and assume full and exclusive responsibility for damages that may occur as a result of third party claims regarding content, authorship or ownership of the content of the article.

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW	
OF	COMMUNICATION	
AND	MARKETING	MIX



EDITOR

Gloria Jiménez-Marín (University of Seville)

ASSISTANT EDITORS

Irene García Medina (Glasgow Caledonian University)
Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville)
Pedro A. Correia (Universidade da Madeira)
María del Mar Ramírez Alvarado (University of Seville)
Cristina González-Oñate (Universitat Jaume I)

TECHNICAL SECRETARY

Elena Bellido Pérez (University of Seville)

ADVISORY BOARD

- Ph.D. Sandra Bustamante Martínez (Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina): sabustamante@gmail.com
Ph.D. Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad Complutense de Madrid, España): fcabezue@ucm.es
Ph.D. Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Ph.D. Carlos Fanjul Peyró, Universitat Jaume I, España
Ph.D. Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Ph.D. Susan Giesecke (University of California Berkeley): sgiesecke@berkeley.edu
Ph.D. Mònika Jiménez Morales (Universitat Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ph.D. Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Ph.D. Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Ph.D. Javier Lozano Del Mar (U. Loyola): jlozano@uloyola.es
Ph.D. Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
Ph.D. Concha Pérez Curiel (University of Seville): cperez1@us.es
Ph.D. Marta Pulido Polo (University of Seville): martapulido@us.es
Ph.D. Aránzazu Román-San-Miguel (University of Seville): arantxa@us.es
Ph.D. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (University Pablo de Olavide): nuriacri@upo.es
Ph.D. Carmen Silva Robles (Universitat Oberta de Catalunya): csilvaro@uoc.edu

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Ana Almansa Martínez (University of Malaga): anaalmansa@uma.es
Alejandro Álvarez Nobell (University of Malaga): aan@uma.es
Mónica Barrientos (University of Seville): mbarrientos@us.es
Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Jordi De San Eugenio Vela (Universitat de Vic): jordi.saneugenio@uvic.cat
Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville): rodrigoelias@us.es
Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Irene García Medina (Glasgow Caledonian University - UK): irene.garcia2@gcu.ac.uk
Cristina González Oñate (Universitat Jaume I): onate@com.uji.es
Víctor Hernández de Santaolalla (University of Seville): vhsantaolalla@us.es
Mònika Jiménez Morales (Universita Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Antonino Lagan (Universitat de Messina – Italia): lagan@tin.it
Antonio Leal Jiménez (University of Cadiz): antonio.leal@uca.es
Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Javier Lozano Del Mar (University Loyola): jlozano@uloyola.es
Andrew Luckham (University of Seville): andrew@us.es
Julie McColl (Glasgow Caledonian University - Uk): J.McColl2@gcu.ac.uk
M^a Isabel Míguez (University of Vigo): mabelm@uvigo.es
Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
José Antonio Muñiz Velázquez (University Loyola): jamuniz@uloyola.es
Antonio Naranjo Mantero (University of Silesia – Katowice – Poland): a.naranjo-mantero@us.edu.pl
Elisa Palomino (University of the Arts London - England): e.palomino@csm.arts.ac.uk
Marco Pedroni (U. ECampus de Novedrate / U. del Sacro Cuore – Italia): marco.pedroni@uniecampus.it
Pedro A. Correia (Universidade da Madeira): pacorreia@staff.uma.pt
Antonio Pineda Cachero (University of Seville): apc@us.es
Christian Plantin (Université de Lyon): Christian.Plantin@univ-lyon2.fr
Marina Ramos Serrano (University of Seville): mramos@us.es
Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa, Oporto): pcardoso@ufp.pt
Mar Rubio Hernández (University of Seville): mrubio8@us.es
Ricardo San Martín (University of California Berkeley): rsanmartin@berkeley.edu
Sandra Vilajoana Alejandre (Universitat Ramón Llul): sandrava@blanquerna.edu
Kent Wilkinson (Texas Tech University, EE.UU.): kent.wilkinson@ttu.edu

INDEX

IROCAMM, N. 4, V. 1 (January - June 2021)

PEMO: PERIODIMOS MÓVIL CAFETERO. Una mirada al uso de dispositivos móviles en tres salas de redacción del Eje Cafetero Colombiano

Ricardo Bustamante-Echeverry & Franklyn Molano Gaona (Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira (FUAA). Colombia) **7-21**

Un nuevo enfoque del marketing social en las redes sociales. Aplicación en las ONGD

Araceli Galiano-Coronil (Universidad de Cádiz. España) **22-32**

Ciberactivismo árabe: del papel a la red

Salud Adelaida Flores Borjabad (Universidad Pablo de Olavide. Spain)

33-42

El Periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Ecuador. Análisis de Radio Amor y Sección "La Península", de Diario Súper.

Norma Allyson Armijos Triviño (Universidad de Guayaquil - Universidad Internacional del Ecuador), Ingrid Viviana Estrella Tutivén (Universidad de Guayaquil - Instituto de Televisión Ecuador) & Juan Salvador Victoria Mas (Universidad de Málaga. España)

43-53

The importance of the communication strategy in tourism micro-enterprises in Seville

Gladys Arlette Corona-León & Rosalba Mancinas-Chávez (University of Seville. Spain)

54-62

Reflexiones en torno al papel de la arquitectura en el visual merchandising como parte integral del plan estratégico de comunicación para eventos.

Rita González Marzar (Universitat Oberta de Catalunya. España)

63-72

Uma reflexão sobre o discurso de ódio nas redes sociais brasileiras

Naomy Ester de Mello e Marques & Thalita Lacerda Nobre (Universidad Católica de Santos. Brasil) **73-88**

A influência da tecnologia da informação sobre os relacionamentos amorosos na modernidade líquida

Thalita Lacerda Nobre, Camila Xavier Umbelino & Livia Onofre Alves (Universidad Católica de Santos. Brasil) **89-98**

Ciberactivismo árabe: del papel a la red

Arab Cyberactivism: from papers to social networks

Salud Adelaida Flores Borjabad

Universidad Pablo de Olavide. España.

saflobor@upo.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1739-3229>

Resumen

El activismo en el mundo árabe ha sido representado en la clandestinidad. Destaca el uso de la caricatura, que ha sido un elemento clave, debido a que a través de símbolos el caricaturista era capaz de convertirse en un activista de la pluma. No obstante, con el desarrollo del ciberespacio esa fuente de activismo marcada en el papel se tradujo a la red, haciendo que la caricatura cobrara aún más importancia al poder transmitir ideas de una manera más directa, al mismo tiempo que desarrollaba una forma de activismo virtual. Por ello, este trabajo pretende estudiar y analizar la historia de la caricatura árabe para ver su cristalización en una forma de activismo revolucionario, así como también pretende reflejar cómo se ha generado una comunidad virtual en torno a ello. Se ha usado una metodología cualitativa, empleando un método histórico que permita recolectar información sobre la historia de las caricaturas en el mundo árabe. Luego, se ha desarrollado un método visual etnográfico que permita estudiar el uso de las caricaturas usadas. Por tanto, los resultados y la discusión esperados son demostrar que la caricatura es una forma de revolución y activismo, que se ha afianzado con el uso de internet.

Palabras clave

Árabe; cultural; dibujo; identidad; medios; revolución.

Abstract

SActivism in the Arab world have been represented in hiding. One of the most important forms has been political cartoons which have been an important tool that has been consolidated over time because cartoonists were able to become activists thanks to the use of symbols. However, the development of cyberspace translated cartoons into the network, by making them even more important as they transmitted ideas in a more direct way and developed a form of virtual activism. Therefore, the aim of this research is to study and analyze the history of the Arab political cartoons to see how it has consolidated in a form of revolutionary activism. Additionally, the attempt to this research is to reflect how a virtual community has been generated around that figure. As a result, a qualitative methodology has been used to carry out this research. A historical method has

been used to collect information about the history of cartoons in the Arab world. Then, an ethnographic visual method has been developed to study the use of cartoons used. The results and discussion are to demonstrate that the cartoon is a form of revolution and activism which has strengthened itself with the use of the internet.

Keywords

Arab; cartoon; cultural; identity; mass media; revolution.

1. Introducción

El activismo en el mundo árabe ha estado marcado de diferentes maneras, siendo la más significativa la de la caricatura. Esto se debe a que esta manifestación artística ha estado marcada, principalmente, por el desarrollo de una simbología y temática que permitía hacer la revolución desde dentro. Asimismo, la caricatura se ha considerado un elemento que hacer reír a la gente, por lo que raramente ha sido estudiado desde un punto de vista académico. A pesar de que, precisamente por eso mismo, la caricatura contiene elementos que van mucho más allá, haciendo que no sea únicamente una forma de diversión, sino también una forma de revolución. Además, esto se ha visto afianzado por el desarrollo de las nuevas tecnologías, que han permitido que la caricatura se expanda de una forma directa.

2. Objetivos

Así, los objetivos de este trabajo son: (1) estudiar la historia de la caricatura en el mundo árabe, ya que su desarrollo es posterior que en occidente; (2) analizar el desarrollo del ciberespacio como herramienta de comunicación en el mundo árabe; y (3) comprobar el uso de la caricatura en la red y su impacto en la sociedad.

3. Metodología

Todo esto se ha analizado mediante una metodología cualitativa. En primer lugar, se ha optado por un método histórico que permita estudiar el origen y la evolución de la caricatura en el mundo árabe. Asimismo, se ha establecido un proceso de selección de datos que se han ido codificando a lo largo de todo el proceso de investigación. Luego, se ha utilizado un método visual etnográfico para analizar las diferentes muestras que se han seleccionado, con el fin de estudiar lo que ocurre en el interior de la imagen y los significados que ésta puede llegar a tener. Además, se ha utilizado un proceso de análisis y síntesis que permita mostrar nueva información a la luz de aquella que se ha analizado. Por último, también se ha puesto en práctica el método filológico, debido a que algunas de las caricaturas utilizadas presentan palabras o textos en árabe que complementan el significado de la imagen. Por ello, ha habido que analizarlas y ponerlas en consonancia con el dibujo con el fin de encontrar su significado pleno.

Respecto a las fuentes, han sido diversas. Por un lado, se han usado como fuentes primarias distintas caricaturas árabes que muestren toda la evolución. Las caricaturas son del caricaturista sirio Ali Ferzat, ya que es uno de los más famosos en el mundo árabe y sus caricaturas han sido publicadas tanto en papel como en formato digital. De hecho, él mismo se considera un activista que con sus dibujos es capaz de hacer reaccionar a la sociedad, promoviendo que participe en un proceso político y creativo. Por otro lado, se han usado diferentes fuentes secundarias con el fin de establecer una historia de la caricatura en el mundo árabe. No obstante, obtener muestras en papel ha sido más complicado, dado que muchas de ellas han desaparecido y hoy por hoy es muy complicado encontrar ejemplares.

4. Marco conceptual: Historia de la caricatura árabe

El origen de la caricatura en el mundo árabe es europeo, ya que presenta una fuerte influencia occidental, por lo que mezcla el estilo artístico europeo junto con la cultura árabe y sus tradiciones, al mismo tiempo que desarrolla diferentes iconos (Wichhart, 2009). Sin embargo, muchos investigadores (Douglas y Malt-Douglas, 1994; Abu- Lughod, 1989; Mitchell 1989) consideran que esta adaptación fue un hecho mucho más natural, por lo que el desarrollo de la caricatura fue un escenario de negociación, en el que tomaban las formas occidentales, las transformaban y las mezclaban, desarrollando las suyas propias (Abu-Lughod, 1989). En cualquier caso, la primera caricatura apareció en una revista satírica egipcia en torno a la década de 1880, extendiéndose, así, al resto del mundo árabe. Las primeras caricaturas van unidas al desarrollo de la prensa durante el periodo intelectual de la *Nahda (despertar)*, acompañando a los periódicos y revistas egipcios. Sin embargo, con el paso del tiempo la caricatura acabó convirtiéndose en uno de los medios más importantes de expresión y, sobre todo, de crítica social y política que se ha extendido a los periódicos árabes, como testimonio de una adquisición progresiva de las libertades públicas en los estados y las sociedades árabes, antes y durante su acceso a la independencia (El-Jisr, 1988).

Con el tiempo, fueron diversificándose, en estilo, desde lo primitivo hasta lo más sofisticado. Por ello, al principio, la mayoría de estas caricaturas eran en blanco y negro, aunque cabe destacar que algunos boletines eran en color. Asimismo, los caricaturistas no se limitaban a una sola revista o periódico, sino que muchos de ellos trabajaban para varias revistas o periódicos satíricos al mismo tiempo. Además, al contrario de lo que pasará una vez bien entrado el siglo XX, muchos de los dibujos eran anónimos, por lo que mantenían la idea de que el arte de las caricaturas no pertenecía a un único medio, sino que eran ideas compartidas por otros. No obstante, muchos caricaturistas fueron claramente influenciados, en su estilo, por las prensas satíricas de Europa (Francia, Inglaterra, Italia o Alemania), aunque también existían imágenes de la sociedad árabe tradicional yuxtapuestas a las imágenes de la invasión cultural europea. Así pues, las caricaturas no eran simplemente evocadoras de las ideas de las clases dominantes, sino que trascendieron los límites de las clases alfabetizadas y analfabetas. Esto se debe a que muchas de ellas permanecieron colgadas en las paredes, así como también muchas de ellas se leían en voz alta en los cafés. La lengua que usaban estos artistas solía tener un vocabulario común y coloquial, con el fin de que toda la simbología que este arte llevaba implícito pudiera ser fácilmente interpretada (Müge, 1998).

La caricatura, con el paso del tiempo, fue cobrando vital importancia, hasta el punto en que, para cubrir los eventos de la Primera Guerra Mundial, una revista egipcia imprimió por primera vez en la historia de la prensa egipcia unas imágenes de la guerra, así como una serie de caricaturas que habían sido publicadas en revistas europeas. Por tanto, esta nueva forma de expresión, que se había ido gestando en el siglo XIX, empezó a ilustrar poco a poco la vida cotidiana de Egipto, así como también personajes públicos del país, con el fin de criticarlos. De este modo, en torno a 1919, se puso en marcha un movimiento nacionalista en el que aparecen caricaturas de extranjeros, es decir, caricaturas griegas, italianas y armenias, nacidas en el mundo árabe, pero conservando su esencia europea. No obstante, a partir de 1936, esta crítica política a través de las caricaturas empezó a decaer, por lo que se aprecia un declive de la caricatura política en favor de la caricatura social moderada, donde el humor de éstas reside en el contraste de los nombres y su aspecto físico (Krifa, 1988). Durante este periodo, las caricaturas sufren una intensa esquizofrenia cultural, es decir, un conflicto de identidad que se palpaba en la sociedad del momento y que se refleja en el arte de las caricaturas. Por ello, las caricaturas desde 1930 hasta 1950 exhiben y encarnan dos mundos completamente separados.: el mundo local y cotidiano de los funcionarios y pequeños comerciantes y el mundo occidental idealizado con clases de piano, pieles, fiestas, etc. Por tanto, el objetivo, al igual que en la pintura, era alcanzar el realismo. Esta tendencia fue bastante frecuente en las caricaturas que estaban relacionadas con aquellas personas que pertenecían a la alta sociedad, por lo que representaban un estilo de vida idealizado que representaba lo que se conocía como mundo moderno. En este sentido, los humoristas interpretaron este "mundo moderno" no por una experiencia personal, sino, más bien, por la lectura de revistas europeas brillantes; debido a que Europa era una fuente de inspiración de ideas para los caricaturistas en la creación de este mundo de fantasía donde los personajes parecían más 'occidentales' que los propios occidentales. Por esta razón, el realismo sugirió el deseo de los dibujantes para compensar su falta de experiencia personal directa diaria del mundo al que representaban (Müge, 1998).

Tras la Segunda Guerra Mundial, reaparece con fuerza la caricatura política, mostrando unos tintes diferentes a lo que se había estado haciendo hasta el momento (Krifa, 1988). Supuso una inflamación de los sentimientos

anti-imperialistas. Por ello, la década de 1950 fue una nueva era para las caricaturas, pues apareció una nueva forma de entender las cosas, así como también la asunción de un nuevo papel para el dibujante. En esta década las revistas se multiplicaron y diversificaron, al mismo tiempo que esta corriente de caricaturistas iba cobrando cada vez más fuerza. De este modo, aparecieron las caricaturas modernistas, que redefinían las convenciones artísticas, así como también los temas de interés que en ellas se mostraban. A partir de ahora empezaron a tratar temas políticos como la injusticia social, la lucha de clases, la crítica del Estado, el funcionamiento de las instituciones democráticas y la posibilidad de la revolución social y política. Asimismo, el principal objetivo era el régimen político, el orden económico, los partidos gobernantes y las élites, por lo que los temas de la era anterior en relación con los problemas cotidianos de la vida urbana fueron reemplazados por estos temas políticamente más ambiciosos. En la generación de 1950, se genera una politización de las caricaturas que no sólo se consideró inevitable sino también deseable, de manera que los caricaturistas adquirieron el deber y la responsabilidad de iluminar y educar a la gente a través de sus dibujos. Ellos asumían su papel de vanguardia y los justificaban, mediante el recurso a la universalidad de la razón y la ciencia. Por otro lado, los nuevos caricaturistas se vieron a sí mismos encerrados en una lucha histórica contra el sistema establecido de dominación, tanto político como económico (Müge, 1998).

Por otro lado, durante la década de 1980 las tiras cómicas se habían convertido en una característica habitual en varios periódicos en Túnez. Estaban dedicadas a los deportes, la sociedad, los problemas y los temas de actualidad. No obstante, la Guerra del Golfo provocaría un cambio importante en el enfoque y el alcance en las caricaturas. Hasta ese momento, las caricaturas siempre mostraban el comentario y la perspectiva sobre la guerra y de la cobertura de los medios occidentales. Ahora bien, tras el impacto social que supuso la Guerra del Golfo, aumentó el número de caricaturas considerablemente, desarrollándose en dos áreas: los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Los caricaturistas, por su parte, consideraban que los medios de comunicación occidentales no mostraban la realidad de los hechos, por lo que las caricaturas se desarrollaron como un medio de comunicación que les permitía movilizarse para contrarrestar la información distorsionada de la Guerra. Por tanto, al igual que hoy en día, durante esta época hubo un esfuerzo consciente de utilizar las caricaturas como un arma propagandística que permitiese despertar la opinión pública (Müge, 1998).

La caricatura, con el paso del tiempo, acabó convirtiéndose en un artículo de opinión. La caricatura expresa una opinión y un comentario, por lo que el diseño del dibujo lo que realmente hace es un ataque directo a sus detractores. En la actualidad, generalmente, la caricatura se fundamenta sobre un comentario implícito, tomado de la crítica para desembocar en el humor, es decir, el caricaturista tiene la capacidad de ayudar a la sociedad a afrontar los problemas con humor y paciencia. Por ello, en muchas sociedades el dibujo se ha convertido en algo rudimentario que puede generar una situación de alivio para el propio caricaturista, que trata de compartirlo con el resto de la sociedad. Sin embargo, si se tiene en cuenta el poder de la lengua en las sociedades del mundo árabe, las caricaturas pueden ser más que un alivio, ya que, como se ha mencionado anteriormente, se han convertido en un acto de contestación. Esto se debe a que su fuerza es desmesurada, debido a que tratan de decir lo máximo con el menor número de palabras, llegando a todos los sectores de la sociedad (Samaha, 1988).

5. Resultados

5.1. La caricatura en papel

Entre las revistas más famosas, hay que destacar *La Rose al-Yousef (La Rosa de José)*, ya que fue una fuente de inspiración para muchos escritores y caricaturistas. Su primera publicación tuvo lugar en 1925 en El Cairo (Hammond, 2005). La revista se inició como una publicación cultural y literaria, pero se convirtió en una revista política en 1928 (Mariscotti, 2008). En 1935, el editor agregó un periódico diario con el mismo nombre y ambos se publicaban en árabe. En 1960, el presidente Nasser nacionalizó la revista, que comenzó a ser controlada por el gobierno egipcio y a tener una inclinación izquierdista (Butsh y Livingstone, 2013, p. 125) durante las presidencias de Nasser y Anwar Sadat (El-Bandari, 2010). De este modo, desde los años 60, los editores empezaron a ser elegidos desde el gobierno (El-Din, 2015).

Por otro lado, hubo otras revistas que también tuvieron bastante importancia dentro del mundo árabe. Destacan *al-Tankit wa al-Tabkit (Bromear y Censurar)*, que apareció en junio de 1887 y cuyos temas eran de corte social, principalmente. Otra revista que merece la pena mencionar es *Misbah al-Šarq (La Lámpara de Oriente)*, que se caracterizaba por su crítica directa y por las brutales sátiras. No obstante, con el estallido de la Segunda Guerra

Mundial, la censura resurgió en estos países, impidiendo que se siguiese desarrollando la prensa satírica. Sin embargo, no se logró dicha censura, ya que se fundaron asociaciones sin ánimo de lucro que continuaron dando a conocer sátiras y críticas totalmente inofensivas. Además de esto, todas estas revistas satíricas que habían surgido en Egipto se expandieron por todo el mundo árabe. De este modo, en Bagdad, apareció *Kannas al-Sawari (La Barredora)* y *Habazbuz*, que atacaban las desigualdades sociales y hacían hincapié en la corrupción de los políticos (Kishtainy, 1985). Por otro lado, en Siria surgieron una gran cantidad de libros y revistas de historietas destacando títulos como *al-Mudik al-Mubkī (La Ironía)* a cargo de Habīb Kahhaleh, gran innovador que llevó a cabo una dura crítica de la sociedad siria con estilo irónico y burlesco, usando como personaje principal a un burro para tratar los males sociales. Esta revista comenzó su andadura en torno al año 1929 y permaneció en escena 37 años, pero cada vez que trataban censurarla, su autor sacaba otra revista titulada *Maši al-Hal (No Pasa Nada)* que sustituía la anterior. Asimismo, en los años 40 apareció una nueva revista satírica llamada *al-Duniya (El Mundo)*, que criticaba la dureza del poder gobernante del momento, a través de dibujos y artículos atrevidos. Otra revista, *al-Asa al-Dimašqiyya (El Marzo Damascuino)*, aparecida en 1956, mostraba una dura crítica social a través de dibujos y caricaturas, pero su vida también sería corta. Así, el desarrollo de este humor político cobró tanta importancia hasta tal punto que el Ejército sirio fue autor durante un tiempo de una revista llamada *al-Yundi (El Soldado)*, en la cual se trataban cuestiones sociales y políticas (Salti, 2012).

Con todo, una gran mayoría de estas revistas acabaron siendo censuradas con los nuevos gobiernos que aparecieron tras las independencias del mundo árabe. Del mismo modo, la libertad de prensa se vio relegada a una revisión previa por parte del gobierno en cuestión a través del ministro de información. Aun así, Ali Ferzat, bajo el título de *al-Dumari (El Farolero)*, fundó el primer periódico satírico independiente en Siria desde la llegada del Ba'ṭ al poder en el año 1963. Este periódico satírico se basaba en la sátira política y presentaba un estilo similar al diario semanal *Le Canard Enchâiné (El Pato Encadenado)*. El primer número se publicó en febrero de 2001, vendiéndose un total de 50.000 copias en menos de cuatro horas. Asimismo, las críticas empezaron a ser cada vez más directas con el fin de hacer ver que el presidente no cumplía con las promesas de cambio, por lo que el caricaturista comenzó a sentirse reprimido por parte del gobierno, hasta tal punto que acabaron censurando el periódico en el año 2003 (Moubayed, 2006).

Figura 1: Con la flauta y el oboe no sucede la victoria



Fuente: Ferzat (s.f.).

Esta caricatura apareció en *al-Dumari (El Farolero)* en 2001. En ella se observa un señor con un tanque disparando un tanque haciendo referencia a la información. Por otro lado, aparece un texto en árabe que acompaña a la imagen que dice: "con la flauta y el oboe no sucede la victoria". Este texto del poeta Nizar Qabbani hace referencia a que la victoria no se puede obtener a cañonazos, sino de una manera pacífica a través de la libertad de información. Por tanto, el objetivo es criticar al gobierno, en tanque que quiere hacerlo todo a cañonazos y no de una manera pacífica.

5.2. La caricatura en la red

El culmen del desarrollo de internet y el ciberactivismo llegó al mundo árabe con el desarrollo de la Primavera Árabe. Este movimiento se caracterizó por una serie de manifestaciones que comenzaron en Túnez en diciembre de 2010 y que se fueron extendiendo durante 2011 en todo el mundo árabe, dando lugar a mejores o peores consecuencias. Pues, desde ese momento, el mundo árabe no volvería a ser el mundo, ya que quedó completamente transformado (Eko, 2012).

Durante el desarrollo de la Primavera Árabe, la resistencia al autoritarismo informacional llegó en forma de activistas de la información en el ciberespacio que instrumentalizaban de forma calculada internet y las redes sociales para movilizar a la juventud y a la sociedad, en general, con el fin de pedir derechos políticos, sociales y económicos, así como también un cambio de régimen. Estos activistas de la información utilizaron internet, asociando las nuevas redes sociales como un nuevo instrumento de expresión. Como resultado de todo esto, los medios de comunicación social se convirtieron en una nueva arma de resistencia informacional, que permitió movilizar a la población contra los gobernadores de estos países. Los gobiernos no tardaron en actuar con actos de comunicación, aunque muchos de ellos censuraban las infraestructuras de las telecomunicaciones, internet y las redes sociales. Para ello, continuaron controlando los medios de comunicación tradicionales, por lo que los activistas se unieron con sus aliados *hacktivistas* para socavar el control informativo gubernamental, relatando a todo el mundo la presión a la que estaban sometidos. La instrumentalización de internet como arma de resistencia de los activistas y las tecnologías como forma de represión de los regímenes autoritarios transformaron los trastornos informativos. Estos acontecimientos sirvieron para redefinir internet y los medios de comunicación social, así como también fue útil para erradicar la censura. Como consecuencia, bloquearon Youtube, hackearon Facebook y otras redes sociales y cortaron el acceso a internet (Eko, 2012).

De este modo, se aludió a la vertiente red. Por ello, la diferencia que tiene con los medios preexistentes se centra en la inmediatez y la pérdida de filtros, o sea, la comunicación es a tiempo real. Dicho de otro modo, se genera un flujo continuo de tipo hipertextual donde la interconexión entre diversos medios a través del hipertexto (o hipermedio) de flujos y textos permite la fusión de la comunicación interpersonal con la comunicación de masas, obligando a entrar en un mundo de la comunicación que permite ser autores, emisores o simplemente receptores (Cardoso, 2010). Así, se creó una estructura social compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la micro-electrónica, en el que la sociedad se organizó en un espacio de flujos (Castells, 2009).

La Primavera Árabe proporcionó una inspiración inmensa a los caricaturistas regionales, de manera que rompieron con el miedo que les acechaba y comenzaron a afilar sus lápices con el fin de hacer reflexionar a los distintos gobiernos dictatoriales (AFP, 2011). Estos dibujos esbozaban los acontecimientos que estaban sucediendo en las calles y su objetivo era incitar a la población a que reaccionara contra los diferentes regímenes. Así, los jóvenes de estos países la utilizaron para fomentar la ira contra los dictadores y para que la sociedad saliera a las calles para pedir paz y libertad, debido a que con sólo una imagen podían llegar mejor a todos los sectores de la población. Por tanto, la caricatura, durante la Primavera Árabe no sólo criticaba al gobierno, sino que acabó convirtiéndose en un símbolo de la revolución (Kushkush, 2013).

Aparecieron muchos activistas en la red, destacando Facebook, entre otras. Se crearon muchas páginas en esta red social que permitía publicar caricaturas y manifestaciones artísticas, al mismo tiempo que protegían al caricaturista. Un ejemplo es la página Syrian Revoltion Arts (Artes de la Revolución Siria), donde muchos artistas podían publicar sus caricaturas de forma anónima. Fue un lugar, creado en enero de 2012, donde el pueblo sirio podía expresar su ira y su enfado contra el régimen con total libertad y de forma pacífica, por lo que los artistas que publicaban sus obras en esta página de Facebook, por lo general, mostrando su apoyo a la Revolución Siria, a través de su propia opinión (Syrian Revolution Arts, 2012).

En cualquier caso, la principal novedad de la Primavera Árabe respecto a la caricatura es que por primera vez se representaba a los presidentes de manera directa. Este hecho fue un avance político y personal, dado que nunca antes se había hecho de una manera tan feroz y directa (Halasa, 2012). Por ejemplo, en Siria, se llegaron a contabilizar más de 3.000 caricaturas criticando al presidente sirio, con el objetivo de reflejar y criticar la revolución en Siria. La expresión de la cara de al-Asad fue cambiando progresivamente durante la revolución, debido a que los caricaturistas quisieron reflejar la situación del país a través de la expresión gráfica del presidente. En este sentido, las críticas fueron cada vez más directas, ya que, irónicamente, los caricaturistas lo fueron representando como el verdadero responsable de la destrucción y muerte del país. Por ello, el objetivo era hacer hincapié en los problemas del país a través de un arte que hacía reír a la sociedad, de manera que decidieron representar al presidente, utilizando la ironía y la exageración, como a una bestia inmundas que va devastando todo lo que encuentra a su paso. Por tanto, las caricaturas llegaron a ser una

forma de expresión y comunicación que consiguieron redefinir la Revolución en Siria y en otros muchos países en los que se produjo el fenómeno de la Primavera Árabe (Buḥā', 2013).

Figura 2: Al-Asad y al-Qaḍḍāfi tratando de escapar juntos de sus respectivos países



Fuente: Ferzat (s.f.).

En esta imagen se ve al presidente sirio y al presidente libio tratando de escapar juntos de sus respectivos países. El presidente libio conduce un coche a toda velocidad y está bastante nervioso, por lo que llega a perder los tornillos. Por otro lado, el presidente sirio hace autostop, esperando que lo recoja lo antes posible. De hecho, le acompaña un sirviente suyo, así como también lleva una maleta hecha con prisas. Por tanto, el objetivo es acentuar la salida de los dos presidentes con el fin de que triunfe la Primavera Árabe, por lo que esta caricatura conlleva de manera implícita la necesidad de que hacer el cambio y la revolución dentro de estos países.

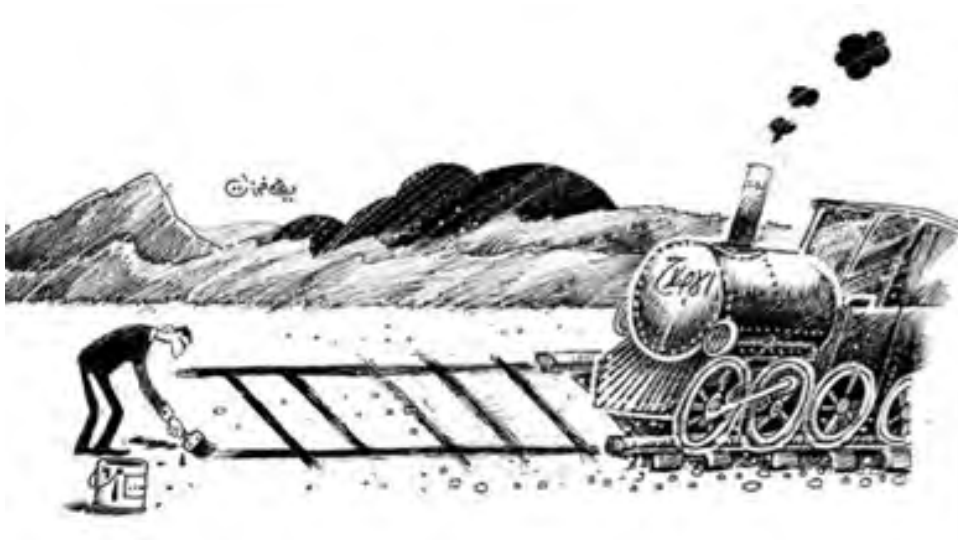
Figura 3: El discurso del presidente



Fuente: Ferzat (s.f.).

En esta imagen se ve al presidente al-Asad dando un discurso. Se aprecia que el atril es un juego de pompas de jabón y que el papel que tiene el presidente en la mano pone la palabrea <<reforma>> en árabe. Asimismo, las palabras del presidente sobre la supuesta reforma estallan en forma de pompa, por lo que el caricaturista relaciona las palabras con un juego de niños. Por ello, el significado de esta caricatura es recalcar que las palabras del presidente se queden en el aire, dado que se van desvaneciendo como si fuera un juego de niños.

Figura 4: El tren de las reformas



Fuente: Ferzat (s.f.).

En esta caricatura se ve un tren que tiene escrita una vez más la palabra 'reforma'. Este tren va por sus vías, pero en un momento dado se cortan. De este modo, puede verse al presidente sirio que en vez de arreglarlas las pinta. Por tanto, el objetivo es resaltar que el presidente no está haciendo nada, sino que directamente maquilla lo que tiene a su alrededor para que todo se quede tal cual. Así, la intención es hacer reaccionar a la sociedad para que la gente salga a la calle.

6. Conclusiones

La caricatura árabe se ha caracterizado por ser una forma de activismo. Desde sus orígenes, la caricatura se encargó de criticar la desigualdad social dentro de estos países. No obstante, los primeros modelos fueron en papel, aunque muchas de las revistas fueron censuradas, por lo que la recuperación de esos ejemplos ha sido prácticamente imposible.

Como consecuencia, la caricatura podría considerarse un lenguaje alternativo. La caricatura opta por la simbología transformada en metáforas visuales que apelan al intelecto y a la emoción, por lo que contribuye a la gente a pensar. De este modo, el caricaturista cobra una función social importante, dado que tiene la capacidad de iluminar a la sociedad, ayudándole a ver una realidad diferente a la que opinan los gobiernos. Por ello, el desarrollo de estos dibujos contribuye a que exista un nexo de unión bajo una forma de comunicación bastante significativa.

Por otro lado, el desarrollo de la Primavera Árabe fue esencial. Este hecho provocó que irrumpiera una nueva forma de retransmitir las noticias. Muchas de las cuestiones que aparecieron en la Primavera Árabe fueron publicadas en la red a través del periodismo ciudadano. Los gobiernos optaron por un apagón que nunca llegó a florecer, dado que la gente empezó a utilizar sus teléfonos inteligentes con el fin de retransmitir todos los acontecimientos que se estaban desarrollando.

En este contexto, la caricatura se consolidó. Se convirtió en un arte de resistencia, debido a que había dejado a un lado la necesidad de hacer pensar a la gente, dado que empezaron a retransmitir de una manera directa los acontecimientos. Todo esto conllevó a que se publicara en la red y que diera la vuelta al mundo. Las caricaturas abandonaron el papel y empezaron a introducirse en la red, no sólo en blogs, sino también en redes sociales

como Twitter y Facebook. Por tanto, la caricatura había dejado un lado el papel para romper con cualquier tipo de censura y entrar dentro de la red.

Así, se desarrolló una cultura de la virtualidad en torno a estos dibujos. Pues, los caricaturistas lo publicaban y la gente podía comentar, opinar y compartir los diferentes acontecimientos que estaban teniendo lugar. De este modo, se había desarrollado una sociedad en red promovida, en parte, por los sectores más jóvenes de la sociedad, con el fin de acabar con el sistema autoritario. Por ello, apareció una nueva forma de comunicación en la que la tecnología era la protagonista.

Con todo, la caricatura se adaptó a los tiempos y a la revolución. Pues, pasó de ser una forma de activismo para convertirse en una nueva forma de ciberactivismo. Dicho de otro modo, la caricatura debe ser entendida como un bloque cultural, por lo que no hizo otra cosa que adaptarse a las necesidades del momento. Por ello, hay que dejar claro que la caricatura evoluciona al mismo tiempo que el ser humano, de ahí que se haya convertido en una forma de hacer la revolución en la red.

7. Referencias

- AFP (2011). Arab Spring Provides Inspiration to Regional Cartoonists. Al-Arabiya. Retrieved from: <http://www.alarabiya.net/articles/2011/12/04/180731.html>
- Buḥā', Ḥ. (2013). Al-Kārikātīr yuṭārid Baṣār al-Asad bi-'aḡṭar min 3000 lawḥa sājjira. Al- Arabiya. Retrieved from: <http://www.alarabiya.net/articles/2013/01/16/260835.html>
- Butsch, R. y Livingstone, S. (2013). *The Meanings of Audiences: Comparative Discourses*. London: Routledge.
- Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: UOC.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: UOC.
- Douglas, R. (n. d.) Cartoons and the historian. The Political Cartoon Society. Retrieved from: <http://www.original-political-cartoon.com/history/cartoons-and-the-historian.html>
- Douglas, A., y Malti-Douglas, F. (1994). *Arab Comics: Politics of an Emerging Mass Culture*. Bloomington, Ind: Indiana University Press.
- Eko, L. S. (2012). *New Media, Old Regimes. Case Studies in Comparative Communication Law and Policy*. Lanham, Maryland: Lexington Books.
- El-Jisr, B. (1988). Caricatures arabes. En Krifa, M.; Oussedik, O. & Hondet, J. P. (eds.). *L'Institut du monde arabe presente: caricatures arabes / auteur-concepteur de l'exposition, Michket Krifa*; exposition réalisée par le Département des Actions culturelles de l'Institut du monde arabe; Jean-Pierre Hondet et Ouardia Oussedik. Paris : L'Institute du Monde Arabe.
- Ferzat, A. (s.f.). Ali Ferzat. Retrieved from: http://www.ali-ferzat.com/ar/comic/key_word/ميسر%20تامرلكلاب/612.html
- Halasa, M. (2012, junio). Creative dissent. *Index on Censorship*, 41(2), 14- 25.
- Hammond, A. (2005). *Pop Culture Arab World!: Media, Arts, and Lifestyle*. ABC-CLIO.
- Kishtainy, K. (1985). *Arab Political Humour*. Londres: Quartet Books
- Krifa, M. (1988). Naissance de la caricature en Egypte. En Krifa, M.; Oussedik, O. & Hondet, J. P. (eds.). *L'Institut du monde arabe presente: caricatures arabes / auteur-concepteur de l'exposition, Michket Krifa*; exposition réalisée par le Département des Actions culturelles de l'Institut du monde arabe; Jean-Pierre Hondet et Ouardia Oussedik. Paris : L'Institute du Monde Arabe.
- Kushkush, I. (2013). Cartoonist's Pen leaves Mark across Arab World. *New York Times*. Retrieved from: <https://nyti.ms/2Jof5fF>
- Mitchell, T. (1989). Culture Across Borders. Middle East Research and Information Project. Retrieved from: <https://bit.ly/3nU8F71>
- Moubayed, S. M. (2006). *Steel & Silk: Men & Women Who Shaped Syria 1900- 2000*. Seattle: Cune Press.
- Müge Göçek, F. (1998). *Political Cartoons in the Middle East*. Princeton: Princeton University.
- Salti, O. (2012). Caricaturas y Viñetas. Arte de Burla y Crítica para Todos los Públicos. *Revista Culturas 8*. Retrieved from: <https://bit.ly/3o5MmLP>
- Samaha, J. (1988). La caricature ou "le pierre et le rire". En Krifa, M.; Oussedik, O. & Hondet, J. P. (eds.). *L'Institut du monde arabe presente: caricatures arabes / auteur-concepteur de l'exposition, Michket Krifa*; exposition réalisée par le Département des Actions culturelles de l'Institut du monde arabe; Jean-Pierre Hondet et Ouardia Oussedik. Paris : L'Institute du Monde Arabe.

Syrian Revolution Arts (2012). Facebook. Retrieved from: <https://bit.ly/3nWJuRk>
Wichart, S. (2009). Propaganda and protest: Political cartoons in Iraq during the Second World War. En Scully, R. & Quartly, R. (Eds.) *Drawing the Line. Using Cartoons as Historical Evidence*. Melbourne: Monash University ePress.



4.0

© Editorial Universidad de Sevilla 2021

IROCAMM- International Review Of Communication And Marketing Mix | e-ISSN: 2605-0447

IROCAMM

VOL. 1, N. 4 - Year 2021

Received: 09/07/2020 | Reviewed: 13/10/2020 | Accepted: 10/11/2020 | Published: 02/01/2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v01.i04.03>

Pp.: 33-42

e-ISSN: 2605-0447

