

**“Al estilo del vulgo”: Chistes y ocurrencias en torno a lo religioso en el teatro del Siglo de Oro, con algunas calas en la publicidad actual**

Luis González Fernández  
(EHEHI, Casa de Velázquez)  
(CAS-LISST: UMR 5193 du CNRS)

“On peut rire de tout, mais pas avec tout le monde”  
Attrib. Pierre Desproges (1939-1988), humorista francés.

**A modo de aperitivo**

Aunque podré en algún momento echar mano de ejemplos de otras formas literarias, quisiera ver en este estudio algunos ejemplos de chistes basados esencialmente en cuestiones religiosas dentro del teatro de los Siglos de Oro, un teatro que ofrece un panorama de expresiones de escritura que tocaban a un amplio público, por la naturaleza misma de la experiencia teatral popular en la época moderna. A veces, los ejemplos tendrán que ver con conflictos inter-confesionales y en otros con elementos relacionados con la transgresión religiosa.

Quiero empezar, dicho esto, con un ejemplo conocido de la prosa, nada menos que los renglones iniciales del *Quijote* cervantino, donde se refieren los hábitos alimenticios del héroe epónimo:

En un lugar de La Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor. Una olla de algo más vaca que carnero, salpicón las más noches, duelos y quebrantos los sábados, lantejas los viernes, algún palomino de añadidura los domingos, consumían las tres partes de su hacienda. (Cervantes 1980, I, 1, 69-70).

En lo referente a la dieta de don Alonso Quijano se puede señalar la ausencia de productos cárnicos porcinos: vaca y carnero y palomino es la carne que come Don Quijote. Si uno busca en internet el plato llamado aquí “duelos y quebrantos” encontrará una receta con chorizo, panceta y huevos, los primeros dos ingredientes siendo productos porcinos por excelencia. Sin embargo, habría que decir que “Con internet hemos topado, Sancho”, y sus usos y abusos. El *Diccionario de Autoridades*, más cercano a la época en la que se estableció el menú semanal del héroe manchego, da la siguiente explicación: “DUELOS Y QUEBRANTOS. Lllaman en la Mancha a la tortilla de huevos y sesos,” y cita *El Quijote* como ejemplo de su uso en un texto literario. El que hoy en día este plato se coma con chorizo y panceta tiene más que ver con los gustos alimenticios del siglo XX y XXI que con la realidad social de los siglos XVI y XVII y con las intenciones de Cervantes, que confiere a su héroe una dieta que podría identificarlo fácilmente con judíos o musulmanes (o moriscos) por la ausencia de cerdo, inclinándose la balanza hacia los segundos por la ausencia también de vino u otro licor alcohólico en la dieta.<sup>1</sup> No me consta el que Don Quijote sea un gran bebedor de vino en sus aventuras; y el que arremeta violentamente contra los cueros de vino (aun pensándolos gigantes), podría dar a entender un rechazo al alcohol, como buen seguidor de la secta de Mahoma, pero todo esto es mera suposición. Aunque Don Quijote usa vino para el bálsamo con el que cura sus heridas (Cervantes 1980, I, cap. 17) no me consta que lo ingiera como tal, proporcionando además a Sancho consejos sobre el consumo del brebaje: “Sé templado en el beber, considerando

<sup>1</sup> Para un repaso de los episodios en los que se menciona el vino en el *Quijote*, ver Muñoz Coronel 2019.

que el vino demasiado ni guarda secreto, ni cumple palabra” (Cervantes 1980, II, cap. 43). Como todo este comienzo de la novela está en clave de humor, desde la descripción del enjuto caballero con su campo semántico de la delgadez hasta el episodio de los nombramientos del caballo y del héroe, cabría sin duda entender este menú como algo cómico también que nos llevara al estereotipo del moro o del morisco no del todo asimilado.

Dejando atrás el preámbulo cervantino, en lo que se refiere al teatro este estudio se centrará en tres formas de chiste religioso: el primero se basa esencialmente en la agudeza de la lengua apoyada por los gestos de los actores; el segundo en cuestiones relacionadas con lo burlesco con cuestiones religiosas como telón de fondo, y; el tercero se concentrará en lo que atañe a la comida y las diferencias confesionales.

### Citando las Escrituras: *Pulvis es et in pulverem reverteris*

La comedia de malas costumbres lopesca, *El acero de Madrid* empieza con un ambiente de fiesta en el que no tarda en irrumpir el humor basado en lo que, con un poco de picardía, podríamos llamar una especie de exégesis de los textos sagrados. Por una parte, se ve a dos galanes esperando a las puertas de la iglesia la salida de la amada de uno.<sup>2</sup> Por otra, la comedia nos muestra la salida de la misa de “*Belisa y Teodora con mantos. La Teodora es tía de Belisa y ha de traer un hábito de beata, manga en punta, con una imagen de la Concepción en el escapulario*” (Vega, 89, Acot. v. 33). Ya desde la mera vestimenta de la beata Teodora se empieza a construir el humor con fondo religioso, al mostrar la coquetería de la tía con sus mangas en punta que contrastan con la supuesta sobriedad del hábito religioso, y con un escapulario que uno no puede sino imaginar bastante descomunal si se había de reconocer en el gallinero la imagen de la Inmaculada Concepción. El que mencione Lope la imagen pintada no deja de llamar la atención en este sentido. El parlamento que sigue se basa en un continuo juego hábil de palabras con trasfondo bíblico:

TEODORA: Lleva cordura y modestia:  
Cordura, en andar de espacio;  
Modestia, en que solo veas  
la misma tierra que pisas.

BELISA: Ya hago lo que me enseñas.

TEODORA: ¿Cómo miraste aquel hombre?

BELISA: ¿No me dijiste que viera  
sola la tierra? Pues dime,  
aquel hombre ¿no es de tierra?

TEODORA: Yo la que pisas te digo.

BELISA: La que piso va cubierta  
de la saya y los chapines.

TEODORA: ¡Qué palabras de doncella!  
Por el siglo de tu madre,  
que yo te quite esas tretas.  
¿Otra vez le miras?

BELISA: ¿Yo? (Vega, 90-91, vv. 34-49)

<sup>2</sup> Esta situación recuerda la poesía de corte popular que abunda en encuentros amorosos cerca de lugares sagrados o en sus recintos: por dar unos pocos ejemplos pensemos en las *cantigas de amigo*, en algún romance como “*En el baile del ejido*” gongorino, o en canciones más recientes como “*Cuando salí de Cabrales*,” donde el desfloramiento de una doncella se hace en un contexto de fiesta patronal (González Fernández 2016).

Como no se le podía escapar a nadie, la cómica situación reside en la interpretación de *tierra* que cada una de las dos mujeres arbola. El suelo evocado por la tía lo lleva Belisa a la materia de la que Dios hizo al hombre cuando lo creó, según se narra en Génesis 2, 7:

*Formavit igitur Dominus Deus hominem de limo terrae, et inspiravit in faciem eius spiraculum vitae, et factus est homo in animam viventem. (Biblia Sacra Vulgata 1985).*

Modeló Yavé Dios al hombre de la arcilla y le inspiró en el rostro aliento de vida, y fue así el hombre ser animado (*Sagrada Biblia 1966*).

Aunque en sí pueden dar a entender una transgresión las palabras de Belisa, por lo que tiene de descarada, en realidad no hace sino repetir el sentido literal del texto bíblico y vehicular así este elemento fundamental de la creación y del origen del género humano.

De manera quizá más sutil aún, en lo que se refiere al subtexto bíblico, Lope nos brinda inmediatamente después del intercambio que acabamos de comentar un nuevo ejemplo que parte de una fingida caída de Belisa:

BELISA: Fui a caer, como me turbas  
con demandas y respuestas,  
y miré quien me tuviese.  
RISELO: ¡Cayó! ¡Llegad a tenerla!  
LISARDO: Perdona, vuesa merced,  
el guante.  
TEODORA: ¿Hay cosa como esta?  
BELISA: Bésoos las manos, señor,  
que, si no es por vos, cayera.  
LISARDO: Cayera un ángel, señora,  
y cayeran las estrellas,  
a quien da más lumbre el sol.  
TEODORA: Y yo cayera en la cuenta.  
Id, caballero, con Dios.  
LISARDO: Él os guarde, y me defienda  
de condición tan extraña.  
TEODORA: Ya caíste. Irás contenta  
de que te dieron la mano.  
(Vega, 91-93, vv. 51-67)

Aunque lo fundamental del chiste está en el juego prolongado en torno a la palabra “caer,” con sus acepciones físicas, morales y mentales, no deja de ser interesante el que se equipare a Belisa a un ángel caído, que nos lleva a la tradición de la batalla celestial entre Dios y Lucifer, que parece cobrar fuerza con la alusión a la caída de las estrellas, que no puede sino llevarnos al texto apocalíptico de san Juan 12, 3-4:

*Et visum est aliud signum in caelo: et ecce draco magnus rufus habens capita septem, et cornua decem et in capitibus eius diademata septem, et cauda eius trahebat tertiam partem stellarum caeli, et misit eas in terram. (Biblia Sacra Vulgata 1985)*

Apareció en el cielo otra señal, y vi un gran dragón de color de fuego, que tenía siete cabezas y diez cuernos, y sobre las cabezas siete coronas. Con su cola arrastró la tercera parte de los astros del cielo y los arrojó a la tierra (*Sagrada Biblia* 1966).

Cualquier alusión o inferencia por analogía a la tía Teodora como dragón infernal no es meramente circunstancial, como podemos colegir de la descripción que de ella hace Lisardo en cuanto se marchan las mujeres:

Una tía, que pudiera  
ser agüela de la envidia,  
porque es entre fraila y dueña,  
águila, de medio arriba;  
de medio abajo, culebra.  
(Vega, 95, vv. 88-92)

El que estuviera permitido reírse de muchos y diversos temas lo prueban esta y otras comedias y, a decir de Anne Cayuela, algunos censores de libros también, aunque advierte que hay límites: “qu’un auteur ne saurait dépasser sans commettre un sacrilège contre l’un des fondements de la société espagnole de l’époque : la religion”, y trae a colación la estudiosa la censura al *Discurso de todos los diablos, o infierno enmendado* de Francisco de Quevedo. El censor dice:

Digo por mayor que el assumpto de la obra de Todos los diablos es sátira; su principal artificio, hablar del infierno como cosa de burla, como de lugar donde los condenados dicen chistes, gracejan y se entretienen. Esto tiene conocido escándalo, no solo para los ignorantes, sino para doctos (Cayuela 125).

Un tercer ejemplo del uso del texto bíblico en el humor de la comedia que quisiera traer a colación lo encontramos en una obra atribuida a Juan Ruiz de Alarcón, *Quien mal anda en mal acaba*. En una escena en la que la comida tiene cierta importancia (veremos más ejemplos dentro de poco), el gracioso Tristán se prepara para robar pan y vino dedicado a la ofrenda eucarística, puesta a buen recaudo por un demonio disfrazado de sacristán: al ir a abrir el arca donde están custodiadas las sustancias “aparece un difunto” (Ruiz de Alarcón 1993, 149, acot. v. 2191) ante lo cual exclama Tristán: “¡Verbum caro; ¡Ánima Christi!” (Ruiz de Alarcón 1993, 149, v. 2192). Ambas frases exclamativas se encuentran como oraciones en el rito del exorcismo, y vienen aquí como anillo al dedo, pero en el caso de las primeras son también palabras que se encuentran en los inicios del evangelio de San Juan (1, 14):

*Et verbum caro factum est, et habitavit in nobis (Biblia Sacra Vulgata*  
1985)  
Y el Verbo se hizo carne y habitó entre nosotros (*Sagrada Biblia* 1966).

### **Humor directo o sin pelos en la lengua**

Juan Ruiz de Alarcón y Mendoza, aunque muy a menudo roce lo que para nosotros es el mal gusto, representa en el teatro una fuente excepcional para el humor del Siglo de Oro, no solo por la gracia intrínseca de algunos de sus chistes, sino por los mecanismos humorísticos que nos revela con sus a menudo detalladas acotaciones. La obra de



tramoya, *El Anticristo*, de 1623, ofrece un ejemplo de chiste que va ganando en fuerza, gracias a las acciones de sus protagonistas y lo ingenioso del lenguaje:

BALÁN: También hay santos judíos.  
 CRISTIANO: Son muy pocos.  
 BALÁN: Pues hagamos  
 una apuesta: refiramos  
 tú los tuyos, yo los míos,  
 y por cada santo quite  
 un pelo al otro, y con esto  
 se convenza el que más presto  
 quede pelado.  
 CRISTIANO: Ya admite  
 la apuesta mi confianza,  
 que según los santos son  
 sin cuenta en mi religión,  
 de vencer tengo esperanza.

(A cada santo que nombra cada uno, arranca un pelo de la cabeza del otro.)

BALÁN: Vaya. Moisés.  
 CRISTIANO: San Gonzalo.  
 BALÁN: Quedo; que quitaste dos,  
 según me ha dolido. Amós.  
 CRISTIANO: Los doce apóstoles.  
 BALÁN: ¡Malo!  
 ¿Doce? Jostüé.  
 CRISTIANO: San Gil.  
 BALÁN: Jacob y sus hijos son  
 trece.  
 CRISTIANO: San Millán.  
 BALÁN: Aarón.  
 y Josef.  
 CRISTIANO: Las once mil  
 vírgenes.

(Aquí le arranca a Balán una cabellera que ha de traer, y queda un casco de calabaza, como pelado.)

BALÁN: ¡Triste de mí!  
 ¡Que de una vez me has pelado!  
 Vencido y calvo he quedado.  
 CRISTIANO: Conviértete, pues vencí.  
 BALÁN: ¿Puede un calvo ser cristiano?  
 CRISTIANO: Sí.  
 BALÁN: Pues a quien a serlo empieza,  
 ¿no recibe en la cabeza  
 el bautismo?  
 CRISTIANO: Caso es llano.  
 BALÁN: ¿Luego en un calvo no hay traza

de bautizarse?  
 CRISTIANO: ¿Por qué?  
 BALÁN: Porque lo que en él se ve,  
 no es cabeza, es calabaza.  
 CRISTIANO: ¿Dilatas tu muerte así?  
 Cumple lo que has prometido,  
 o te mato.  
 BALÁN: Fui vencido,  
 haré lo que prometí.  
 CRISTIANO: Ven, y el agua del Bautista,  
 del Jordán recibirás.  
 BALÁN: De una vez hecho me has  
 ser cristiano y calvinista.  
 (Ruiz de Alarcón 1959a, 539-540, vv. 2204-2243)

El chiste inicial aúna perfectamente el diálogo con las acciones jocosas de los dos personajes moviendo a risa en varios niveles. No solo está la estructura arquetípica del chiste de enfrentamiento entre dos representantes de comunidades distintas (podría tratarse de un chiste de tipo: “Un escocés, un inglés y un francés etc.”), con la consecuente victoria de aquél que se busca establecer como más listo frente a otros menos hábiles o inteligentes, si no fuera por la revista que se hace del “santoral” de ambas religiones. El que uno de ellos quede calvo tras el enfrentamiento entronca además con la sátira constante en el Siglo de Oro contra los postizos, y en especial los calvos. Germán Vega García-Luengos,<sup>3</sup> citando precisamente unos versos de Juan Ruiz de Alarcón, afirma que “Es evidente que los calvos constituían uno de los grupos de riesgo satírico mejor definidos en la vida y la literatura de los Siglos de Oro,” a la vez que recalca que Alarcón parece haber sido uno de los dramaturgos que mayor y mejor uso hizo de las burlas contra calvos, para denostar así a rivales suyos, como por ejemplo a Cristóbal Suárez de Figueroa.<sup>4</sup> Establecida ya la burla contra los calvos, Alarcón la lleva aún más lejos con la asociación calvo-calvinista, es decir seguidor del protestante Juan Calvino, llevándola de nuevo al campo religioso de donde se originó esta serie de jocosidades.

Sin llegar a este grado de pericia, Francisco de Rojas Zorrilla también propone un chiste parecido en la comedia *Casarse por vengarse*:

Pon tus potencias y tu vida a salvo;  
 Ven acá, dime ¿empiezas a ser calvo?  
 [...]  
 Y tanto mal se advierte  
 en un calvino que se ve pelado.<sup>5</sup>

Aunque el *Diccionario de Autoridades* ofrece la definición de “calvino” como “lo mismo que calvo,” no deja de ser sorprendente y curioso que la autoridad literaria que

<sup>3</sup> Vega García-Luengos (15).

<sup>4</sup> Vega García-Luengos (15), nota 2. El artículo ofrece numerosos chistes de calvos salidos de la pluma de Rojas Zorrilla: “Hay que decir en primer lugar que resulta significativa la distribución de las menciones localizadas en los dos tomos del escritor. Por un lado, es llamativa la concentración de bromas sobre calvos que se produce en la Segunda parte (1645): de las doce comedias las hay en nueve, y en tres se encuentran dos casos” (28).

<sup>5</sup> Citado en Vega García-Luengos (18).

cita es Quevedo, Musa 6, soneto 16: “Si qual Calvino soi fuera Luthero, / contra el fuego no hai cosa que me valga” (s. v.).<sup>6</sup>

### **Jamón y vino y pan con tocino: los hábitos alimenticios como fuente de humor**

Es de sobra conocida la dedicación de los graciosos de la comedia por la comida y la bebida (Primorac 137), y son raras las figuras cómicas de una obra que no aborden el tema alimenticio o alcohólico en algún momento. En las comedias donde de por sí existen diferencias confesionales entre los personajes, los chistes de este tipo cobran quizá mayor importancia aún. En otras ocasiones los dramaturgos simplemente dejan caer alguna gracia en el momento que les parece oportuno sin que necesariamente se busque burlarse de judíos o musulmanes, o de los moriscos y las sospechas que sobre ellos caían.

Juan de Horozco, en su *Historia de Ruth*, se basa para construir su pieza dramática en gran medida en los elementos bíblicos existentes, pero elabora diálogos desarrollados a partir de la materia prima e introduce rasgos cómicos ausentes del texto sagrado. Cuando se disponen Ruth, Noemí y el criado Bobo a emprender un viaje hacia la tierra natal de Noemí, el criado muestra su preocupación por la comida en los siguientes términos:

Pues, sus, venga pan y vino  
y un buen jamón de tocino,  
si allá me queréis llevar;  
si no, escusado es andar.  
(Horozco 1979, 184, vv. 164-167)

Desde un punto de vista cristiano se podría ver aquí un leve guiño a la Eucaristía con el pan y el vino (sin hablar de la forma apocopada de Jesús, “sus”), elementos que ya en un contexto veterotestamentario podrían tener su gracia, aunque son productos alimenticios tan básicos de la dieta castellana que conferirles un significado religioso aquí más que el meramente alusivo por la coincidencia entre las sustancias, sería quizás osado, pero el verdadero chiste reside evidentemente en el “jamón de tocino.” La historia es bíblica, del Antiguo Testamento, los protagonistas hebreos, y el manjar que se promete llevar el Bobo contiene carne porcina, proscrita por la religión de los hebreos, una palabra que no pasaría desapercibida. Horozco nos sirve el mismo chiste pocos versos más tarde, de nuevo en boca del Bobo:

Yo me voy a adereçar,  
pero no se olvide el vino,  
mucho pan, queso y tocino  
para tener que roçar.  
(Horozco 1979, 187, vv. 212-215)

Habría que tomar en cuenta aquí el aspecto transgresor de base que sería el que un hebreo comiese tocino, digamos el chiste original, pero también se juega, como en el caso de muchos graciosos del teatro de la centuria siguiente (o pensemos en Sancho Panza como paradigma en la prosa), con la incontinencia no solo a la hora de comer (el Bobo enumera un verdadero festín), sino lo que atañe a sus excesos de habla, irreverente e irrespetuoso. Casagrande y Vecchio en su libro fundamental sobre los pecados de la lengua ya habían señalado que “goût et parole indisciplinés se renforcent réciproquement

<sup>6</sup> Vega García-Luengos afirma: “En las burlas de calvos se aprovecharon las múltiples posibilidades de asociar palabras y cosas, sonidos e imágenes, que ofrecía el conceptismo triunfante” (29), y citando estos mismos versos quevedianos aduce: “Los juegos pseudo-etimológicos se fijan asimismo en Calvino” (30).

et constituant l'un pour l'autre une source typique et une cause directe de désordre” (125). Aquí, naturalmente, el desorden es pasajero, un episodio de risa en una historia de gran *pathos* con el exilio anunciado, en ese contexto bíblico en el que el público podría pensar en esos 40 días de ayuno de Cristo en el desierto o el éxodo de los hebreos y los cuarenta años de camino pasando hambre y otras necesidades.

En la comedia *Mari Hernández, la Gallega*, de Tirso de Molina, tras describir una cacería, Otero y Benito mantienen la siguiente conversación:

- OTERO: Ojalá que en esta sierra  
hiciéramos otro tanto  
de los jodíos que el santo  
reye de España destierra.
- CARRASCO: Sí, Fernando e Isabel  
rayos de jodíos son.
- OTERO: De la Santa Esquinación  
huye esta canalla infiel  
y se nos acoge acá.
- GILOTE: De la Inquisición diréis.
- OTERO: Sí, vos que leer sabéis,  
acertaréis.
- BENITO: Gil sí hará.
- OTERO: Un comisión ha venido  
en su busca.
- GILOTE: Comisario  
se llama.
- OTERO: Y un calendario  
de los reyes ha traído,  
que le nombran procesión...
- GILOTE: Provisión.
- OTERO: ... para prendellos,  
y andamos a caza dellos,  
Carrasco, que es bendición.
- BENITO: Disfrázanse entre nosotros,  
que ni los conocerá  
un zahoril.
- OTERO: Yo topé ya,  
aunque se metan entre otros,  
una famosa invención  
con que conocerlos luego.
- GILOTE: ¿Y es?
- OTERO: A la nariz les llevo  
un pedazo de jamón,<sup>7</sup>  
y el que es cristiano echa el diente,  
y el que no las tripas echa.
- CARRASCO: ¡Oh, qué maldita cosecha!

<sup>7</sup> La editora de esta comedia Sofía Eiroa dice al respecto: “vv. 531-34 jamón: a los judíos les está prohibido comer carne de cerdo y en la literatura del Siglo de Oro son muy frecuentes los chistes y burlas antisemitas que hacen referencia a ello. Comp. Quevedo, *Poesía original*, núm. 642, vv. 29-32: “Que su limpieza exagere, / porque anda el mundo al revés, / quien de puro limpio que es / comer el puerco no quiere”. Para estas cuestiones ver, entre otros muchos, Glaser (1954).

¿Que no cree en Dios esta gente?  
 GILOTE: No.  
 CARRASCO: Yo en la romana iglesia  
 creo.  
 BENITO: Con ella me avengo.  
 OTERO: Serranos, a eso me atengo,  
 que es, en fin, cristiana vieja.  
 (Tirso 2003, vv. 505-540)

El chiste está muy en consonancia con otros de su calaña al jugar con elementos alimenticios, pero el contexto en el que se produce no deja de ser, con la distancia cultural y social que nos separa, espeluznante, al hablar aquí de maneras de reconocer a lo que se supone son judíos o judaizantes no reconocibles por otro medio fácil, en un contexto en el que se ha hablado de caza y de muerte de animales.<sup>8</sup> La comparación, que sin ninguna duda fue cómica también, se inserta sin comentario en un episodio humorístico a varios niveles: en lo que se refiere a los barbarismos proferidos por Otero (muy a lo Sancho Panza), corregidos enseguida, llama la atención que todos tienen que ver con la obra del Santo Oficio y que no se deja pasar la forma jocosa, sino que se corrige enseguida, como si de una herejía se tratara.

Siguiendo con el elemento alimenticio, chistes en torno a la prohibición de beber alcohol de los musulmanes se encuentran con frecuencia en las comedias del subgénero morisco según Juan Ortega Robles,<sup>9</sup> y en escritos de tipo satírico en contra de judíos, judaizantes y musulmanes, cayendo a menudo en lo grotesco como podemos ver en el caso de *El primer conde de Orgaz*, comedia de Luis Vélez de Guevara (impr. en 1638). El Conde de Gijón desea “ver los manjares / que el gusto morisco guisa,” a lo que responde el gracioso Tabaco: “Sin tocino me dan risa / y algunas veces pesares.” Una acotación revela entonces lo siguiente, con respecto al banquete preparado en el palacio del moro Abén Yusef: “*Descubrese una cortina y aparece una mesa con muchos platos de manjares y en uno estará la cabeza de don Pedro, padre del conde*” (Vélez de Guevara,

<sup>8</sup> Un ejemplo más violento aún, si cabe, encontramos en *La manganilla de Melilla* de Ruiz de Alarcón. Pimienta ha atado a un judío, Salomón, a un árbol: Salomón pregunta: “Riguroso / te muestras. ¿Quieres que sea / pasto aquí de hambrientos lobos?”, a lo que contesta el cristiano: “¡Ojalá lo fueran cuantos / a tu ley viven devotos! / Hubiera menos logrereros?” (Ruiz de Alarcón 1959b, 120, vv. 1649-1655).

<sup>9</sup> Ver Ortega Robles: la cita que sigue se encuentra en la página 133: “Motivo y secuencia típica en nuestras comedias son las burlas sobre el precepto musulmán que prohíbe el vino y el tocino y que van unidas a la presencia del morisco gracioso. Resulta llamativo que en *La divina vencedora* aparezca el morisco gracioso y sin embargo no encontramos las mentadas burlas. Tan solo Fátima, la cautiva mora que se ocupa de la cocina de Meledón, cuando le preguntan por lo que tiene en la despensa dice: “Unas costillas/ de garnero, una soloma / y el nemigo de Mahoma, / con otras zarandajilias” [Lope, 1994d: 784-785]. Notemos la expresión para referirse al tocino. En el resto de comedias en que figura el morisco gracioso, exceptuando San Diego, hay burlas y chistes en torno a la prohibición del vino y tocino que Zulema elude continuamente: pide vino y jamón a los soldados cristianos (*Los esclavos*) y empina bien la bota [Lope, 2014b: vv. 247-327]. Cuando saborea “el cazalia” añade (*La tragedia*): “Algo tenelde bueno los cristianos. / ¡Ah bon hijo del uva, llevar diablo / al poto que hacelde pasa” [Lope, 2012: vv. 2539-2541]. Al lado de Fajardo se prepara para ser cristiano: “principio habemos tomado”. “¿Qué principio? ¿Te santiguas?”, le pregunta Trillo, “No, mas comemos tocino,/ y bebemos dos gotilias” [Lope, 2008: vv. 2787-2793]. Hamete (*Pedro Carbonero*) llega a emborracharse y hace chistes con Noé [Lope, 2015: vv. 399-430], inventor del vino, que debería ser “Sié”; además dice que se esconde para no ser visto por Mahoma [vv. 707-710]. Si beber vino es cometer pecado, como le dice Zaide (La envidia), Zulema responde: “yo deseo/ ser gran begador, senior” [Lope, 1968c: 178ab], y más adelante alaba la ley de los cristianos: “agua en la iglesia, vino en casa” [p. 198a] y se siente fuerte cuando viene de Jaén porque “comer bon toceno aliá” [p. 202b]. Del mismo artículo, ver páginas siguientes.

acot. Jj), ante lo cual el gracioso se pregunta: “¿comen los moros grosura<sup>10</sup> / señor, con estas cabezas?” (Vélez de Guevara, vv. 2449-2450).

Otro ejemplo, muy logrado en su comicidad, encontramos en *La cueva de Salamanca* de Juan Ruiz de Alarcón, que nada tiene que ver con los moriscos. El dramaturgo presenta primero una escena de merienda entre Zamudio y Lucía en el que el tono jocosos con leve toque religioso se ve casi desde el principio para afianzarse en un segundo ejemplo de donaire:

LUCÍA: Fruto de Toro te traigo,  
pan de flor, pernil cocido.  
Empieza a comer Zamudio.

ZAMUDIO: *Blasphemasti* contra el vino,  
que fuera de que el lugar  
primero le es tan debido,  
el fuego ha de estar debajo,  
según buenos aforismos,  
para hacer el cocimiento.

LUCÍA: Dices bien.

ZAMUDIO: ¿Qué hubiera sido  
de nosotros a no haber  
tantos moros y judíos?

LUCÍA: ¿Por qué?

ZAMUDIO: Porque si en el mundo  
todos comiera tocino  
y bebieran vino todos,  
¿quién alcanzara un pellizco?  
(Ruiz de Alarcón 2013, 158-159, vv. 1335-1350)

Así como en el ejemplo tirsiano abogaban por la caza de judíos en particular para luego explicar cómo se había de identificarlos, Alarcón produce un chiste de vena muy distinta en la que se aboga por la proliferación de judíos y moros para el provecho personal del gracioso, sin importarle el bien religioso de la república. Zamudio será castigado casi de inmediato (¿por su glotonería y deseo heterodoxo?), al ver transformada su merienda en carbón. He sugerido en un artículo publicado ya hace varios años (González Fernández 2011) que esta escena junto con otra semejante en *Quien mal anda en mal acaba* (comentada en parte arriba), podrían tener como trasfondo la Eucaristía, y fueran una especie de parodia de la transubstanciación por referirse al pan y al vino, pero habría que encontrar quizá casos más explícitos para afianzar esta teoría (ver Arellano 8, nota 11), pues como queda dicho arriba, son elementos muy básicos de la dieta cotidiana, aun siendo posibles referencias para las sustancias del sacramento de la Comunión.

### **Hamburguesas atrevidas y gentes ofendidas**

A modo de colofón a esta presentación, y alejándonos considerablemente por lo menos en lo genérico del teatro del Siglo de Oro, quiero evocar cuatro campañas publicitarias recientes, una en Francia y tres en España donde el tópico de la comida y la religión siguen siendo empleadas con fines no solo comerciales sino cómicos. Al traer

<sup>10</sup> *Grosura*: “Se llama también las extremidades y intestinos de los animales: como cabeza, pies, manos y assadura: y porque en Castilla se permite comer los Sábados solo estas partes de las reses, se llamó Día de grossura” (*Diccionario de Autoridades*, s. v.).

estas campañas a colación la idea es por supuesto ver cómo las temáticas religiosas siguen siendo un terreno fértil para el humor (Fig. 1).



Fig. 1. “C’est un Juif, un viandard, un musulman et un vegan à la même table, et ce n’est pas une blague”.  
Fuente: Fotografía realizada por Luis González Fernández.

La campaña (Francia, primavera de 2022) en la que aparecía esta frase tenía otros 4 carteles en la serie: “Tout est bon sans le cochon”; “Allemagne : le vaccin du futur”; “États-Unis : la voiture du futur”; “France : le lardon du futur”; “Vous êtes passé à côté du bitcoin, ne passez pas à côté de ces lardons”, y “Vous avez essayé le porc sans nitrite ? Essayez le porc sans porc”. La que se basa en satirizar un dicho popular se entiende como humorística, así como la de fondo religioso, como veremos a continuación, no así la que se refiere a los productos nítricos que se basa en una alusión quizá más bien a la comida sana; la que compara vacuna, coche y tocínillos vegetales (sin decirlo), cae en el campo de lo jocoso por lo disparatado de la comparación, pero no deja de basarse en una falacia, pues lo que ofrece la marca son unos sucedáneos de los tocínillos, no un tocínillo para el futuro.

Volvamos al primer ejemplo, en él tenemos varios elementos que nos llevan al campo del chiste: en primer lugar, la estructura misma de la oración que remite a tantos chistes basados en gentes de diferente etnia o nacionalidad para hacer de uno de ellos el blanco del chiste o el que sobresale sobre los demás por su agudeza para salvarse de alguna situación. La estructura es algo parecida a la de la lidia verbal entre Balán y el cristiano en *El Anticristo* alarcóniano. El segundo elemento es el de declarar que no es un chiste, lo cual ya por referencia implícita lo lleva al campo del humor. Ahora bien, lo que en sí parece una frase con poca más ambición que la de llamar la atención con su agudeza, no

deja de llamar la atención por otros motivos como son las diferencias (fundamentales) religiosas de dos de los colectivos representados en el cartel: los judíos y los musulmanes, que no comen carne de cerdo por proscripción religiosa. En el caso del vegano se pueden aducir convicciones morales no muy alejadas de las de los dos primeros, o razones de orden alimenticio, ambientales o afectivas, lo que sea. El “viandard,” o amante de la carne,<sup>11</sup> es el único que habitualmente comería carne porcina (o en su caso cualquier otra) entre los comensales propuestos en la publicidad. Cabe señalar que la elección del vocablo “viandard” está connotado<sup>12</sup> en francés de manera peyorativa (Glaser 1910) por regla general, así como otras palabras con sufijo en “-ard.”<sup>13</sup> El *Trésor de la langue française* define “viandard” de este modo:

A) Chasse, péj. Chasseur (tueur) pour qui seule compte la chasse, la quantité de viande abattue.

B) Personne qui vit aux dépens d’autrui.

A) Caza, pey[orativo]. Cazador (matador) para quien solo cuenta la caza, y la cantidad de carne abatida.

B) Persona que vive a expensas de otros.

La palabra “vegano,” hasta no hace mucho,<sup>14</sup> también podía tener cierta connotación negativa implícita, antes de que la sensibilidad general occidental con la agricultura sostenible y comida bio fuera algo mucho más común, no solo en conversaciones sino en los pasillos de los supermercados y restaurantes. Cabría desde luego preguntarse sobre el objetivo de asociar de este modo en una valla publicitaria a cuatro personajes que, dentro del ámbito histórico y actual francés, son interpretados de manera no siempre positiva. El punto común es que todos pueden comer este producto “no cárnico”. Sin embargo, el fondo de la cuestión es más complejo ya que se da a entender que si no fuera por esta medida anti-cerdo estas cuatro personas no tendrían nada que hacer juntas en una mesa, y el mensaje se vuelve un tanto más acerbo al implicar, aunque sea remotamente, diferencias y conflictos confesionales basados en las prohibiciones religiosas.

En la página de internet “Stratégies” se reseña este cartel de la manera siguiente:

La Vie, nouvel acteur sur le marché de l’alimentation végétale, a inventé une recette brevetée qui reproduit l’aspect, la texture et le goût des lardons, mais sans utiliser de viande. De quoi réconcilier tout le monde avec la nourriture végétale et faire découvrir la saveur des lardons au plus grand nombre. Pour promouvoir ce produit innovant, la marque a lancé une campagne nationale

<sup>11</sup> El vocablo “carnismo,” y el de sus practicantes “carnistas,” tienen por ahora un empleo bastante limitado, a juzgar por ese baremo imperfecto que es internet. Al meter “carnista” en el buscador arroja a día de hoy (10 de mayo de 2023) 31.500 entradas, la mayoría centradas en “carnismo.”

<sup>12</sup> Agradezco al Profesor Youssef El Alaoui el haber señalado este elemento lingüístico en el seminario “Les minorités dans l’Espagne médiévale et moderne (XV-XVII s.),” celebrado bajo su dirección y la de la Profesora Rica Amrán el 5 de diciembre de 2022, donde se leyó una primera versión de este trabajo.

<sup>13</sup> Pensemos en “chauffard” (conductor irrespetuoso y hasta asesino); “bagnard,” “taulard” (reo); “connard” (gilipollas). De interesante lectura al respecto, con sus múltiples matices, es el artículo de Kurt Glaser (1910).

<sup>14</sup> Encontramos muestras de esta connotación en la existencia de términos como “veganazi” o “vegafascismo” (para las personas más radicales), o en programas de radio en las que se explica que “le terme vegan n’est pas un gros mot” (el término vegano no es una palabrota): Laurence Pieau, Sud Radio, 31 de octubre de 2019: <https://www.sudradio.fr/societe/laurence-pieau-le-terme-vegan-nest-pas-un-gros-mot> (consultado el 9 de mayo de 2023).



comportant cinq visuels sur fond rose aux textes un rien provocateurs. Parmi ceux-ci : « C'est un juif, un viandard, un musulman et un végétarien à la même table. Et c'est pas une blague ». Une affiche qui a pu être vue sur les Abribus des réseaux JCDecaux et Clear Channel dans toute la France, dans le métro parisien, en gare de Bordeaux et Porte de Clichy à Paris, ainsi que sur les réseaux sociaux.<sup>15</sup>

“Danstapub” saca conclusiones tan parecidas que parecen haber sido escritas por el mismo reseñador.<sup>16</sup> Y por último cbnews.fr ofrece el siguiente comentario:

Les accroches sont drôles et l'une d'elle [sic], est particulièrement réussie. Sur celle-ci elle [sic] on lit : « *C'est un juif, un viandard, un musulman et un végétarien à la même table. Et ce n'est pas une blague* ». Quasiment tous ces mots n'apparaissent jamais dans la grammaire de la pub. Et surtout pas dans la même phrase. « *A la première lecture et pendant une petite seconde on a un peu peur de la chute* » continue Romain Jolivet, « *c'est un ascenseur émotionnel. Car à la fin le message nous ressemble tellement. La morale est belle* ». Selon Georges Mohammed-Chérif, « *cette campagne dit aussi l'obsession de la France pour la bouffe. Ce qui fait de nous un pays dans la vie. Très rabelaisien et c'est tant mieux* ». <sup>17</sup>

Nadie en su exégesis parece atreverse a hablar directamente de las diferencias en las costumbres alimenticias religiosas de los dos primeros individuos, ni de las razones morales o de salud que pueden motivar al vegano, ni de la reacción del carnívoro ante la idea de no comer carne sino un producto que engaña a la vista y a los sentidos. Resulta llamativo tanto el que se acuda en las primeras dos reseñas a la idea de “reconciliar” (que en francés quizá tiene unos sentidos más abiertos que en castellano) y “provocateur,” pero sin entrar en materia y explicar en qué, dejándolo todo al buen entender del consumidor y haciendo uso de una *langue de bois* espectacular. Por qué nos habría de reconciliar y por qué es provocadora la campaña queda en el tintero de quienes se han pronunciado, a medias. Empezando por el primer término, el *Trésor de la langue française* ofrece varias acepciones interesantes:

- Remettre d'accord, en harmonie des personnes qui étaient brouillées ;
- Inspirer des opinions plus favorables sur quelque chose ou quelqu'un, faire revenir quelqu'un sur une prévention, une hostilité ;
- Admettre dans l'orthodoxie ; réunir à Dieu.

Aunque no cabe duda de que el reseñador seguramente se refiere a la segunda acepción, la de fomentar unas ideas más favorables, el vocablo de la publicidad nos podía desde luego hacer pensar (a mí me hace pensar) en los conflictos religiosos y ese mensaje de estar todos partiendo pan juntos (o comiendo tocnillos veganos), o en la herejía que requiere una reconciliación con la ortodoxia.

En lo que se refiere a la provocación, ¿de qué se trata? ¿De bromear con cuestiones religiosas o con los hábitos alimenticios de cada cual? El reseñador no se declara.

<sup>15</sup> <https://www.strategies.fr/creations/buzzman-pour-la-vie-cest-un-juif-un-viandard-un-musulman-et-un-vegan> (consultado el 9 de mayo de 2023).

<sup>16</sup> <https://www.danstapub.com/campagne-creative-lardons-vegan/> (consultado el el 9 de mayo de 2023).

<sup>17</sup> <https://www.cbnews.fr/creation/image-premiere-campagne-vie-avec-buzzman-67705> (consultado el 9 de mayo de 2023).

También el Sr. Georges Mohammed-Chérif (cuya religión podríamos inferir por los apellidos, si nos quedamos en lo superficial de los mismos, pero siendo esta una mera suposición que el nombre de pila podría poner inmediatamente en duda, con ese nombre tan cristiano... siguiendo con la superficialidad onomástica) lleva su exégesis a la comida (y a Rabelais) sin entrar en el debate que consistiría en explicar algo sobre los supuestos comensales y las proscripciones alimenticias. Digno de atención es que hable casi metafóricamente atribuyendo a “la France” la tradición de hablar de la comida y obviando por completo la idea de que los cuatro comensales podrían ser todos franceses con sus particularidades alimenticias y religiosas.



Fig. 2. Campaña de Heura, Semana Santa, 2022. Fuente: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/heura-foods-tradicion-catolica-campana-semana-santa>

Pasemos al segundo ejemplo (fig. 2), que de nuevo se centra en prohibiciones religiosas en lo que se refiere a la comida. En los últimos días de Cuaresma en el año 2022 en Madrid (pero también en otras ciudades: Barcelona, Milán, Roma y París)<sup>18</sup> apareció un cartel que lucía a una monja joven con hábito y velo, con cara pálida y ojeras, lo ojos tornados hacia arriba (¿el cielo?) y una hamburguesa entera en la mano. La imagen va acompañada de un medio cartel en amarillo donde se puede leer lo siguiente: “Este viernes santo, come carne,” y la marca Heura (y “100% plant based”). De nuevo estamos ante una publicidad para “carne” vegetal, de modo que, aunque se coma este producto, se entiende que no se atenta contra la proscripción religiosa, católica en este caso, que prohíbe la ingesta de carne en viernes (sobre todo en Viernes Santo). Como en el caso de los tocinos, el chiste juega con la idea de carne-no carne. No hay en realidad en ninguna de estas dos publicidades una transgresión (¿Como no sea la del carnívoro que come verdura!), aunque se infiere fuertemente en el caso de la monja, ya que la palabra empleada es “carne” y hay que leer la letra pequeña para enterarse del contenido no cárnico del producto. El que se juegue con la idea de comer carne, no cualquier viernes, ni cualquier viernes de cuaresma (en la que existían dispositivos religiosos que permitían

<sup>18</sup> Las ciudades las da un artículo “La tradición católica también ha protagonizado la campaña publicitaria de Heura Foods”, ReasonWhy.es: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/heura-foods-tradicion-catolica-campana-semana-santa> (consultado el 9 de mayo de 2023).

de todos modos comer carne por razones de salud o de trabajo), sino Viernes Santo, refuerza la carga semántica del mensaje, o quizá solo sugiere la idea de transgresión para una sociedad ya menos conocedora en materia religiosa y se necesita recurrir al adjetivo *santo* para que el mensaje sea entendido por personas no practicantes o simplemente de otras religiones, o sin cultura religiosa.

La página internet ReasonWhy.es, comentando esta campaña, explica:

Con la imagen de una *monja degustando*<sup>19</sup> de una *suculenta hamburguesa* y la frase “Este Viernes Santo, come carne”, la compañía ha invitado a los consumidores a renovar las tradiciones y, frente a la tradición de evitar el consumo de carne de animal con motivo de la muerte y resurrección de Jesucristo, confiar en los alimentos hechos a base de plantas para disfrutar de la carne sin faltar a los mandatos de la fe cristiana. (negrita en el original)

Una campaña, diseñada por la empresa publicitaria Wavemaker, por estas mismas fechas para la cadena de comida rápida Burger King (Fig. 3), también recurrió a referencias católicas o cristianas para promocionar sus hamburguesas vegetales en época cercana a Semana Santa.<sup>20</sup>



Fig. 3: campaña de Burger King, Semana Santa de 2022. Fuente: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/no-todo-vale-campana-burger-king-semana-santa-2022>

Con dos carteles que lucían los siguientes textos: “Tomad y comed todos de él. Que no lleva carne,” y “~~Carne~~ vegetal de mi ~~carne~~ vegetal.” El primero de los dos textos parodia la Última Cena bíblica y la liturgia en la que se pronuncian estas palabras durante la celebración de la Eucaristía,<sup>21</sup> uno de los mayores misterios de la religión católica. La

<sup>19</sup> En la publicidad cartelerana no la come, pero en un video, expuesto en la misma página web, si se ve cómo la monja prueba la hamburguesa con deleite.

<sup>20</sup> <https://www.reasonwhy.es/actualidad/no-todo-vale-campana-burger-king-semana-santa-2022>

<sup>21</sup> El periodista Alex Fuentes, en un artículo, “La polémica campaña de Burger King: “Tomad y come todos de él. Que no lleva carne”, Elperiodico.com, 18 de abril de 2022, explica el anuncio así: “Los anuncios en

segunda frase remite al libro de Génesis 2, 23, y a la creación de Eva a partir de la costilla de Adán que exclamó: “Esto sí es ya hueso de mis huesos y carne de mi carne”. Esta se llamará varona porque del varón ha sido tomada” (*Sagrada Biblia* 1966).<sup>22</sup> Quién más parecen haberse indignado han sido los católicos: la página ReasonWhy.es, que también se ha dedicado a comentar estas publicidades de Burger King, ponía en subtítulo: “Lanzada en el contexto de la Semana Santa, las gráficas han sido calificadas como ofensivas para los cristianos.”<sup>23</sup> Sin embargo, para quienes no le veían el chiste había materia para indignar a cristianos, judíos y musulmanes (pues Génesis también les incumbe) y sin duda a cualquier colectivo que no desee ver asociada a la mujer ni a la idea de carne ni a la de un vegetal. ReasonWhy.es afirma que: “La última campaña de Burger King ha superado ese techo de cristal y ha provocado una reacción mayúscula y encadenada por parte de la industria publicitaria española,” una reacción que ha llevado a la empresa a pedir disculpas y a retirar los carteles.<sup>24</sup> Antonio Pascual Ridruejo, CEO del grupo Mi querido Watson, critica la hipocresía de esta campaña al optar por el blanco fácil de los católicos frente a otras religiones, según ReasonWhy: “Como otras muchas personas en la red profesional, Antonio plantea la duda de si la marca hubiera tenido valor a realizar la campaña ironizando acerca de otras religiones, exponiendo así en cierta medida la **hipocresía de ser valiente** al haber medido la permisividad presupuesta de los católicos” (negrita en el original).<sup>25</sup>

De nuevo con la Semana Santa como telón de fondo, la empresa Juancho’s ha sacado una publicidad (que dicho sea de paso no he logrado encontrar en la red, salvo en el artículo sobre la monja de Heura Foods) en la que se ve a un cofrade nazareno, levantado el capirote y comiendo una hamburguesa (Fig. 4), con estas leyendas: “En homenaje al esfuerzo de esta semana de nazarenos, anderos y costaleros... Pasión por la Semana Santa.”<sup>26</sup> Al contrario de la campaña de Burger King, aun guardando la clave de humor con esta fiesta cristiana, no incurre la publicidad de la misma manera en la irreverencia. Juega el anuncio hábilmente con ciertas claves. La palabra “Pasión”, puesta de relieve por la magnitud tipográfica, anuncia una Pasión por la fiesta cristiana, pero también, precisamente por el juego tipográfico, la primera impresión nos puede llevar a la pasión sentida por el placer de la hamburguesa. Se salva de la ofensa al rendir homenaje a las personas implicadas en los pasos semanasantos y en el hecho de que podríamos estar contemplando aquí al apasionado por la Semana Santa dejándose llevar por la pasión

---

cuestión eran para promocionar las nuevas hamburguesas vegetales de la marca, con frases bíblicas como ‘Tomad y comed todos de él. Que no lleva carne’, pronunciada por Jesucristo en la última cena”. <https://www.elperiodico.com/es/extra/20220418/campana-burger-king-semana-santa-dv-13530737> (página consultada el 9 de mayo de 2023) incurre él mismo de manera sin duda no intencional en el humor al atribuir a Jesucristo una frase que no pronunció. Cuestión sin duda de la falta de trabajo editorial en los periódicos. Afirma el periodista: “Un amplio grupo de españoles se ha sentido ofendido y así se lo ha hecho saber a la cadena de hamburguesas en las redes sociales, instando a boicotear la conocida marca con el hashtag [...]”

<sup>22</sup> “*Hoc nunc, os ex ossibus meis, et caro de carne mea: haec vocabitur Virago, quoniam de viro sumpta est*” (*Biblia Sacra Vulgata* 1985).

<sup>23</sup> Ver también por ejemplo [https://www.eldiario.es/rastreador/burger-king-retira-campana-publicitaria-semana-santa-criticas-comed-no-lleva-carne\\_132\\_8920399.html](https://www.eldiario.es/rastreador/burger-king-retira-campana-publicitaria-semana-santa-criticas-comed-no-lleva-carne_132_8920399.html) (página consultada el 9 de mayo de 2023).

<sup>24</sup> <https://www.reasonwhy.es/actualidad/burger-king-pide-disculpas-campana-semana-santa> (página consultada el 9 de noviembre de 2023).

<sup>25</sup> <https://www.reasonwhy.es/actualidad/no-todo-vale-campana-burger-king-semana-santa-2022> (página consultada el 9 de mayo de 2023).

<sup>26</sup> <https://www.reasonwhy.es/actualidad/heura-foods-tradicion-catolica-campana-semana-santa> (página consultada el 9 de mayo de 2023).



alimenticia después de cumplidos sus deberes religiosos, sin que por ello incurra en pecado o prohibición algunos.



Fig. 4: Campaña de Juanchos: Pasión por la Semana Santa, 2022. Fuente: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/heura-foods-tradicion-catolica-campana-semana-santa>

Como meras curiosidades, y para terminar con unos ejemplos un poco menos serios en esta serie de chistes, se veía de manera fortuita, en primer lugar, abajo a la derecha de la fotografía de la monja en el lugar donde tomé la fotografía, otra publicidad destinada, ésta, a los libros de bolsillo de Alianza Editorial que lleva el lema “El pecado de leer (II)” (Fig. 5), en el que una manzana se ve atravesada por una pluma de escribir. La manzana, al ser calificada y resignificada mediante el letrero y la palabra “pecado,” remite obviamente a la fruta del pecado original tomada del árbol del conocimiento del bien y del mal por Eva, y comida por el incauto Adán. La primera campaña de Alianza en 2021, llevaba una fresa roja en forma de corazón atravesada con pluma (Fig. 6). Si bien la *Biblia* no dejó constancia de la naturaleza de la fruta del pecado original, la fresa no tiene la misma carga que la manzana, a la que la tradición ha asociado con esa primera transgresión en el mundo judeocristiano. Para la campaña de 2023 Alianza Editorial ha optado por la imagen de una mano blanca saliendo por debajo de un libro de tapas rojas.



Fig. 5. Campaña Alianza Editorial: El pecado de leer (II), 2022. Fuente:

<https://www.alianzaeditorial.es/noticia/el-pecado-de-leer-ii/>



Fig. 6. Campaña Alianza Editorial “El pecado de leer”, 2021. Fuente:

<https://www.zendalibros.com/el-pecado-de-leer/>

En segundo lugar, traeré a colación el nombre de una tienda de deportes especializada en el juego de Pádel que ha elegido el nombre de “Pádel nuestro,” (Fig. 7) una desviación del nombre de la oración cristiana por excelencia, el Padre Nuestro, cuyo texto original se encuentra con leves variantes en sendas versiones de los evangelios de Mateo (6, 9-13) y Lucas (11, 1-4). Recientemente (22 de mayo de 2023), la parada Colón del metro de Madrid lucía un anuncio para la marca de chocolate Sweet Angel, con la imagen de unas alas negras desplegadas compuestas de tabletas de chocolate negro y con el texto siguiente (Fig. 8)<sup>27</sup>: “Dios a los Ángeles dio alas y a la Humanidad CHOCOLATE.” Y ya como colofón, podemos aducir el nombre de una hamburguesería de la calle Carril de Picón (Granada), Nickel Burger, con el lema “In Burger we trust,” con evidente parodia del “In God we trust,” lema actual de los Estados Unidos de América. A la vista de los ejemplos mencionados se puede constatar cómo recurrir a la hamburguesa en particular, cuando de referencias o chistes religiosos se trata, parece algo extremadamente socorrido para publicistas que desean jugar con vocablos religiosos: el porqué de esta asociación publicitaria o alimenticia con el estereotipo de la comida rápida, o comida basura, como también se da en llamarla (Bernués y Bergua), quedará sin duda envuelto en las tinieblas del misterio.

<sup>27</sup> Una publicidad de la marca Chocolates Águila, con casi idéntico texto, aunque con un pastel de chocolate y texto “alado” a modo de imagen se encuentra en el sitio Pinterest: <https://www.pinterest.com.mx/pin/dios-le-di-alas-a-los-ngeles-y-chocolate-a-los-humanos--440719513515611725/> (sitio consultado el 29 de mayo de 2023).



Fig. 7: Tienda “Pádel Nuestro”. Calle María de Molina, Madrid. Fuente: Fotografía Luis González Fernández, 2022.



Fig. 8: Publicidad de chocolates Sweet Angel by Quierochocolate (Metro de Madrid, estación Alonso Martínez, 22 de mayo de 2023). Fuente: Fotografía de Luis González Fernández.



## Conclusiones

Vistos estos diversos ejemplos podemos preguntarnos a dónde nos llevan y qué conclusiones podemos sacar del uso del humor de corte religioso en la comedia en particular, pero también de manera más general. A un nivel básico, los chistes de índole religiosa funcionan un poco como la historia sagrada en el teatro en sí: es decir, los dramaturgos escogen una historia bíblica y a la hora de trasladarla a las tablas añaden a la materia prima otros elementos del gusto del vulgo (o propios) para pimentar sus historias, seguramente bastante conocidas por ser evocadas desde los púlpitos de los predicadores y de los sacerdotes ordinarios. El chiste entonces viene a añadirse a otro discurso serio o incluso ya jocoso con la idea de agradar al público. Si partimos de la idea de que la gran mayoría de la población que iba a los corrales se identificaba más con los cristianos viejos (aun no siéndolo necesariamente, pero sin duda por conveniencia y convivencia), habría poco riesgo de que estos chistes cayeran mal ante un público ya culturalmente captivo: serían aceptados de buen grado y aplaudidos como indica el número considerable de ellos, aquí se han mencionado solo unos pocos ejemplos. Sería inverosímil pensar que un descendiente de judío o moro se pusiera a dar voces en el teatro, escandalizado por los chistes relacionados con la comida, sería la mejor manera de delatarse ante posibles personas antagonistas y ante el Santo Oficio. Los chistes religiosos se hacen entonces en un ámbito de recepción esencialmente cómplice, que comparte en muy gran medida la ideología del chiste.

La finalidad de los chistes es sin duda alguna la de hacer reír *per se* aunque indudablemente haya otros motivos, como el de vehicular ciertos mensajes de orden político y moral con la licencia que otorga lo jocoso y carnavalesco, si lo llevamos a ese extremo. Concretamente, en lo referente al juego con el texto litúrgico y algunos temas religiosos como son los artículos de fe, como ya apunté arriba, siguiendo las investigaciones de Anne Cayuela y tomando en cuenta lo que dicen algunos de los censores que trae a colación, todo esto había que hacerlo dentro de ciertos límites, sin pasarse de la raya e incurrir en blasfemias o prácticas sacrílegas.

Algunos de los ejemplos que hemos visto demuestran tolerancia (lo evidencia el que no hayan sido censuradas las comedias en cuestión y hayan sido impresas) en lo que respecta a los textos sagrados y la desviación jocosa de su sentido. De los dos ejemplos que hemos visto (tierra/ángel caído) juegan sobre todo con alusiones (que no citas textuales) del Antiguo Testamento de modo que la desviación de sentido parece mucho menos problemática por no entrar en colisión con los artículos de fe y cuestiones dogmáticas. Recurrir a la cita directa bíblica podía quizá acarrear algún problema, si no del censor, al menos de los moralistas ante la palabra divina recordada. El “*verbum caro*” que espeta el gracioso en *Quien mal anda*, como el “*vade retro*” que encontramos por ejemplo en la comedia cervantina *El rufián dichoso* (Cervantes 1986, 203, v. 1812) son, citas bíblicas, ambas de Evangelio, la una de san Juan, la segunda con palabras directamente atribuidas a Cristo en Marcos (8, 33): “*Vade retro me Satana*,”<sup>28</sup> pero a la vez utilizadas en el rito del exorcismo; debían de ser en cierto modo moneda corriente en el habla poética<sup>29</sup> y común. El *verbum caro*, con toda la carga religiosa que encierra (nada menos que la palabra hecha carne) se emplea en una escena altamente cómica que incluye hasta un chiste inequívocamente escatológico, pero, aunque la referencia primera fuera la evangélica, sin duda su empleo en el exorcismo sería la referencia más inmediata y en ningún caso nos llevaría hacia lo sacramental y las aguas procelosas de lo sacrílego.

<sup>28</sup> Según la *Biblia Sacra Vulgata*. Covarrubias, bajo la voz *Satán* y *Satanás* recoge la cita bíblica de este modo: “*Vade post me, Satana*”.

<sup>29</sup> Para un ejemplo en un romance satírico ver Ponce Cárdenas (130). Ver también Ojeda Calvo (594).



En lo tocante a los chistes basados en las diferencias confesionales quizá se han de vincular sobre todo con mensajes propagandísticos en pro del catolicismo y en contra de aquellos considerados enemigos de la fe. Los chistes relacionados con la comida se emplean para marcar la diferencia confesional de manera tangible y se dirigen a judíos y judaizantes y a musulmanes y quizá a moriscos (En los autores de probada ascendencia morisca o judía no he encontrado hasta ahora este tipo de chiste.). Si los consideramos junto con aquellos que se mofan de los calvinistas asociándolos de alguna manera a los calvos, caeremos en la cuenta de que no se tratan los primeros (los de la comida) de chistes de orden racial, sino de orden confesional: se basan en consideraciones religiosas y en ningún caso en las que puedan referirse a cuestiones raciales aunque si podamos hablar evidentemente de discriminación, como evidencia Constanza Cavallero en lo que respecta la doctrina cuatrocristiana en relación con la percepción de los judíos, cuya diferencia para los teólogos (que era quienes sabían de estas cosas) era religiosa y no racial.<sup>30</sup> Hoy en día un chiste sobre musulmanes o judíos, sobre todo estos últimos, difícilmente se podría disociar de lo racial, porque por ahí han pasado varios siglos de clasificación racial y la asociación judío-raza y musulmán-raza es especialmente fuerte; las persecuciones en las que la raza era el punto determinante para su exclusión, expulsión o asesinato y no sus diferencias confesionales, se hicieron la norma: no así en los siglos XVI y XVII cuando “raza” se considera linaje y la sangre estaba manchada por una religión considerada errónea, no la procedencia geográfica contemporánea o remota, y el color de piel (que poco o ningún sentido tenía para conversos procedentes de judíos y los propios moriscos, que una vez desprovistos de sus trajes identitarios se parecían a cualquier cristiano viejo porque su religión era precisamente eso, una religión y no una marca de raza en el sentido decimonónico en el que todavía hoy empleamos el término). Si lo que importaba era una exclusión racial, la evangelización y la política de conversiones no hubiera tenido ningún sentido. Se enfocan entonces las bromas en las diferencias alimenticias y en lo que se refiere a los protestantes, en los casos que hemos visto, en etimologías jocosas.

En cualquier caso, el blanco de los chistes es una minoría a la que se mira desde una posición de superioridad religiosa (la verdad frente al error) y en cierta medida nacional. En el ejemplo que encontramos en *Mari Hernández, la gallega*, la mención a los Reyes Católicos no es baladí, pues se hace referencia al momento en el que se conquista el reino de Granada y en el que se expulsa a los judíos en un paso hacia una unicidad religiosa, y en el que se crea la Inquisición que, aunque se trate jocosamente en el fragmento citado, no deja de estar ahí, y se corrige cada vocablo mal expresado en lo que concierne al Santo Oficio como si fueran artículos de fe.

Si llevamos nuestra atención ahora a los anuncios publicitarios, se puede señalar que algunos elementos perduran durante largo tiempo en el campo humorístico: elementos como los de la comida y la identidad religiosa, pero ha habido un cambio de paradigma. Francia es laica desde 1905 y España, aun con su paréntesis republicano, ha conocido un camino más largo hacia la laicización de la sociedad, que sigue marcada por el calendario religioso y la presencia del catolicismo en muchos ámbitos (no entraré aquí en este debate para el caso francés salvo para decir que este país laico no deja de sorprender con la superabundancia de días festivos asociados con la cristiandad:

---

<sup>30</sup> Constanza Cavallero (62): “El concepto de ‘raza’ y el del ‘racismo’, a los que hemos aludido, sin duda merecen un *excursus*. Nirenberg ha planteado muy claramente los problemas envueltos en la utilización de dicho término en lo que se refiere a la Edad Media y, en particular, al ámbito hispano, la región de mayor diversidad religiosa en todo el occidente europeo medieval. Habla al respecto de una ‘ortodoxia’ –‘la escuela de la discontinuidad’, defendida, por ejemplo, por Robert Bartlett– que ningún crítico hasta el momento pudo alterar: a saber, la idea de que, si bien, el lenguaje antijudío medieval se adornaba a menudo de tintes raciales (con términos como *gens*, *natio*, linaje, sangre o estirpe), dicho lenguaje no aludía a diferencias biológicamente entendidas sino a diferencias de índole cultural.”

Pentecostés, Asunción, Todos los Santos, Navidad, Pascua, Lunes de Pascua). La erosión de la religión ha llevado a la sociedad a cierta incultura religiosa. Uno ha de preguntarse entonces: al ver los chistes basados en los textos bíblicos de la campaña de Burger King ¿para cuántas personas y para qué porcentaje de la población era comprensible la afrenta que se refería a la última cena y por ende al dogma de la transustanciación y al sacramento de la comunión? Incluso para los católicos practicantes ¿eran tan transparentes ambos anuncios? El primero “Tomad y comed” lo sería para cualquier practicante atento a la liturgia, pues la fórmula se pronuncia en cada misa eucarística. Ahora bien, ¿“carne de mi carne” es tan fácilmente reconocible como texto sagrado? Parece de entrada más difícil de entender para aquellos que no tienen una cultural bíblica amplia y detallada, pues una cosa es decir que Eva salió de la costilla de Adán (con vigencia sin duda en la *vox populi*), y otra que se reconozca la cita textual bíblica exacta, y además tachada para dar lugar al reemplazo por la palabra “vegetal.” Quienes se han visto ofendidos por el empleo de estas citas bíblicas serán aquellos que no solo reconocen la referencia, sino que conocen la transcendencia de los textos citados, sobre todo el que atañe a la Última Cena y las repercusiones que tuvo ese texto en la doctrina cristiana de la transustanciación, elemento clave del catolicismo. La campaña de Burger King podía entonces levantar ampollas, pero no así el de la monja o el cofrade, donde solo se hacía alusión a la proscripción de la ingesta de carne durante Cuaresma. La campaña francesa, a pesar de que se mencione la palabra “provocación” en alguno de los artículos de prensa que reaccionaron a su publicación, no parece haber creado polémica alguna al haberse ceñido también a la cuestión de las prohibiciones alimenticias, poniendo en un mismo espacio moral a musulmanes, veganos y judíos (quedando el comedor de carne un poco descolgado), y esto a pesar de la tensión palpable en Francia en lo que se refiere a lo racial-religioso: profanación de tumbas, racismo estructural y patente hacia las poblaciones racializadas, idea de islamo-izquierdismo vehiculado desde algunos partidos de la derecha, la difícil cuestión del uso del velo por mujeres musulmanas en el espacio público....

El humor que hemos ido viendo se establece también a partir de la idea de identificación grupal, diferenciándose el emisor del chiste del grupo blanco del mismo. Aunque el emisor sea un individuo, se reconoce su pertenencia al grupo dominante religiosamente hablando. Los chistes publicitarios de 2021 juegan también con la individualización de unas minorías y mayorías, entendiéndose que la mayoría es carnívora y la minoría no carnívora, o no siempre carnívora en el caso de los católicos en Cuaresma, y en especial el día de Viernes Santo. La idea de grupo refuerza la de la superioridad frente a las minorías, aunque también se puedan identificar con grupos: siguen siendo los menos. La campaña de los tocinos, en un nivel de lectura, puede parecer incluyente al ofrecer la posibilidad de que grupos de distintos pareceres (religioso-alimenticios o solo alimenticios) puedan compartir un espacio, pero la idea no deja de ser algo burda ya que vehicula otros múltiples mensajes como el que estas personas, de no ser por un producto sintético y artificial, no podrían compartir mesa y partir pan juntos. En suma, no deja de evocar la exclusión de un grupo cualquiera a otro como encontrábamos en los chistes que mencionan tocino o vino. Se establece necesariamente un “nosotros” y un “ellos,” y en ello reside la gracia del chiste (si es que nos la hace). Incluso, cuando el “enemigo imaginado”<sup>31</sup> ha dejado de existir en la experiencia cotidiana y el espacio compartido, se emplea el chiste para mantener esa ficción de conflicto y esa noción de superioridad, que en el contexto doméstico sirve para afianzar un discurso hegemónico o para justificar políticas domésticas interiores –

---

<sup>31</sup> Tomo el concepto de Inés Monteiro Arias (2011).

ensemos en la limpieza de sangre— o exteriores —las guerras de expansión (Mediterráneo y Norte de África) o de conservación de los estados heredados (Flandes, Milanesado); o ya en la actualidad para reforzar la idea de minorías religiosas obviando por completo que legalmente por tenencia de pasaporte forman parte de la mayoría nacional: todo está en dónde ponemos el cursor y el punto de mira. Sea como sea, el chiste tiene una clara función social de cohesión de quienes comparten la gracia y en contra, con mayor o menor efecto, de los que constituyen el blanco de la misma.

Como queda, espero, demostrado, el humor basado en lo religioso, sobre todo en lo que se podría ver como la transgresión religiosa, sigue siendo una materia fecunda y activa para vehicular mensajes y quizá, para quienes le vean la gracia, hacer reír o sonreír, pero queda claro que el humor y los chistes no dejan de ser un espacio cultural donde se tratan cuestiones de la mayor gravedad y seriedad.

**Obras citadas**

- Arellano, Ignacio. “Burlas y magia en *La cueva de Salamanca* de Ruiz de Alarcón. ¿Subversión o diversión?.” *Revue Romane* 56:1 (2020): 6-18.
- Biblia Sacra iuxta Vulgatam Clementinam*, ed. de Alberto Colunga y Laurentio Turrado. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1985 [8ª ed.].
- Bernués Vázquez, Luis, y M<sup>a</sup> Carmen Bergua Sánchez. “Diferencias nutricionales y culturales entre la comida rápida y la comida basura.” En María Lourdes de Torres Aured, José Antonio Gabelas Barroso eds. *Psiconutrición del menor. Nutrición, psicopedagogía y pantallas sanas*. Zaragoza: Mira Editores, 2011. 163-173.
- Casagrande, Carla y Silvana Vecchio. *Les péchés de la langue. Discipline et éthique de la parole dans la culture médiévale*. Paris: Éditions du Cerf, 1991 [traducción par Philippe Baillet de *I peccati della lingua*. Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana, 1987].
- Cavallero, Constanza. *Los enemigos del fin del mundo: judíos, herejes y demonios en el Fortalitium fidei de Alonso de Espina (Castilla, siglo XV)*. Buenos Aires: Miño Dávila, 2016.
- Cayuela, Anne. “Rire pour lire, lire pour rire : production et réception du chiste : dans le paratexte de la fiction en prose du XVII<sup>e</sup> siècle.” *Tigre 7: L’histoire drôle (II)* (1993): 121-137.
- Cervantes, Miguel de. *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*, ed. de Luis Andrés Murillo. Madrid: Castalia, 1980: 2. Vols.
- . *El rufián dichoso/Pedro de Urdemalas*, ed. de Jenaro Talens y Nicholas Spadacini. Madrid: Cátedra, 1986.
- Glaser, Edward. “Referencias antisemitas en la literatura peninsular de la Edad de Oro.” *Nueva Revista de Filología Hispánica* 8 (1954): 39-62.
- Glaser, Kurt. “Le sens péjoratif du suffixe -ard en français.” *Romanische Forschungen* 27 (1910): 932-983.
- González Fernández, Luis. “Canciones de amor y toponimia en Arenas de Cabrales (Asturias).” En Claudia Carranza & Mariana Masera eds., *Folklore y literatura en la lírica hispánica. Lira Mínima 1*. México DF: UNAM, 2016. 127-139.
- . “El festín interrumpido: ‘transubstanciación’ y magia demoniaca en *La cueva de Salamanca* y *Quien mal anda en mal acaba* de Juan Ruiz de Alarcón.” En María Dolores González ed. *Homenaje a Alberto Porqueras Mayo*. Lérida: Universidad de Lérida, 2011. 122-139.
- Horozco, Sebastián de. *Historia de Ruth*. En *Representaciones*, ed. de Fernando González Ollé. Madrid: Castalia, 1979. 175-213.
- Monteira Arias, Inés. *El enemigo imaginado. La escultura románica hispana y la lucha contra el Islam*. Toulouse: Méridiennes, 2011.
- Muñoz Coronel, Joaquín. “El vino a través de las páginas del *Quijote*.” *Cuadernos de Estudios Manchegos* 44 (2019): 339-363.
- Ojeda Calvo, María del Valle. “Los enredos de Martín, ‘compuesta por Cepeda’, y la herencia de la comedia italiana: primera aproximación.” *Criticón* 87-88-89 (2003): 589-601.
- Ortega Robles, Juan. “Temas recurrentes, motivos, fórmulas y secuencias de la materia morisca”. En Juan Ortega Robles. *Las comedias moriscas de Lope de Vega*.

- Estudio sobre un subgénero de comedias historiales*. S. L.: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2018, cap. 9. 111-138.
- Ponce Cárdenas, Jesús. “De burlas y enfermedades barrocas: la sífilis en la obra poética de Anastasio Pantaleón de Ribera y Miguel Colodrero de Villalobos.” *Criticón* 100 (2007): 115-142.
- Primorac, Berislav. “Matizaciones sobre la figura del donaire.” *Revista de Filología Románica* 2 (1984): 131-144.
- Ruiz de Alarcón y Mendoza, Juan. *El Antichristo*. En Agustín Millares Carlo ed. *Obras completas de Juan Ruiz de Alarcón*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1959<sup>a</sup>. 471-552.
- . *La manganilla de Melilla*. En Agustín Millares Carlo ed. *Obras completas de Juan Ruiz de Alarcón*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1959<sup>b</sup>. 183-270.
- . *La cueva de Salamanca*. Ed. de Celsa Carmen García Valdés. Madrid: Cátedra, 2013a.
- . *Quien mal anda en mal acaba*. Ed. de Ángel Martínez Blasco. Kassel: Reichenberger, 2013b.
- Sagrada Biblia*. Versión directa de las lenguas originales por Eloíno Nácar Fuster y Alberto Colunga. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1966 [21<sup>a</sup> ed.].
- Tirso de Molina. *Mari Hernández, la gallega*. Ed. de Sonia Eiroa. Pamplona: Publicaciones del Instituto de Estudios Tirsianos, no. 13, 2003.
- Vega García-Luengos, Germán. “Entre calvos anda el juego: la insistencia de un tema satírico en Rojas Zorrilla.” *Revista de Literatura* 69, 137 (2007): 13-34.
- Vélez de Guevara, Luis. *El primer conde de Orgaz*, ed. de William R. Manson & C. George Peale, estudio introductorio de Sebastian Neumeister. Newark, Delaware: Juan de la Cuesta, 2002.