

Nexos y paralelismos entre barroco y cultura mediática: el caso de Miguel Mañara

Links and parallels between baroque and media culture: the case of Miguel Mañara

Jose María Millán Rebollo

Departamento Historia del Arte, Universidad de Málaga, España (josemillanr@gmail.com)

Recibido el 15 de junio de 2017; revisado el 13 de julio de 2017; aceptado el 18 de agosto de 2017; publicado el 01 de septiembre de 2017

RESUMEN: Culturas tan aparentemente lejanas como el Barroco y el mundo mediático contemporáneo presentan multitud de nexos, circunstancias y manifestaciones en común. A través del arquetípico personaje barroco Miguel Mañara pretendemos justificar estos paralelismos, atendiendo a su producción cultural y artística en pleno siglo XVII, y a sus valores transversales que lo llevan a estar presente en los medios de masas actuales.

PALABRAS CLAVE: Mañara, Barroco, Cultura Mediática, Medios de Masas, Cultura Visual.

ABSTRACT: Such apparently distant cultures as Baroque and the contemporary media world share many nexuses, circumstances and manifestations. Through the archetypal baroque figure of Miguel Mañara, we will justify these parallelisms, based on his artistic and cultural production well into the 17th century, and on his transversal values, bringing Mañara to the present mass media.

KEYWORDS: Mañara, Baroque, Media Culture, Mass media, Visual culture.

Introducción

Jose Antonio Maravall (1980, p. 195), describe los fenómenos históricos como resultados de unos procesos sucesivos, de largo tiempo de desarrollo, y de raíces más o menos lejanas. También concreta que los primeros fenómenos de sociedad masiva aparecen ya en el siglo XVII, e incluso otorga a la cultura barroca calificativos como los de “cultura dirigida” (orientada a un público masivo y a operar sobre sus conductas) y “urbana” (con un cariz administrativo y anónimo) que resultan igualmente pertinentes. Por otro lado, R. De la Flor (1999, p. 360) define toda la maquinaria simbólica y de pompa

religiosa y política del Barroco como puramente “propagandística”. Tomaremos estas afirmaciones como punto de partida a la hora de entablar la relación del Barroco español con la actual cultura mediática.

Aunque aludiremos a algún otro aspecto cultural, como la determinante visión de género dominante en el Barroco, será el caso de Don Miguel Mañara el que seguiremos fundamentalmente, dada su cualidad de prototípico personaje de nuestro Siglo de Oro. Así lo justifica su cronología, encuadrada en pleno siglo XVII; la ciudad en que vivió, la principal, y más cosmopolita del mayor imperio occidental del momento; y sobre todo, el estudio de su figura, que revela a Mañara como un excelente representante tanto del contexto socio-económico y cultural de aquel siglo, como del patrón ideológico de la Reforma Católica, que lo empapaba. Otra razón de peso será la gran repercusión que su persona y su obra han mantenido, tanto en la inmediatez de su vida, como tras su muerte, llegando incluso hasta nuestros días.

1. La obra barroca y “mediática” de Mañara

Abordaremos el análisis de esta interrelación desde una doble óptica: de un lado, en este capítulo 1, expondremos los atributos que hacen de la obra de Mañara una verdadera producción mediática; y de otro lado, en el capítulo 2, comprobaremos cómo el propio personaje y sus valores conforman unos elementos plenamente válidos y de repercusión, tanto en su época original como en nuestra actualidad, lo que explica su abundante presencia en nuestros *mass media*.

1.1. Mañara y su obra, componentes de su tiempo

Miguel Mañara Vicentelo Leca y Colona (Sevilla, 1627-1679) nació en el seno de una acaudalada familia genovesa que logró su estatus y fortuna gracias a las particulares circunstancias socio-políticas y económicas de aquel momento. En clara concordancia con el universo paradójico y hasta contradictorio del Barroco, Mañara se ofrece como un ser dual y ambivalente. Él formó parte, por cuna, de la Sevilla opulenta, elitista y pretenciosa, a la par que cumplía con los devotos compromisos familiares. Pero tras la muerte de su joven esposa, Mañara experimenta una drástica conversión, y su vida y actitud viran radicalmente para adentrarse de lleno, por propia voluntad, en la otra cara de la sociedad: en la Sevilla infortunada y mísera que se despliega especialmente en la segunda mitad del XVII como una ciudad abrumada por el terrible fantasma de la muerte y la decadencia económica y social. Por este camino, y alentado por el espíritu reformista, Mañara llega a entregarse en cuerpo y alma al piadoso

proyecto asistencial y caritativo que planteaba la Hermandad de la Santa Caridad de Sevilla. En dicho proyecto, él dirigirá también la vertiente material, ejerciendo de mecenas, gestor, y celoso director intelectual tanto de la construcción del nuevo hospital, como del programa iconográfico que lo remata. Será en su singular biografía, y en su ideación artística donde podremos establecer puentes de conexión entre la cultura barroca y reformista que representa Mañara, y la contemporaneidad mediática y expansiva que nos rodea.

Para tal fin, distinguiremos la doble producción cultural de Miguel Mañara. Por un lado, su creación literaria, la cual comprende sus obras *Discurso de la verdad* (1671), y *Nueva regla de la Hermandad de la Caridad* (1675). En ellas deja por escrito, respectivamente, su desengaño ante la veleidad de este mundo y lo fatuo de sus placeres; y las indicaciones precisas para transitar con éxito el cristiano camino de la redención a través del ejercicio de la Santa Caridad. Por otro lado, su labor de ideación arquitectónica e iconográfica, contenida en el Hospital de la Caridad de Sevilla y en su iglesia. Por cuestiones de espacio, sobre este conocido programa descrito por Jonathan Brown, solo apuntaremos que su contenido parte de la apología del omnipresente dominio de la muerte sobre todo lo mundano (*Postrimerías*, Valdés Leal, 1671-72) para seguir, en progresión retórica, hacia la exhortación del ejercicio de las obras de misericordia, del estricto cumplimiento de la Regla, y de la humildad, como únicas vías de salida de la miseria humana hacia la luz de la salvación en Cristo, cuya muerte ejemplarizante preside el foco principal del altar mayor. Estas ideas son plasmadas visualmente en seis pinturas de Murillo (1667-70) y una escena escultórica del *Entierro de Cristo* (Pedro Roldán, 1670-74). El conjunto se completa con otras piezas de pintura y escultura que refuerzan el mensaje, como son los lienzos de San Juan de Dios, y de Santa Isabel de Hungría (Murillo, 1670-72); o *La Exaltación de la Cruz* (1685) y *Don Miguel Mañara leyendo la Regla de la Santa Caridad* (1681), ambas obras de Valdés Leal.

Se trata pues, de un programa muy pertinente en un contexto de dominio y obsesión por la muerte, y de mentalidad reformista (contraria a la predestinación y en pos de afianzar el modelo referente de los santos). Más aún en el ámbito hospitalario de una cofradía dedicada a cuidar de menesterosos, y especialmente consagrada al enterramiento de sus cadáveres. Al estar compuesta por hombres de alta alcurnia, que hicieron de esta institución el referente religioso y social más prestigioso de la Sevilla del XVII, la principal intención de Mañara era la de adoctrinar e instar a sus elitistas miembros para que practicasen las buenas obras con sus propias manos. Para ello, al modo del característico “ut pictura poesis” de nuestro Siglo de Oro, Mañara ideó este programa plástico que guarda íntimas relaciones con fragmentos concretos de sus propios escritos.

1. 2. Fundamentos de lo mediático y su presencia en el barroco Hospital de la Caridad

Roman Gubern (1974, pp. 327-330) recoge que el objetivo y los efectos sociales buscados por los *mass media* son la mutación psíquica en el destinatario, y que esta se manifieste en su reacción de repuesta, constituyendo un “discurso persuasivo”. El mismo autor retrotrae el origen histórico de la propaganda a las culturas antiguas, que con un interés político-religioso, procuraban la sumisión a los poderes establecidos (dios-rey) y la represión de las disidencias. Ambas ideas, persuasión y sumisión, están muy presentes en la cultura general del Barroco y en la obra particular de Mañara.

La segunda idea, de pretensión represora del Barroco, se evidencia en el sometimiento misógino ejercido por el Antiguo Régimen sobre la mujer. Aunque hubo honrosos casos particulares de empoderamiento femenino, la tónica general fue la de procurar el enclaustramiento físico y psíquico de las mujeres gracias a herramientas como el matrimonio, la honra, la culpabilidad, etc. Con ellos se pretendía controlar y someter a las que se consideraban un “peligroso” agente desestabilizador para el mantenimiento del orden social y económico fijados en la época. En el caso concreto de Mañara, la encontramos en su apología de los valores identitarios católicos reforzados por Trento frente a las posturas heréticas, y en su encarnizada lucha purista contra un terrible enemigo de “el respeto hacia Dios”: las licencias de comedias y otras representaciones lúdicas en los teatros sevillanos.

Respecto a la primera idea de pretensión persuasiva, hallamos buena demostración en las intenciones de la obra plástica y literaria de Mañara. En su programa iconográfico, Mañara utilizó incluso la idea de que la persuasión es más fácil y efectiva ejercerla en grupo, ayudada por la presión social, que en solitario, como ocurriría en la intimidad de una lectura. Por ello dispuso su mensaje escrito también visualmente plasmado en el ámbito comunitario que poblarían sus hermanos. Además de aprovechar la gran fuerza de la visualización, se trataba de jugar con la motivación de los cofrades combinando los dos mecanismos neurofisiológicos de reforzamiento: el positivo de la gratificación (recompensa celestial y reconocimiento social), y el negativo del castigo (fatuidad terrenal, condena, y presión de grupo). El ambiente o contexto socio-cultural desplegado en la época (una religiosidad socialmente imprescindible y omnipresente, esquemas de pensamiento direccionados, etc.), tendrían un enorme papel en este proceso persuasivo. A la postre, dicho proceso resultaría cíclico, al deducirse de las afirmaciones de Gubern (1974, p.351) que los mensajes mediáticos conforman una

especie de círculo de retroalimentación actuando desde el contexto social hacia el individuo, y viceversa, favoreciendo la ansiada perpetuación de esquemas.

El contexto cultural también resulta trascendental a la hora de afrontar las imágenes, condicionando no solo sus códigos de reconocimiento o lectura, sino incluso su percepción (Zunzunegui, 1992, pp. 43-67). Por tanto, las circunstancias concretas de una época, tales como la “escasa” densificación iconográfica general, el clima de inseguridad del siglo XVII sevillano, o la situación casi desesperada del hombre barroco, entre otras, condicionaron la percepción de las obras de Mañara, otorgándoles un especial impacto mediático. Si a esto le sumamos que, según la teoría de la Primacía de la Persuasión, un público mal informado, y que se sabe mal informado, es más vulnerable a las maniobras de persuasión que uno informado o con conciencia de estarlo, tenemos que la desconcertante y desmotivadora situación que existía y se recreaba en las conciencias del Barroco (con ideas generadas y difundidas sobre todo por los sermones y las imágenes escatológicas) fue campo abonado para la fácil direccionalidad de las masas.

Gubern (1974, p. 377) nos aporta otra clave más cuando concluye que la tendencia acrítica del público a la compasión y a la empatía afectiva con las víctimas sufrientes y reprimidas, domina por encima del signo político de las mismas. Esta profunda apelación a las más íntimas reacciones y emociones humanas, capaces de desarmar a cualquier otro argumento, es muy bien explotada por el aparato retórico del catolicismo barroco y tiene claros ejemplos tanto en la obra artística de Mañara, como en la imagen mediática y publicitaria actual.

La democratización del consumo de los mensajes alcanzando a las grandes masas populares es otra condición del fenómeno de los *mass media* y su cultura. Esta la vemos bien cumplida en la máxima difusión universal de la denostada imagen femenina que procuraba el Barroco. Algo constatable en fuentes de peso tan determinante como los sermones de la Sevilla del momento (Núñez, 2000). Por su parte, los mensajes de Mañara parecen en principio destinados a una población particular, pero resulta básico comprender que el concepto de universalidad en el contexto de la Sevilla del siglo XVII, englobaba una extensión abismalmente más reducida que la que hoy tenemos en la era de la globalización, circunscribiéndose en aquel entonces al espacio vital común, el cual abarcaba la propia ciudad, o incluso el barrio o collación.

Literalmente, no podría aplicarse al programa de la Caridad la pretensión económico-consumista que es connatural a los *mass media* contemporáneos. Sin embargo, objetivos como afianzar los

valores católicos en una sociedad completamente determinada por lo religioso, o la estigmatización de la imagen femenina del Barroco, no persiguen un consumo comercial directo, pero sí que comparten el fin último de adhesión y mantenimiento del sistema económico y social establecido.

Juan Antonio Ramírez (1981, pp. 17-31) recalca otro argumento esencial. Tras un periodo de dominio de la imagen única, con la invención de la imprenta y el desarrollo de grabados, aparece en el siglo XVII un nuevo modelo de imagen con repercusión masiva, originándose entonces un gran desarrollo de la densificación icónica propia de la cultura visual de masas. La preeminencia de la visualización y la imagen, que domina nuestra era moderna, posmoderna y pos-posmoderna, acontece también en el Barroco. De ahí que, en total consonancia con la reafirmación tridentina de la iconodulia, Mañara dé de nuevo en el clavo al valorar enormemente, en su obra plástica y literaria, la importancia y el poder de lo visual. Con un tono ignaciano, en sus escritos interpela repetidamente al lector: “mira, observa, ve...” o insta al sacerdote a “pintar” aquello que predica. En su programa iconográfico, conjuga imagen y escritura (algo de total vigencia en la publicidad mediática), pero atiende principalmente a la imagen (Valdivieso, Serrea, 1979, p. 11).

Por último, refuerzan este paralelismo, las cuatro características que Gubern (1997, pp. 21-22) confiere a los medios de comunicación de masas: (1) su producción y transmisión se basa en tecnologías complejas, consecuentemente caras y bajo el control de una potente minoría con gran capacidad económica y transmediática; (2) requieren de un emisor especializado y experto; (3) el colectivo destinatario es amplio, mucho mayor que lo que permitiría abarcar el canal natural de comunicación humana que sería el discurso público; y (4) presentan un *feedback* retardado, no inmediato, que impide el reajuste del discurso durante su exposición. Aplicados a nuestro caso particular, recordaremos que el potentado Mañara dedicó sus influencias y gran fortuna (se estima que un millón de ducados) a esta obra caritativa y artística. Como personaje elitista y hábilmente formado, Mañara actuó como fuente experta del proceso comunicativo. Él ideó con extremo celo el mensaje y el programa a plasmar, pero esto no impidió la participación técnica magistral de los más hábiles y prestigiosos artífices de la Sevilla del momento (Valdés Leal, Murillo, o Pedro Roldán) como especializados transmisores.

2. Mañara, su presencia en la actualidad y en los medios de masas

Las manifestaciones que citaremos en este capítulo mantienen vivas la imagen, memoria y lección de vida de este legendario personaje, demostrando su universalidad y atemporalidad. Estas además, nos permiten trazar puentes o analogías entre las motivaciones y recursos contemporáneos, y los de aquel hombre del siglo XVII.

2. 1. Valores transversales. Beneficio y riesgo de la popularidad

El 9 de mayo de 1679, Miguel Mañara falleció tras unas duras fiebres. La repercusión mediática de la noticia fue enorme e inmediata, extendiéndose rápidamente por toda la ciudad, haciendo que las iglesias tocaran a duelo, y que una oleada de gente quisiera entrar a la Caridad para ver y besar los restos de aquel “varón justo y espejo de santidad”. Tras este primer homenaje y reconocimiento de masas popular, Mañara recibió un funeral solemne “atendiendo a las heroicas virtudes que ejercitó en esta ciudad y al ejemplo universal que dio en todo el reino” (Martín, 1981, pp. 207-209). Por ello, podríamos establecer en el clima secundario a su muerte, el comienzo de su mito.

A pesar de que en el Antiguo Régimen se establece al rey como la figura heroica por antonomasia, tal como difunden Calderón o Lope de Vega, Covarrubias define a los “héroes” a principios del siglo XVII, casi como sinónimo de santidad: “hombres mortales, eran sus hazañas tan grandiosas que parecían tener en sí alguna divinidad” (Chust, Mínguez, 2003, p.52). La noción del héroe surgida en la Antigüedad clásica, se retomó en la Edad Moderna, se desarrolló en el romanticismo, y llega hasta nuestros días. Como indica Gubern (1974, p. 220), la permanencia de esta figura en la cultura popular contemporánea es un dato que demuestra que, frente a la esperable disolución actual del héroe, arrastrado por la tendencias propias de la vida industrial, en la mitología popular se sigue mostrando un especial afecto por aquellos personajes con especiales dotes. Concretamente, podríamos encuadrar a Mañara en la categoría de héroe moral. Esta figura, lejos de estar obsoleta, sigue efectivamente muy vigente hoy día como lo demuestra el verdadero fenómeno mediático provocado por el ejemplar y apreciado testimonio de Pablo Ráez. Se tienden así claros puentes de conexión entre el personaje barroco de Mañara, la antigüedad más ancestral, y la contemporaneidad más mediática que encarnan nuestros super héroes.

Sin embargo, las negativas consecuencias de la vulgarización, como indeseable riesgo que puede afectar a todo lo mediático, distorsionaron la fortuna crítica y la imagen de Miguel Mañara al derivar en una falsa identificación con el pendenciero Don Juan Tenorio. Fue Joaquín Hazañas y la Rúa (1913) el primero en desvelar esta confusión. Las anécdotas de sus correrías juveniles, el célebre y escabroso episodio de la calle Ataúd, y otras fantasías populares y especulaciones tergiversadas, les fueron atribuidas a Mañara dentro de la imaginería pintoresca y picaresca de la época, colaborando a tal construcción. Pero hoy queda bien demostrado que la obra de Tirso de Molina, que engendró el peculiar personaje retomado por Zorrilla, no pudo basarse en Miguel Mañara por evidencias cronológicas. Frente a esto, la imagen conceptual que actualmente prevalece de Mañara es su condición de noble personaje heroico, algo propiciado por su causa de beatificación y los esfuerzos institucionales por recuperar su verdadera figura.

2. 2. El éxito de su imagen icónica

En cuanto a su imagen visual, comprobamos que la imagen más difundida del Venerable sevillano es, sin duda, la contenida en el lienzo *Don Miguel de Mañara leyendo la regla de la Caridad* (Valdés Leal, 1681) [1]. Como tal imagen icónica y esencial del personaje, esta ha servido como matriz para ser reproducida incansablemente a la hora de querer identificar o hacer uso de este noble sevillano en múltiples ámbitos mediáticos. Esta imagen comprende unos factores que la hacen tan enormemente exitosa, que tres siglos después sigue teniendo uso y vigencia. Esto demuestra el acierto y la pertinencia mediática de una creación celosamente preconcebida por Mañara, y plantea la existencia de unas claves o pautas que, a todas luces, resultan de plena validez tanto en el siglo XVII como en el XXI.



[Fig. 1] Valdés Leal -*Don Miguel de Mañara leyendo la regla de la Caridad* (1681). Óleo sobre lienzo. Sala de Cabildos del Hospital de la Caridad, Sevilla.

Don Miguel aparece en este cuadro leyendo su nueva Regla (1675), dirigiéndose a unos oyentes que se encuentran fuera del propio cuadro y con los que establece una comunicación implicativa directa, buscando con la mirada la atención, y quizá la respuesta, de su(s) interlocutor(es). Su actitud oratoria viene reforzada por el gesto corporal retórico de su mano derecha que aporta una pose teatral, y señala a una pintura de fondo siguiendo el barroco efecto del cuadro dentro del cuadro. Entre otros rasgos que hacen este retrato plenamente barroco, nos interesa aquí especialmente el efecto de incluir al espectador en el espacio de la obra proyectando desde esta elementos de interacción como las líneas de perspectiva y las miradas (Francastel, 1978, pp. 157-163).

Entre las claves de su éxito, apreciamos que esta imagen satisface el deseo básico humano, presente desde sus inicios más remotos, de contemplarse mediante la interpretación de su propia imagen. Más básico aún parece el impulso de representación de la figura humana genérica, lo cual hace que hallemos muestras de este tipo de figuras desde los más primitivos esbozos de la civilización. Estos fundamentos hondamente antropológicos, respaldan el empleo de la figura y el retrato humanos como un recurso trascendental y altamente acertado para toda aquella imagen que persiga una repercusión mediática de calado. Además, en su evolución, la idoneidad del retrato incorporará dos condiciones: presentar los rasgos individualizados, y permitir la identificación del modelo. Con el tiempo se llegará a exigir que la figura sea lo más fiel posible (Francastel, 1978, pp. 11-16). A ello ayudará el efecto ilusionista, que procurará hacernos creer que una imagen artística es como real. Esta variable fue perfectamente dominada por los artistas barrocos españoles y para conseguirlo, junto al empleo de carnaduras, vestimentas y adornos reales, aquellos artistas atienden de forma especial al gesto y a convenientes pautas de comunicación no verbal. Así queda bien demostrado en una de las obras cumbres del Barroco español: el *Cristo de la Clemencia* (Martínez Montañés, 1605). En su presencia, verdaderamente vital, además de estos recursos figurativos, policromáticos, etc., el abismo entre la representación y la realidad se diluye en gran parte debido a unos ojos que nos atraen y mantienen la atención, que nos hablan. Aunque, como insiste Freedberg (2010, pp. 272-284), incluso ante imágenes no tan realistas, nuestro cerebro caminaría hacia la reconstrucción de un cuerpo real y vivo en virtud de la innegable tendencia de la empatía, resulta claro que estos efectos “vividizantes” ejercen en los receptores una intensa atracción. Este enorme peso efectista manejado por los artistas barrocos, es también hoy muy bien aprovechado por los creadores publicistas y diseñadores de los medios de masas.

Como indica Luis Puelles (2011, pp.100-105 y 208-209), la obra de arte, más que un objeto, es una acción proyectada hacia sus afueras y constituye una trampa que procura atraparnos. Para conseguirlo, el arte recurre a la ficción, con la que logra la *poiesis* de los espectadores y, sobre todo, alimenta la tensión de no perder de vista al espectador, y viceversa. Además, como enunció Nietzsche, en tiempos de nihilismo no hay mayor ley poética que la de la eficacia retórica. Por consiguiente, esta confusión de lo *poiético* y lo retórico asientan que la obra de arte busca conformar una unidad con su receptor, y que dicha unidad se hace aún más sólida en tiempos duros, de crisis y desasosiego, tales como el periodo Barroco o nuestro alienante mundo posmoderno.

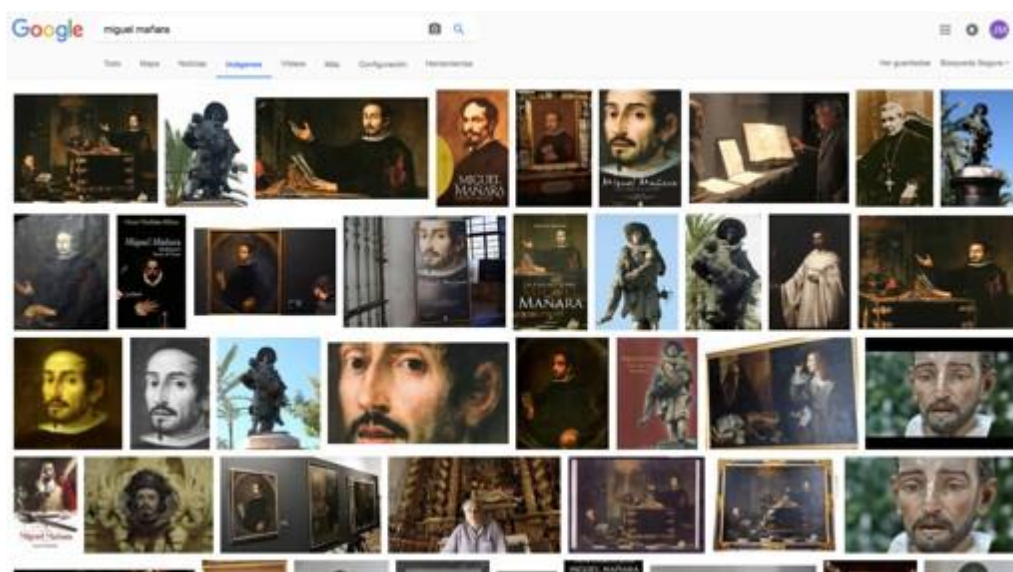
El emblema de la Hermandad de la Caridad que aparece sobre la mesa (cruz arbórea sobre corazón ardiente) o el escudo de la Orden de Calatrava que Mañara luce en su hábito, también presentan paralelismos con la imagen mediática, al cumplir las mismas pautas y alto grado de complejidad que hoy requieren los logos comerciales. Claridad, sencillez, e inmediatez de reconocimiento son valores tenidos en cuenta en el siglo XVII y especialmente útiles en su sociedad urbana: populosa, diversa, cosmopolita, y altamente codificada.

Buena prueba del éxito de la imagen icónica de Mañara, la tenemos en que este retrato es la primera y más abundante imagen que aparece como resultado al teclear “Miguel Mañara” en la barra de Google [2]. La segunda en aparición y frecuencia es la de su escultura-monumento, el cual cumplirá con esta misma función mediática en el ámbito, y bajo las pautas propias, del siglo XIX. Un fragmento del mismo cuadro, tomando su rostro en un primer plano, nos recibe a la entrada de la visita al Hospital de la Caridad en forma de enorme cartel [3]. Esta imagen creada en el siglo XVII, se basta sola para cumplir con las funciones que le son propias al moderno medio del cartel (Ramírez, 1981, pp. 190-192). La función creativa que introduce el diseñador gráfico para remozar el mensaje, consiste en la moderna técnica del recorte y la estética del fragmento. En otros muchos medios de difusión se emplea también un fragmento del cuadro: ilustrando unas estampas con oración que se entrega a los visitantes, colocándose en el seminario para fomentar la devoción al Venerable sevillano, en encabezados de blogs y sitios web, o en portadas de publicaciones como libros, semanarios, etc.[3]-

La presencia de Mañara como elemento conceptual de valor se da en otros muchos productos mediáticos recientes en los que este toma un especial protagonismo: varias exposiciones¹, artículos de

¹ Miguel Mañara. *Espiritualidad y Arte en el barroco sevillano* (Hospital de la Caridad, 2010); *Misericordiae Vultus* (Catedral de Sevilla, 2016)

prensa, y hasta en el cine y la televisión. Su alcance resulta incluso internacional al centrar la inauguración del *Meeting di Rimini* en 2009.



[Fig. 1] Captura de pantalla del resultado en imágenes de la búsqueda “Miguel Mañara” en Google. Realizada el 14/06/2017.



[Fig. 3] Collage con diversas muestras del empleo contemporáneo de la imagen icónica de Mañara.

De izquierda a derecha y de arriba abajo: Cartel del XXV aniversario de la declaración de sus virtudes heroicas a la entrada del hospital; portada del libro de Manuel Barrios; estampa con oración que se entrega a los visitantes; cartel anunciador de la película producida por Cine Club Claudio Guerin; portada del semanario de la Archidiócesis de Sevilla; folleto de la exposición “Espiritualidad y arte en el barroco sevillano. (1627-1679)”; encabezado de artículo en un blog cofrade; e imagen anunciadora de un recorrido cultural en la web de la Consejería de Cultura.

Conclusiones

La realidad dual y de crisis de la Sevilla del siglo XVII, bastante análoga a la de nuestra nihilista modernidad, empapa plenamente la figura de Miguel Mañara. Al modo de un alambique, él destilará todos estos ingredientes de su contexto para dejarlos impresos con fuerza en su obra literaria y de dirección artística. En sus creaciones presenta, inculca y prodiga su mensaje de una forma efectista y efectiva: conociendo los valores y miedos que agitan las almas del momento y el funcionamiento psicológico de sus contemporáneos, empleando el análisis de la percepción y los recursos retóricos pertinentes, aprovechando el fuerte impacto de la imagen visual, o disponiéndola en el ámbito más oportuno y de mayor alcance posible. Mañara se vale incluso de los transmisores profesionales del más alto nivel, siguiendo en todo momento un modo de actuación que hoy identificaríamos como claramente mediático o de masas. Es obvio que el personaje adopta las circunstancias y los medios existentes en el siglo XVII, pero su intención e incluso una gran parte del mecanismo subyacente resultan prácticamente idénticos a los actuales. Ello nos lleva a hablar de un gran paralelismo entre ambas culturas y sus manifestaciones, y por tanto de una obra “mediática” de Mañara para su Hospital de la Caridad. El impactante *Cristo de la Caridad*, la imponente máquina parlante del retablo mayor, las encantadoras escenas murillescas, o las sobrecogedoras *Postrimerías*, son algunos ejemplos de ello.

Pero Mañara también conecta con nuestra contemporaneidad de medios de masas a través de su presencia actual en los mismos. La transversalidad de sus valores y la demostrada efectividad atemporal de su propia imagen icónica refuerzan también la idea de que los lenguajes y códigos expresivos manejados en el Siglo de Oro español y en la cultura de masas actual son efectivamente muy coincidentes. Como rasgo especialmente relevante destacamos el moderno recurso de incluir al espectador en la propia obra. Esta moderna actitud que sirve de base a manifestaciones artísticas tan actuales como la instalación, ya se intuía y trabajaba en el siglo XVII, y quizá podríamos incluso ubicar ya allí el embrión del posmoderno concepto de la interactividad.

Referencias bibliográficas

- ARCHIDIÓCESIS DE SEVILLA (2015), Recuperado de: <http://www.archisevilla.org/iniciativas-para-el-fomento-de-la-devocion-de-miguel-de-manara/> (Consultado: 29/5/2017)
- BROWN, Jonathan (1980), “Jeroglíficos de muerte y salvación: La decoración de la iglesia de la hermandad de la Caridad en Sevilla”, en *Imágenes e ideas en la pintura española del siglo XVII*. Alianza, Madrid, pp. 179-207.
- CARROLL, Noël, ALCORIZA, Javier, (trad.) (2003). *Una filosofía del arte de masas*. Machado Libros: Madrid.
- CHUST, Manuel, MÍNGUEZ, Víctor, eds.(2003). *La construcción del héroe en España y México*. Universidad de Valencia:Valencia.
- CONSEJERÍA DE CULTURA JUNTA DE ANDALUCÍA (2016), Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ijQ-r52W_Og (Consultado: 31/5/17)
- CONTRAPRODUCENTES PRODUCCIONES (2016), Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=A1RQliLrAZ8> (Consultado: 2/6/17)
- DIARIO ABC (2015), Recuperado de: http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-profundis-miguel-manara-santa-caridad-201512262151_noticia.html (Consultado: 1/5/17)
- DOMÍNGUEZ ORTÍZ, Antonio, AGUILAR PIÑAL, Francisco (1976). *Historia de Sevilla IV. El barroco y la ilustración*. Universidad de Sevilla: Sevilla.
- EL PAÍS (2010), Recuperado de: http://elpais.com/diario/2010/04/14/andalu-cia/1271197336_850215.html (Consultado: 1/6/17)
- EUROPAPRESS (2016), Recuperado de: <http://www.europapress.es/andalucia/fundacion-cajasol-00621/noticia-exposicion-misericordiae-vultus-catedral-sevilla-renueva-20160603152730.html> (Consultado: 30/5/17)
- MADE OFFICINA CREATIVA (2012) (a), Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=V5of_q0Z6AI (Consultado: 1/6/17)
- MADE OFFICINA CREATIVA (2012) (b), Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=DBowOwnot6Y> (Consultado: 1/6/17)
- FRANCASTEL, Pierre y Galienne (1978), *El retrato*. Cátedra: Madrid.
- FREEDBERG, David (2010). *El poder de las imágenes*. Cátedra: Madrid.
- GUBERN, Román (1974). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Edit. Lumen: Barcelona.
- GUBERN, Román (1997). *Medios icónicos de masas*. Historia 16: Madrid.
- HAZAÑAS Y LA RÚA, Joaquín (1913), Recuperado de:

https://www.bibliotecadelaserrania.com/download/documentos_pdf/TENORIO-Y-MANARA.pdf

(Consultado: 2/6/17)

HERMANDAD DE LA SANTA CARIDAD, Recuperado de: <http://www.santa-caridad.es/> (Consultado: 1/6/17)

MARTÍN HERNÁNDEZ, Francisco (1981). *Miguel Mañara*. Universidad de Sevilla: Sevilla.

MARAVALL, José Antonio (1980). *La cultura del barroco. Análisis de una estructura histórica*. Edit. Ariel: Barcelona.

NÚÑEZ BELTRÁN, Miguel Ángel (2000). *La oratoria sagrada de la época del barroco. Doctrina, cultura y actitud ante la vida desde los sermones sevillanos del siglo XVII*. Universidad de Sevilla: Sevilla.

PUELLES ROMERO, Luis (2011). *Mirar al que mira*. Edit. Abada: Madrid.

RAMÍREZ, Juan Antonio (1981). *Medios de masas e Historia del Arte*. Edic. Cátedra: Madrid.

RODRÍGUEZ DE LA FLOR, Fernando (1999). *La península metafísica. Arte, literatura y pensamiento en la España de la Contrarreforma*. Biblioteca Nueva: Madrid.

VALDIVIESO, Enrique, SERREA, Juan Miguel (1979). *El Hospital de la Caridad de Sevilla*. Edit. Sever-Cuesta: Valladolid.

WORDPRESS (2010), Recuperado de: <https://framuru2.wordpress.com/2010/04/07/exposicion-miguel-manara-espiritualidad-y-arte-en-el-barroco-sevillano-1627-1679/> (Consultado: 1/6/17)

ZUNZUNEGUI, Santos (1992). *Pensar la Imagen*. Cátedra/Universidad del País Vasco: Madrid.