

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



Leyendo Monitos **Un estudio de recepción de la caricatura política en México**

Tesis que para obtener el grado de
Maestro en Comunicación de la Ciencia y la Cultura
Presenta

Lic. Ruby Abigail Sheets

Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez

Tlaquepaque, Jalisco. Mayo 2006.

Agradecimientos

Cuando haces un estudio sobre un país que no es tuyo, en un idioma que no es tuyo y desde el país del estudio, requieres la ayuda de mucha gente. Para empezar, hay que llegar al país. Por facilitar eso, le doy las gracias a la Fundación Rotaria, en especial al club de Northfield, Minnesota y los distritos 5960 y 4160. Pero antes que ellos estaban los que me inspiraron a estudiar en América Latina y me enseñaron el idioma, que son Manuel, Alexis, Ricardo, Lázaro, José y Nacho, entre muchos otros. Ya aquí varios me cuidaron pero nadie lo hizo mejor que Julia Díaz, una mujer impresionante.

Con la tesis, estoy muy agradecida a mis cuatro asesores. Guillermo Orozco Gómez, mi asesor oficial, nunca perdió su emoción por el proyecto. Jaqueline Garza Placencia, la roommate, dejaba abierta la puerta de su oficina 24 horas del día para cualquier consulta relacionada o no a la tesis. Chavo, mi Wikipedia de la caricatura en México, siempre me dice cómo son las cosas cuando me siento perdida y comparte conmigo su emoción por el tema. Nicolas López Silva, mi editor y desenchuecador del español, merece un premio por su paciencia, sus observaciones atinadas y su sacrificio para que yo pudiera sacar este trabajo.

Siguen Carlos Enrique Orozco y Gerardo Gutiérrez Cham, mis lectores, por sus aportaciones al final, y Alejandra Aguilar por sus aportaciones (y porras) al inicio.

Miles de gracias a mis entrevistados del público, en especial Heliot y Paty por guiarme y los que siguen en contacto. Ha sido un verdadero placer conocerlos a todos. A Hernández, Calderón, Patricio, Osvaldo, Fran, Jabaz, Falcón y Chavo gracias por llevarme al público y por haber escogido esta profesión, tan amena de estudiar. Por darme las herramientas para construir todo, doy las gracias a Arnulfo Velasco, Samuel Schmidt, y mis compañeros y profesores de la maestría. Y por apoyar mis objetivos y las locuras que me ocurrieron en el camino, doy gracias a Bruce y Louise, mis padres. Sin ellos, no hubiera podido seguir.

Logré el objetivo personal de poder decir, como ha dicho Samuel Schmidt: "Mi especialización en chistes políticos me salvó de la solemnidad y formalidad de la vida universitaria, en la cual, si uno no es cuidadoso, pierde por completo el sentido de humor" (1996, p. 13-14).

Índice

Capítulo 1	Introducción	5
1.1	Justificación	6
1.2	La caricatura política: el termino en sí	10
1.2.1	<i>La caricatura política</i>	10
1.2.2	<i>La historieta</i>	13
1.2.3	<i>La caricatura política en México</i>	14
Capítulo 2	El estudio de la recepción y del humor	18
2.1	El camino a “usos y gratificaciones”	18
2.2	La recepción de la caricatura política	21
2.3	Precursores	23
2.4	Unas teorías del humor	26
Capítulo 3	La caricatura en México	28
3.1	Antecedentes	28
3.2	1968	30
3.3	Hoy en día	33
3.3.1.	<i>El Grupo Reforma</i>	33
3.3.2	<i>La Jornada</i>	37
3.3.3	<i>El Grupo Milenio</i>	42
3.3.4	<i>El Universal</i>	45
3.3.5	<i>Proceso</i>	48
3.3.7	<i>El Chahuistle y El Chamuco</i>	48
3.4	Tras bambalinas	49
Capítulo 4	El tema en el espacio público	55
4.1	El maestro Rius	55
4.2	Carlos Monsiváis - ¿De qué no escribe?	60
4.3	El Fisgón – un poco de todo	62
4.4	Brozo – La caricatura política en la televisión	63
4.5	El tema fuera del espacio público	64
Capítulo 5	Metodología	69
5.1	Lo que se sabe del público de la caricatura	69
5.2	Buscando el público	73
5.3	Entrevistas preliminares	74
5.4	Las páginas de... Hernández, Patricio, Calderón	76
5.4.1	<i>Hernández</i>	77
5.4.2	<i>Calderón</i>	81
5.4.3	<i>Patricio</i>	83
5.5	Observaciones de la metodología	84
5.5.1	<i>Mi nacionalidad y el idioma</i>	84
5.5.2	<i>Nuevas tecnologías</i>	85

Capítulo 6	Resultados	87
6.1	Encontrando el público	87
6.1.1	<i>Asuntos particulares de los seguidores de Calderón</i>	90
6.2	El hombre y su caricatura	90
6.2.1	<i>Hernández</i>	91
6.2.2	<i>Calderón</i>	95
6.2.3	<i>Patricio</i>	102
6.3	Las prácticas	105
6.3.1	<i>El contexto: Noticias</i>	105
6.3.1.1	<u>El medio</u>	105
6.3.1.2	<u>El periódico</u>	107
6.3.1.3	<u>Cómo leen el periódico</u>	107
6.3.2	<i>Fuentes de la caricatura</i>	110
6.3.3	<i>El fenómeno Rius</i>	114
6.3.4	<i>Cómo empezaron</i>	116
6.4	Lo que despierta	117
6.4.1	<i>La risa</i>	117
6.4.2	<i>Otros sentimientos</i>	118
6.4.3	<i>Reflejar el sentir</i>	120
6.4.4	<i>La reflexión</i>	121
6.4.5	<i>La acción</i>	122
6.4.5.1	<u>Nivel uno – Los no participantes</u>	124
6.4.5.2	<u>Nivel dos – Los indecisos y ligeramente participativos</u>	124
6.4.5.3	<u>Nivel tres – Los apasionados</u>	125
6.4.6	<i>Compartir con otros</i>	127
6.4.7	<i>El género</i>	130
6.4.8	<i>La caricatura guardada</i>	132
Capítulo 7	Análisis y conclusiones	140
7.1	El cartón electrónico:	141
	un género periodístico sin el periódico	
7.2	El público y la recepción	144
7.3	Brozos por todos lados	148
7.4	Buscando otro foro	151
7.5	La acción	152
7.6	La complejidad de la caricatura política en México	154
7.7	Conclusión	156
Posdata	La caricatura en el mundo	157
	Lista de referencias	159
	Lista de ilustraciones y fuente	164
Apéndice A	Comunicados para gestionar entrevistas	170
Apéndice B	Preguntas de las entrevistas	172

1. Introducción

La tradición fuerte de la caricatura política en México empezó con la revolución mexicana y ha continuado hasta hoy. Siendo uno de los primeros géneros mediáticos de crítica pública de la política mexicana, y el único en algunas épocas, este género juega un papel muy importante en la cultura mexicana. Muchos expertos han conjeturado sobre este papel, tanto como los caricaturistas mismos. Los siguientes juicios son una pequeña muestra de lo que han expresado:

la caricatura es chistosa y el humor es central en el carácter del mexicano

(Schmidt, 1996; Juárez, 1992);

da un mensaje concreto y rápido haciéndola una buena herramienta para la enseñanza

(Rius, 1984; Schmidt, 1996; Dougherty, 2002);

en un país de altos niveles de analfabetismo, las imágenes de la caricatura llegan a una población muy amplia (Rius, 1984; Alvirde & Castro, 1996; Barajas, 2000);

la gente se ríe y se siente más grande que un gobierno que deja pocas oportunidades para la participación política (Schmidt, 1996; Reguillo, 1995; Juárez, 1992).

Muchos tienen sus teorías, pero pocos han preguntado a los que conforman el público de la caricatura. La meta de este estudio es precisamente hacer eso: acercarse al público de la caricatura política para saber cómo usa este género periodístico.

Con el entendimiento de la interacción entre la caricatura política y sus receptores en el contexto de la política mexicana, se puede proponer posibles aplicaciones del género - como un instrumento para animar la participación o la educación política, como una alternativa a la televisión para los participantes de la nueva “cultura de la imagen” o como un simple escape momentáneo de la realidad. En el camino propongo resolver la discordancia entre los que creen que la caricatura política es capaz de cambiar una sociedad por sus mensajes antigubernamentales y los que creen que la caricatura sólo sirve como una experiencia catártica que no motiva la gente a cambiar su propia situación, sólo de aliviar su frustración por un momento. Aunque es imposible sondear al público entero actual, por lo menos se puede hablar con una parte para dar una idea de su

interacción con el medio. Es lo que hice con esta tesis.

Cuando casi había terminado este estudio, un lector le escribió a Hernández:

Lo que ocurre en nuestro cielito lindo y querido es estrafulario: gobernantes estúpidos pero corruptos, empresarios ávidos de dinero y explotación, un montón de pobres y pare usted de contar. Tras la lectura de más malas noticias (que a mí me produce llagas en el estómago), voy a ver los monos y he ahí que... Eso que me había encabronado me hace reír, pero se trata de una risa amarga, llena de hiel; es una risa que no se sabe si proviene de la locura extrema o de la lucidez inusitada. El efecto cómico de los monos es como el efecto místico de una Epifanía: eso es el país, ay, eso es mi pobre país. Yo creo que alguien muy sesudo debería hacer un estudio sobre el mecanismo emocional de esos dibujitos o algo parecido (Morales, 2006).

Aquí presento... algo parecido.

1.1 Justificación

Considerado como el parte aguas de la caricatura política en México del siglo XX, el caricaturista Eduardo del Río García (1984, p. 160), mejor conocido como Rius, dice:

El periodismo crítico en nuestro país ha florecido siempre en torno a los caricaturistas. Los mejores ejemplos de ingenio, valor, amor a la patria y denuncia del mal, del abuso y la tiranía, han corrido a cargo de la caricatura, desde que el país adquirió categoría de nación.

Muchos autores proponen la centralidad de la caricatura en la cultura mexicana, apoyando a Rius, presentándola como una cualidad única del país. Como dice el investigador de la caricatura Arnulfo Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005): “En México se consideraría poco adecuado un periódico que no tiene caricatura. Es parte incluso de la imagen del periódico”. Hasta las publicaciones de ocho páginas para leer en el transporte público, como *El Tren* de Guadalajara, llevan caricatura. Aunque no hay estudios para distinguir si la caricatura es más especial en México o si juega un papel similar en otros países donde tiene una historia igual o hasta más larga,

como Inglaterra, Francia, los Estados Unidos, España o Italia, no hay duda de que la caricatura política en México tiene un puesto central en el pensamiento crítico, la democracia, la historia y el carácter de México. Por estas razones, el estudio de este tipo de expresión es muy importante como parte del entendimiento de los medios de comunicación en México.

Los académicos tienden a considerar a la caricatura como un "arte menor" o incluso "deleznable" y no toman en serio el estudio del humor (Velasco, 2004, p. 7). La literatura satírica se categoriza por muchos como de segunda clase y la falta de respeto para la caricatura es peor aún (Barajas, 2000, p. 17). México no es la excepción. Francisco Bulnes, escribiendo sobre la caricatura política en México en tiempos de Porfirio Díaz, dijo: "Se distinguía por [su] lenguaje tabernario, [su] calumnia fácil, [puesto que] educaba al pueblo... para hacer mingitorios con todas las urnas en que yacían glorias patrias" (citado en Barajas, 2000, p. 17). Algo similar dijo Raúl Fuentes, profesor distinguido de las ciencias de la comunicación del ITESO, en respuesta a las caricaturas de una revista producida por un estudiante suyo en los años 80 – José Trinidad Camacho Orozco, mejor conocido ahora como Trino, uno de los caricaturistas más seguidos en México (Trino, presentación de *El Libro Monero* y de la librería Clavigero, 15 de febrero, 2005). Carlos Monsiváis, escritor e intelectual de la cultura mexicana, dice: "desde el punto de vista del prestigio cultural no se toma en serio a la caricatura por su inclusión en el campo de humor, género [considerado] útil, pero ínfimo" (citado en Barajas, 2000, p. 17). No se puede decir que no haya documentación ni investigación sobre la caricatura política mexicana, sólo que es limitada. En contraste, un género semejante a la caricatura, la historieta, se ha estudiado mucho más. En particular, están los libros *Puros Cuentos I* y *Puros Cuentos II* de Armando Bartra y Juan Manuel Aurrecoechea que cuentan la historia de la historieta mexicana desde 1874 a 1950 (1988 & 1993).

A pesar de la manera en que la academia ha tratado la caricatura política, se ha puesto de moda en círculos intelectuales. Como dice Rogelio Naranjo (1998, p. 16), uno de los grandes caricaturistas mexicanos desde los sesentas: "el oficio de cartonista político es considerado un arte subalterno, que poco a poco ha ido ocupando un lugar digno dentro del medio". Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005) explica

un poco más del fenómeno:

Hay dos ciudades en México donde el movimiento es bastante fuerte – uno es Guadalajara, la otra es Monterrey. En Guadalajara es por el éxito de Jis, Trino y Falcón.¹ Pero en Monterrey hay una escuela donde se está produciendo una serie de dibujantes. [En Guadalajara] Es muy habitual que se vean ciclos de conferencias de caricaturistas en las secundarias. Llevan caricaturistas para hablar de su trabajo.

Es un fenómeno relativamente reciente porque todavía en los sesenta la palabra “caricatura” estaba cargada “por tonos peyorativos o, si acaso, condescendientes” (Monsiváis citado en García, 2003, p. 301). A pesar del respeto que ha ganado desde entonces y la popularidad de que ya goza, falta mucho por entender de la caricatura política en México.

Cuando Claudia Juárez Salazar entrevistó al caricaturista Pedro Sol para su estudio *¿De qué te ríes? Las caricaturas y su relación con el inconciente* (2000), Sol le dijo: “Me parece muy loable este trabajo puesto que son contados con los dedos de una mano los que se han preocupado por profundizar al respecto” (p. 82). Aunque Sol exageró, hay pocos estudios sobre la caricatura y casi todos hablan desde el lado de la producción -- semiótica de la caricatura, entrevistas con los caricaturistas, la historia de la caricatura -- y no de la recepción. No abordan directamente el tema del público de la caricatura política en México y su interacción con ella, aunque especulan mucho. Es común que la especulación sobre la audiencia viene de las reflexiones del propio autor sobre su experiencia como lector, como hace Juárez Salazar (2000), o reflejan lo que el autor quiere que sea el impacto de la caricatura, especialmente en recuentos históricos en los cuales es muy difícil saber cómo el público hubiera interactuado con la caricatura por no tener datos sobre ellos, sólo sobre lo que leía.

En cualquier medio masivo existe una brecha entre la intención del productor y el efecto que resulta en la audiencia (Thompson, 1995). Dentro del campo de la comunicación, esta brecha ha sido estudiada mucho en cuanto a la televisión, pero mucho menos en cuanto a la radio y todavía menos en cuanto a la prensa. En cuanto a la

¹ Tres caricaturistas que discuto más adelante.

caricatura política, casi no hay estudios. Si la caricatura política realmente es un "arma ideológica... desempeñando una función social de un poder y una eficacia casi ilimitada" (Alvirde & Castro, 1997, p. 95), se debe aprovechar de su poder de decir mucho con poco, llegar a las masas, y hacer a su audiencia reflexionar. Pero la caricatura podría fácilmente ser el opuesto. La popularidad de la caricatura política y otras formas de humor político pudieron haber crecido por sintetizar "la opinión política y establecer declaraciones políticas en un ambiente político donde la participación formal es indeseable o difícil" funcionando como "una expresión de resentimiento o la única forma de oposición política que uno tiene a la mano" (Schmidt, 1996, p. 79). En este caso, el humor político "es una expresión catártica y también un acto de autodefensa contra el abuso del poder" (Schmidt, 1996, p. 52) que consumirlo incurre pocos riesgos pero también disminuye la posibilidad de que su audiencia participe en la política de una manera formal.

Con este estudio abordo el uso de la caricatura política por su público. Pretendo contribuir a la literatura de la recepción de los medios con un estudio importante sobre la recepción de la caricatura política en México abordando en especial los temas de humor y la imagen en la prensa. Al igual que el estudio de Rosa Esther Juárez, *Las chapuzas del lector*, este trabajo se ubica en el espacio académico de la Maestría en Comunicación del ITESO. Como Juárez articula (1992, p. 19), la Maestría:

tiene interés por el estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural que conduzca a comprender con la finalidad de transformar... le interesa desarrollar una metodología comunicacional útil para la intervención y producción de situaciones de interpelación, en función de propósitos específicos.

Espero haber mostrado que así son mis intereses también.

1.2 La caricatura política: el término en sí

Antes de seguir, es esencial definir lo que quiero decir por la caricatura política en México. Empiezo con la caricatura política en general. Sigo por enfatizar la distinción entre el cartón editorial y la caricatura de una historieta. Termino por explicar mi interpretación de la caricatura política *en México*.

1.2.1 La caricatura política

En septiembre de 2005, unas polémicas caricaturas de Mahoma se publicaron en un periódico danés, provocando una virulenta reacción en el mundo islámico y una grave crisis entre el Occidente y el Islam meses después. Como resultado, debates intensos empezaron acerca de la libertad de prensa en combinación con el respeto a creencias religiosas.

Además salieron varios debates sobre el objetivo de una caricatura de los cuales el cartón de Figura 1.1 se hace parte. De ella se entiende que una caricatura culturalmente, étnicamente,

religiosamente y políticamente correcta no existe. La caricatura siempre toca por lo menos uno de estos temas y, con sus intenciones de crítica a través de burla, difícilmente puede considerarse correcto.

Rafael Barajas (2000, pp. 18-19), caricaturista mexicano mejor conocido como El Fisgón, toma esta interpretación de la caricatura al extremo:

Pertenece al género de los excesos y, para asegurar su eficacia, debe ser burlona, irónica, irreverente, iconoclasta, ácida, satírica, subversiva y – cuando el sujeto lo

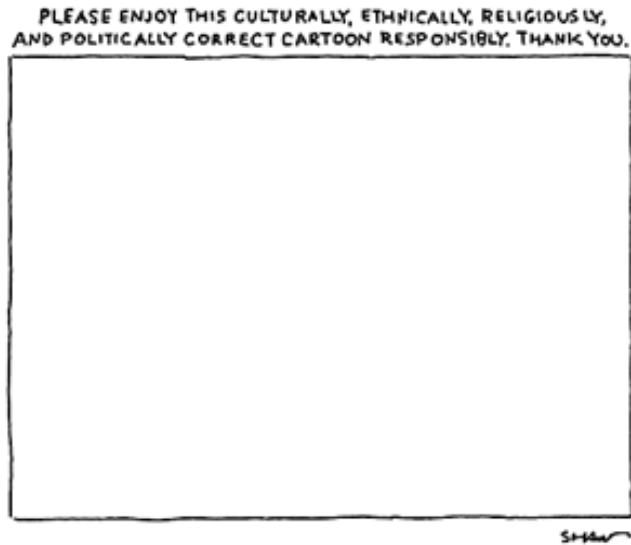


Figura 1.1 Cartón por Michael Shaw publicado en la revista *The New Yorker* el 27 de febrero, 2006. El título dice “Por favor disfruta este cartón culturalmente, étnicamente, religiosamente y políticamente correcto con responsabilidad. Gracias.”

amerita – debe incluso tornarse despiadada, cruel, violenta, intolerante y grosero... El procedimiento es casi un acto de exorcismo, con la diferencia de que la caricatura no busca extraer los demonios a su paciente, sino simplemente exhibirlos.

Aunque concuerdo con Barajas en parte, no toda la caricatura es tan fuerte. Una ilustración más completa de mi uso del término en este trabajo es la afirmación de Konrad Lotter (citado en Velasco, 2004, p. 15) que la caricatura:

modela la realidad de manera distorsionada, para expresar con medios estilísticos de simplificación los errores y debilidades de los hombres, las paradojas de las situaciones políticas o los defectos de las obras artísticas, para exponerlos así al hazmerreír y la burla. Su carácter fundamentalmente tendencioso la convierte en un medio de crítica y de enfrentamiento político.

Hay caricatura en muchas formas de expresión creativa, cómo escultura, dibujo, y hasta presentaciones en vivo, que se describen como caricaturescas. Pero aquí por caricatura política refiero estrictamente al dibujo con las características mencionadas, acompañado por poco o nada de texto.

Se entiende mejor el término de caricatura por estudiar su historia. Viene del italiano “*caricare*”, lo que significa exagerar y recargar. Los hermanos Carracci, pintores manieristas de fines del siglo XVI y principios del XVII, utilizaron el término por primera vez para referir a una técnica de dibujo que se burlaba de las exigencias de prestigio del *arte mayor*, una rebelión contra la academia y sus cánones estéticos (Barajas, 2000, p. 17). Las caricaturas políticas modernas emergieron con la combinación de dos estilos – la exageración de los italianos y la sátira de otros, en su mayoría ingleses y holandeses. Así desarrolló la tradición de deformar la fisonomía de un gobernante para hacer una reclamación política (Barajas, 2000, p. 18). Barajas describe el nacimiento de la caricatura política como un conjunto de esfuerzos en varias partes de Europa. En cambio, Rius señala un país principal por decir: “La caricatura política, la caricatura con intención social, nació en Francia. Podemos decir sin exagerar, que la caricatura fue una de las hijas que nos dejó la revolución francesa” (Rius, 1988, p. 17).

En México hay muchas palabras relacionadas con la caricatura política que a veces se usan para referir a la misma cosa: caricaturas, comics, cartones, monitos, y cartones editoriales. Sus productores son caricaturistas, cartonistas o moneros. La palabra “monito” es un término mexicano con la obvia referencia al animal, el mono – lo que significa que “moneros” son los que dibujan monos. En su origen la palabra fue despreciativa pero ahora los caricaturistas mexicanos la abrazan. Rius se considera monero, haciendo la distinción entre caricaturistas y moneros – tienen el mismo trabajo pero los moneros no dibujan bien (2004b, p. 234). La obvia interpretación de ‘cartón’ es que se deriva del inglés – cartoon – lo cual viene siendo las caricaturas de humor blanco y de animaciones. Otra posibilidad es que se usa por ser “un término que se utiliza habitualmente para definir el dibujo preparatorio para la realización de un mural, un mosaico o una tapicería” (Murray citado en Velasco, 2004, p. 21). ‘El cómic’ definitivamente es del inglés – comic – y es lo mismo que la historieta: “el uso sistemático de la narración secuencial... que intenta desarrollar un relato por medio de toda una secuencia de imágenes interrelacionadas” (Velasco, 2004, p. 28) en el formato de varias páginas o un libro. En contraste, la caricatura es una imagen que cabe en una página.

Aunque es común intercambiar las palabras cartón, monito, comic y caricatura, es importante señalar que los primeros tres refieren a un género más amplio dentro de lo cual la caricatura política se ubica con su elemento distintivo de crítica política y social. Streicher explica que la sátira en la literatura es como la caricatura en el arte visual, siempre con una connotación explícitamente negativa (1967, p. 431). Velasco provee una explicación excelente de esta distinción (2004, p. 24):

La caricatura política es la zona más agresiva de todo este sistema genérico. El dibujante político utiliza sus formas de expresión para hacer tomar conciencia a su espectador de las inadecuaciones, deficiencias, errores o incluso los crímenes cometidos por los individuos que detentan el poder en una sociedad determinada.

Los otros géneros tienden a ser neutrales, como las tiras cómicas de humor blanco de Pepita, Memín Pinguín o Tarzán.

Como Velasco hace en su estudio *Los avatares del mono* (2004, p. 39), señalo aquí que las distinciones que hago entre los términos son útiles esencialmente para la visión analítica. A continuación presento ejemplos de lectores que difícilmente pueden separar la obra de un “caricaturista político” de un “dibujante humorístico”. Las personas citadas en este texto usan varios términos en referencia a lo que yo aquí defino como la caricatura política. Personalmente, uso el termino “la caricatura política” o a veces “la caricatura” o “el cartón” para ahorrar palabras.

1.2.2 La historieta

La complicación que se presenta con el intercambio de términos en la discusión de la caricatura es que falta una distinción entre la caricatura del cartón editorial y la caricatura que se encuentra en un texto de historieta. Son tan similares y muy relacionadas pero el hecho de que la historieta provee su propio contexto, y el cartón editorial no, hace toda la diferencia.

La historia de la historieta en México es más fuerte incluso que la de la caricatura política. En su época de oro, durante los cuarentas y cincuentas, se publicaban millones de ejemplares y ganaban la reputación de motivar a la gente a leer, a pesar de su pobre contenido. Como dice Paco Ignacio Taibo II en el prologo del libro *El cómic es algo serio* (1982, p. 8): “la paradoja estriba en que logramos combinar el mayor consumo de historieta por habitante con la historieta de peor calidad del mundo”. Pero a pesar del alto consumo, la época se acabó a causa del bajo presupuesto para el pago de los dibujantes por lo que ya no se podía ganar la vida haciendo historietas (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). Sin embargo, la historieta tiene un reconocimiento especial en México, en particular por sus cualidades didácticas.

La Secretaria de Educación Pública (SEP) produjo una serie de historietas, *México, historia de un pueblo*, que cuenta la historia de México en 20 tomos. Tuvo participantes tan destacados como Paco Ignacio Taibo II en la dirección del proyecto, Guillermo Bonfil Batalla en el asesoramiento histórico y Armando Bartra en el argumento y guión (1982). Era el primer experimento de un gobierno en utilizar la historieta como un medio educativo (Rius, 1983, p. 99). Los políticos también han aprovechado de este género con costos de producción mínimos en comparación con la

producción de un anuncio televisivo. Como dice Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005):

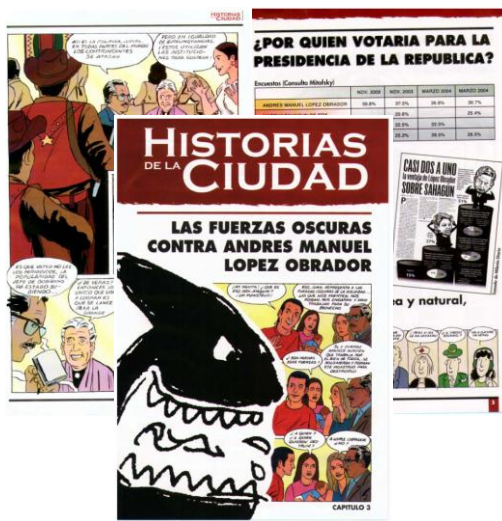


Figura 1.2 La portada y dos páginas del Capítulo tres de la historieta de Andrés Manuel López Obrador *Historias de la Ciudad*.

El PRI sacó una historieta que era la *Biografía de Labastida*. Luego el PAN sacó *Los Lobos de Fox*. Y este López Obrador sacó también la suya. Los tres partidos saben que la historieta es una forma de llegar a la gente. Lastima que ninguno de los tres hizo una buena... (ver Figura 1.2).

Aunque las historietas, hasta historietas didácticas, son como un primo muy cercano del cartón político, son tan diferentes hasta que Naranjo considera el oficio de

caricaturista político y de historietista como dos profesiones diferentes (1998, p. 10). Como dice El Fisgón:

La caricatura es en esencia un género de síntesis; lo es porque contiene lenguaje gráfico, de humor y periodístico; por lo tanto, funciona bien como recurso artístico, humorístico y didáctico. Sin embargo, la caricatura -por sí sola- no sirve para matizar, teorizar ni hacer reflexiones filosóficos. Para lograr esto, es necesario recurrir a la historieta, a los textos y ensayos ilustrados (citado en García, 2003, p. 227).

Por esas razones este estudio se concentra en el cartón editorial y no pretende abordarlo en conjunto con la historieta, aunque reconoce la interrelación entre los dos.

1.2.3 La caricatura política en México

En México, se encuentra la caricatura no sólo en los periódicos pero en todos los medios masivos. La mayoría de la caricatura política se publica en medios impresos como los periódicos, las revistas de sátira y libros de compilaciones o de las mencionadas

historietas didácticas. También se encuentran en medios electrónicos, que son la radio, la televisión y la Internet. Victor Monjaraz surgió a la fama con sus ilustraciones de los comentarios en un noticiero televisivo en la ciudad de México (Rius, 1984, p. 123). El telenoticiero Victor Trujillo, antes disfrazado del payaso Brozo y ahora como sí mismo, explica las caricaturas del día, dándoles el contexto que mucho del público falta para entenderlas. También se describe la caricatura del día en la radio, como se hace todos los días en el programa *Frecuencia Noticias* de la radio UdeG. Por Internet la caricatura pasa de una bandeja de entrada a otra con el *click* de un botón, por las páginas Web de los periódicos y por las páginas Web personales de los caricaturistas.

De allí, las caricaturas llegan a los espacios públicos, como las que presentaron en tamaño cartel El Fisgón y Helguera, otro caricaturista mexicano, en una manifestación en la sede del Partido Acción Nacional (Notimex, 2004b, ¶ 1), las que estudiantes pegan en las paredes de sus escuelas y las que se imprimen en playeras (Fran, comunicación personal, 4 de octubre, 2005). Un estudio del público de la caricatura tiene que tomar en cuenta los medios a través de que la gente lee el género pero tampoco puede incorporar el público de todas las caricaturas políticas que se producen en estos varios medios. Por esta razón, este estudio se concentra en la caricatura política que se publica cotidianamente en el periódico o semanalmente en revistas de política, conocido como el cartón editorial.

La limitante importante aquí es que las caricaturas en las que me enfoco pasan por algún proceso de aprobación por un director. No son de caricaturistas novatos que crean una página Web personal para mostrar su trabajo. Son caricaturas creadas dentro del contexto de medios impresos, lo que conlleva, en diferentes niveles, la responsabilidad y la presión de trabajar dentro de los limitantes de la ideología del periódico. Entonces, en un extremo hablo de censura y en el otro hablo de la responsabilidad de ser parte de un equipo. Se entiende mejor con las palabras de Diego Petersen, director de *Público*, el periódico del Grupo Milenio en Guadalajara (citado en Corral, 2001, p.115):

Hay una simbiosis intermedio entre periódico y periodista... sobre todo con el cartón político. Es un riesgo porque, finalmente, tú te la estás jugando, pues tu editorial más importante es el cartón político, no tienes remedio... No puedes decirle al cartonista político que la línea te la voy a dar yo, pues entonces acabas haciendo el viejo cartón

político, donde el director le dictaba. Tonterías espantosas. Pero de repente un cartón te puede meter en muchos más problemas que una nota.

Para hacerlo explícito, los cartones editoriales de Hernández salen en el periódico *La Jornada* (impresa y en Internet) y sus obras con Helguera salen en la revista *Proceso*. También se publican en el sitio con la dirección www.monerohernandez.com. Algunos se encuentran en www.cartonclub.com.mx. Puede ser que se mencionan en la radio, en la televisión o que alguien las pega en la pared de su escuela. Después de unos años es probable que se publiquen dentro de un recuento del sexenio por Helguera, Hernández y El Fisgón. Tal vez llegarán al Museo de la Caricatura en la Ciudad de México o una exhibición creado por Carlos Monsiváis y El Fisgón. Lo importante es que, originalmente, se crearon para una publicación.

Además, hablo aquí de la caricatura política “buena”. Es un término muy subjetivo pero se usa mucho entre los caricaturistas. Como explica Naranjo (1998, p. 15):

Hay una diferencia tremenda entre unos caricaturistas y otros. No quiero hacer escarnio de lo que algunos producen, pero de veras es muy malo. Por desgracia, muchos caricaturistas resuelven el problema de ganarse unos cuantos pesos, porque encuentran un filón y sin estar preparados lo agotan. Si al principio improvisaron algunos dibujos no vuelven a preocuparse por avanzar, adquirir nuevos conocimientos y cultivarse.

Hernández (comunicación personal, 10 de octubre, 2005) lo explica de una manera similar:

Yo creo que hay buenos y malos caricaturistas. Los malos caricaturistas son los que ejercen su oficio de manera descuidada, que no tienen rigor. Que no se comprometen con el oficio de la caricatura que es un oficio que implica tener los conocimientos reales del tema que se esta hablando... Entender que la caricatura es un género de política y es un género serio... Implica ciertos criterios periodísticos.

Lo que tomo de los comentarios de Naranjo y Hernández es la idea de una

responsabilidad de estar enterado, cultivado y riguroso de un sentido periodístico. Tiene que haber argumentos desarrollados para apoyar las opiniones que despliegan en sus cartones. Como lo explica El Fígón (citado en García, 2003, p. 240): “Un buen caricaturista debe ser un buen periodista: estar empapado de noticias, saber lo que está pasando; también necesita poseer una visión integral de México...”. Como consecuencia, en este estudio me concentro en “los grandes” de la caricatura mexicana, quienes vienen siendo los caricaturistas que han logrado publicar a nivel nacional o en las ciudades más pobladas.

2. El estudio de la recepción y del humor

Este estudio se encuentra dentro del sub-campo de investigación de la recepción, una parte del campo académico de la comunicación. Con un conocimiento de este campo, se puede entender y ubicar mejor los resultados. He podido diseñar mejor este estudio reflexionando sobre los proyectos y consejos de investigadores con trayectorias semejantes a la mía. Empiezo este capítulo con un repaso breve de cómo el campo de comunicación llegó al modelo de “usos y gratificaciones” dentro de los estudios de recepción. Argumento que el campo no ha llegado a una teoría de la recepción de la caricatura política. Finalizo con dos estudios que son precursores del mío.

2.1 El camino a “usos y gratificaciones”

Al principio de los estudios de la comunicación existía el antiguo paradigma de la comunicación masiva de un proceso lineal entre la fuente y el receptor (emisor - estímulo - receptor – efecto) con un receptor inerte, pasivo y vacío psicológica y culturalmente (Fuenzalida, 2002). En este modelo, el medio es virtualmente omnipotente, a veces con una capacidad de manipulación del estilo de lavado de cerebro. Con los estudios de la recepción, este concepto del receptor cambió radicalmente al entender que el nexo entre los medios y la audiencia es complejo y mediato, no simple ni directo. Había que tomar en consideración los múltiples factores que intervenían entre los medios y cada miembro de su audiencia. El receptor activo, contemplando los mensajes en comparación con sus experiencias previas, suele interpretar el mensaje de una manera diferente que otro receptor (Morley, 1998). Se llegó a aceptar que los medios no sólo están lejos de poseer un poder de persuasión autónomo pero puede que apenas refuerzan disposiciones previas. Es decir, satisfacen una gran diversidad de “usos y gratificaciones” de las personas que reciben mensajes mediáticos de una manera selectiva, “pasando por alto o reinterpretando sutilmente aquellos mensajes que resultan hostiles a sus puntos de vista particulares” (Counihan citado en Morley, 1998, p. 116).

La teoría de usos y gratificaciones se estableció en los años setenta y plantea la pregunta: ¿qué hace la gente con los medios de comunicación? en vez de: ¿qué hacen los medios a la gente? (Mattelart, 1995; Morley, 1996). Orozco (2000, p. 18-19) articula el cambio que esto causó en la investigación de la recepción televisiva en América Latina:

De las clásicas preguntas de paradigmas anteriores con respecto a la recepción televisiva en particular: ¿qué ven los televidentes, cuándo lo ven y cuánto ven?... en los estudios de recepción de los medios en América Latina se han planteado preguntas como las siguientes: ¿cómo ven televisión los televidentes?, ¿para qué y por qué ven lo que ven?, ¿qué se produce de lo que ven y qué usos dan a lo que ven? y ¿qué mediaciones se ponen en juego, con qué segmentos de audiencia, con qué resultados?

En este estudio, abordo las mismas preguntas pero en relación a la caricatura política. Comparto el interés del modelo de usos y gratificaciones por la función que cumplen los medios como parte del ritual de la vida cotidiana (Morley, 1998). Concuerdo que el texto en cuestión no se puede considerar aislado de sus condiciones históricas de producción y de consumo. Por esa razón incluyo el capítulo tres, una revisión de estas condiciones de la caricatura política en México.

No creo que se pueda entender, a partir de las características textuales, el sentido que se produce en el encuentro entre el texto y el sujeto. No es satisfactorio que un analista llegue a conclusiones sobre el significado de una muestra de algún género mediático y haga generalizaciones sobre la importancia cultural del género sin haber hablado con los que conforman su público (Radway, 1984). Esta es una de mis críticas de la concepción de la influencia de la caricatura política en México, que se ha creado primariamente a través de conjeturas sobre la caricatura política del pasado; no hay relatos del público de la caricatura política en el siglo XIX. Todo se extrapola de las caricaturas que han prevalecido.

A pesar de mi decisión de usar esta teoría como pauta para mi estudio, reconozco que el modelo de usos y gratificaciones ha recibido críticas. Por anclarse en la gratificación de las necesidades del receptor, no toma en cuenta los factores socioculturales que influyen la elección de un medio y acentúa las diferencias

individuales de interpretación (Vázquez Muñoz, 1993; Morley, 1996). En este estudio, trato en lo posible de considerar a los receptores no como individuales sino como actores dentro de un contexto sociocultural que participan de una misma manera de hacer sentido de lo que ven, escuchan o leen.

Una pauta adicional para estudiar la audiencia de la caricatura política es el vínculo policromático que propone Orozco en su libro *Televisión, audiencias y educación* (2001). Considera usos y gratificaciones dentro de “la mediacidad”: lo propio de cada medio como tal concepto acuñado por Orozco. La pauta incluye la lingüística televisiva, la mediacidad televisiva, la tecnicidad televisiva y la institucionalidad televisiva. El uso de esta pauta requiere un vocabulario nuevo: en lugar de televisiva sería algo como característica política, pero el vocabulario es secundario. Lo importante es en qué consiste cada elemento.

El elemento “lingüístico” trata de la gramática de la caricatura, una mezcla de la gramática de la palabra escrita y la de la imagen. Este elemento ha sido desarrollado por varios estudios que discuten la caricatura política como objeto. Un ejemplo es el estudio de Alba (1967). Otro es la teoría de Streicher (1967). El problema es que estos estudios son aproximaciones al estudio de la imagen y falta mucho para entender su combinación con la palabra. Aunque el elemento lingüístico es importante, no es central en esta investigación.

“La mediacidad” sí es central y considera los hábitos y costumbres de la audiencia con el género. Puede ser que el género se use como un pasatiempo o como “el postre” guardado para ver después de leer lo demás del periódico. O tal vez se encuentre casualmente cuando el lector busca otra información en el periódico o que sea la primera cosa que el lector busca al tener el periódico en las manos. Quizás las caricaturas se ven todos los días o una vez a la semana o al mes.

El próximo elemento es “la tecnicidad”. La tecnicidad de ser receptor de la caricatura política tiene que ver con el acto de hojear el periódico o navegarlo por Internet. Diferente que un libro, que usualmente se lee de portada a contraportada en la orden de las páginas, pocas personas leen el periódico así. Cambian de tema con el cambio de artículo o hasta revisan varios periódicos a la vez.

El elemento de “la institucionalidad” tiene que ver con el periódico como una institución social: una industria cultural que es producto de una empresa. Cualquier empresa tiene alianzas económicas y políticas. En el caso de la caricatura política, como cualquier material de noticias, las alianzas pueden determinar el material. Explico enseguida cómo la prensa de México ha pasado por etapas de apertura muy fuertes pero siempre habrá limitantes a lo que se puede publicar.

Cambiando enfoques para enfatizar las mediaciones de la caricatura política, hay que considerar su recepción del primer orden, la experiencia de consumirla (dónde la ves, con quién la ves, cuánto tiempo tienes para verla), y su recepción de segundo orden, el contacto indirecto con la caricatura política (pensando en la imagen en un momento aparte de verla, una conversación con alguien más sobre la caricatura, etc.). En las entrevistas con el público, exploré los tipos de mediaciones por preguntar sobre la experiencia de ver la caricatura y la frecuencia con que se platica sobre ella.

En su mención del libro *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín Barbero (1998), Orozco (2000) articula una de las cualidades elementales de la recepción: "permite explorar la cultura y la comunicación de manera conjunta" (p. 14). En los casi veinte cinco años de su desarrollo, los estudios de la recepción han sido numerosos, con un interés principal de "investigar para intervenir", un interés que yo comparto (Orozco, 2000, p.19). Como Kaplún, veo la investigación de la recepción "como una alternativa para llegar a un conocimiento que pudiera ligar al inconsciente colectivo con la cultura, la educación y la participación ciudadana" (Orozco, 2000, p. 23).

2.2 La recepción de la caricatura política

La recepción de la caricatura política se ubica dentro de la recepción de la prensa, por ser publicada en los periódicos, pero requiere una teoría más amplia que las del lector de la palabra por ser un género basado en la imagen. La caricatura política que considero en este estudio no se puede ubicar dentro de las teorías de la televidencia por faltar el elemento audiovisual², aunque las discusiones del elemento visual, de la imagen, en las teorías de la televidencia ofrecen pistas.

² Reconozco que existe la caricatura política audiovisual, por ejemplo *Marionetas* del caricaturista Mario Netas que se publica semanalmente en la página Web del Grupo Reforma. Pero mi enfoque no la considera.

La caricatura política sí cabe dentro de una teoría de la división del trabajo en la labor noticiosa de los medios como parte del medio impreso: "la radio *avisa*, casi simultáneamente, de la ocurrencia de un acontecimiento, la televisión *muestra* los sucesos;... Y...el medio impreso sería capaz de *explicar*, siempre posteriormente, lo que sucedió, ampliando la información, proporcionando antecedentes y contexto, etcétera" (Sánchez Ruiz, 1994, p. 165-166). Por ser un género que utiliza imágenes acompañadas por la palabra escrita dentro del medio de la prensa, específicamente el periódico, la caricatura política no cae perfectamente dentro de ninguna teoría de los medios, pero puede aprovechar de una combinación de muchas.

Como señala Orozco, una buena parte de la investigación en recepción latinoamericana está centrada en niños, y particularmente en la vinculación recepción televisiva - desarrollo educativo. Existen estudios de la recepción de radio, de lectores de textos y de la prensa, pero muy pocos. También existen varios textos sobre la imagen en sí, pero raramente se tratan de su recepción. Son más de su producción y posible influencia.

El único texto que he encontrado sobre la recepción de algo similar a la caricatura política en México es la tesis de maestría de Zoraida Vázquez Muñoz titulada *Estudio de recepción de cómics de contenido social entre estudiantes universitarios del ITESM, Campus Monterrey* (1993). En su estudio, la autora guía dos grupos de discusión de seis estudiantes. Un grupo consiste en estudiantes que tienen mucho contacto con los comics de contenido social mientras el otro grupo casi nunca los lee. Se concluye:

los comics de contenido social estimulan el sentido crítico de los estudiantes, les sensibiliza sobre la problemática social, les brinda conocimientos y la oportunidad de tener una visión más amplia sobre la vida... cumplen con las funciones de informar y concienciar a sus lectores sobre la problemática social existente, proporcionando con sus mensajes un estímulo a la reflexión, la crítica y el análisis, reforzando de esta manera, las teorías propuestas por los culturalistas (1993, p. vii).

Aunque Vázquez Muñoz es consciente de que su estudio es apenas un acercamiento a un entendimiento de la recepción de los comics de contenido social, su estudio es importante

en el desarrollo del campo.

Una diferencia substancial entre su estudio y el mío es que Vázquez Muñoz tenía como sujetos estudiantes de una universidad, igual que Juárez y una gran mayoría de otros estudios. Mi interés está en un público más general, por edad y por ubicación. También Vázquez compara un grupo de lectores con un grupo de no lectores. Mi interés está en los lectores para saber qué es lo que les atrae al género y como lo usan, en comparación con las intenciones del productor. Otro detalle importante es que Vázquez habla de los comics de contenido social, no la caricatura política, aunque nunca define bien el término “cómic” y lo intercambia con el de “caricatura” e “historieta”. Hay varias tesis escritas por estudiantes de licenciatura y maestría en México de muy buena calidad, pero no tratan de la recepción.

Es importante considerar aquí las reflexiones críticas de Sartori y Postman sobre el empobrecimiento intelectual del ser humano por su contacto con los medios audiovisuales, en particular la televisión (Sartori, 1998; Postman, 1991). Los dos expresan su preferencia por la palabra. La caricatura política está entre la prensa y la televisión, y muy lejana de la radio. Usa palabras e imágenes pero presentados de una forma humorística, basados más en la imagen que otros elementos del periódico. Esta cualidad la acerca a la televisión, un medio que se asocia más con el entretenimiento que con la seriedad e información del periódico. Con esta investigación, pretendo descubrir si la caricatura política puede ser un balance entre los dos medios, ofreciendo la posibilidad de la recepción crítica que personas como Sartori y Postman dudan que sea posible con la televisión, pero con la base en la imagen que ya es tan necesaria para las culturas que han crecido con la televisión y no se acostumbran a leer. Esta idea se relaciona con la de infoentretenimiento. También da pistas de como usar la caricatura para enseñar las ciencias políticas, la historia y otros elementos de las ciencias sociales, por su presentación agradable y discusión de temas importantes (Heitzman, 1979).

2.3 Precursores

Aquí hablo de dos textos que no tienen que ver con la caricatura política pero son precursores importantes del sub-campo de la recepción. Uno es *Desesperadamente buscando la audiencia* de Ien Ang. Aunque se trata de televidentes, muchas de las ideas

de Ang sobre las audiencias de la televisión coinciden con las mías sobre las audiencias de la caricatura. Ella sostiene que “existe una disparidad entre la práctica cotidiana y el discurso oficial o profesional [en relación a la televidencia]”³ (1991, p. 2). Su libro pretende retomar esta falta de equilibrio y desarticular el proceso institucional para empezar a quitarse su influencia y mejorar el entendimiento de las realidades cotidianas de la televidencia. Ang (1991) designa el discurso oficial o profesional como el punto de vista institucional, desde las compañías mediáticas cuyo interés es “entregar las audiencias a los anunciantes”⁴ (p. ix) y definen a la audiencia por “lo que quiere”⁵ (p. 21). La autora sugiere el desarrollo más extenso de un entendimiento etnográfico de las audiencias televisivas.

Como Ang, yo creo que haya una disparidad entre la práctica cotidiana de ser un receptor de la caricatura política y el discurso oficial, pero en contraste, el discurso oficial de la caricatura no es desde un punto de vista institucional pero sí desde los caricaturistas y los estudiosos de la caricatura. Como Ang, yo retomo esta falta de equilibrio en mi estudio pero no es mi objetivo central sino un marco teórico con el que se puede entender mejor los resultados. En vez de enfocarme en los huecos evidentes en el discurso oficial, brinco al paso que Ang sugiere – un entendimiento etnográfico de las audiencias de las caricaturas. Es decir, el estudio de Ang termina donde el mío empieza. Como resultado, no me pudo apoyar en lo metodológico, sólo en lo teórico. Por eso es importante discutir *Reading the Romance*⁶ de Janice A. Radway, un estudio de mujeres fanáticas de las novelas románticas en un pueblo estadounidense llamado Smithton.

El estudio de Radway está inspirado por el deseo de trabajar con sujetos verdaderos para poder reemplazar interpretaciones intuitivas de los estudios culturales con una etnografía empírica del acto de leer. Radway distingue entre el acto de leer y el texto que se encuentra en el proceso. Critica a otros críticos literarios por tender a:

moverse inmediatamente de interpretaciones textuales a explicaciones sociológicas.

[Como resultado] concluyen fácilmente que los cambios en cualidades textuales o

³ This is... a profound disparity between everyday practice and official or professional discourse.

⁴ delivering audiences to the advertisers

⁵ what the audience wants

⁶ *Leyendo el Romance*

popularidad genérica tiene que ser el resultado simple y directo de cambios ideológicos en la cultura estudiada⁷ (1984, p. 19).

En contraste, Radway busca saber la manera en que las lectoras entienden por ellas mismas cómo se benefician por leer novelas románticas y que se puede descubrir de las prácticas de recepción y su entendimiento personal sobre las implicaciones tácitas e involuntarias.

A diferencia de todos los estudios que menciono aquí, *Reading the Romance* es de una tradición de estudios culturales, no de estudios de comunicación. Aunque ya se considera como un pilar en los estudios de la recepción, viene del campo de estudios de la cultura norteamericana, lo cual se fundó en base del estudio de textos literarios. Los hilos de estudios culturales que apoyan todo el texto de Radway son importantes, porque los mismos se encuentran en mi propio estudio, sólo que el mío es de la cultura mexicana.

Las semejanzas entre nuestros estudios son muchas: hablo con miembros de un público en un esfuerzo por probar conjeturas intuitivas sobre ellos y me interesa tanto por el acto de leer las caricaturas que por la interpretación del contenido. Así mismo, mi formación académica es en estudios culturales, específicamente de los estudios de la cultura norteamericana, y la maestría que da contexto a esta tesis tiene un enfoque en la cultura. Así que las teorías metodológicas del estudio coinciden con las mías, algo que discuto más adelante.

En sus conclusiones, Radway reconoce que muchos de sus sujetos consideran el acto de leer la novela como “una declaración de independencia”⁸ (1984, p. 7). Este acto muestra su insatisfacción profunda con sus opciones heterosexuales, dándoles lo que sus vidas no les dan: compañía, conversación, cariño. Pero escapar de un problema no es igual a resolverlo. Como las mujeres satisfacen sus necesidades por el acto de leer novelas románticas no demandan esta satisfacción en sus vidas reales. Esta teoría de escape es muy similar a las teorías de humor político que esbozo en la siguiente sección

⁷ move immediately from textual interpretation to sociological explanation, they conclude easily that changes in textual features or generic popularity must be the simple and direct result of ideological shifts in the surrounding culture.

⁸ declaration of independence

2.4 Unas teorías del humor

La probabilidad de que un enfermo feliz se mejore es mucho más grande de la de un enfermo deprimido. Por eso los payasos tienden a frecuentar los hospitales de niños. En los últimos 20 años, estudios de psiconeuroinmunología (PNI) han mostrado que las emociones causan un cambio químico en el cuerpo – y viceversa – lo cual tiene muchas consecuencias a la salud (Juárez, 2000, p. 28). Los efectos de alivio de prácticas espirituales, como yoga o tai chi, pueden ser explicados con bases en PNI para entender cómo los seres humanos pueden controlar sus emociones (Pert, 1997). Se sabe que la risa ayuda a que circule más oxígeno, lo que puede hasta quitar dolor o acabar con un espasmo. Pero, además activa “la química para la voluntad de vivir” (Juárez, 2000, p. 28).

Uno de los primeros teóricos del humor, y por consecuencia uno de los más citados del tema, es el psicólogo Sigmund Freud, quien explica el humor en términos del consciente e inconsciente: “El chiste se produce cuando un pensamiento preconsciente es elaborado por el consciente y el resultado por la percepción consciente” (citado en Juárez, 2000, p. 27-28). Igual de filosófico es Bajtin: “La risa superó no sólo la censura exterior sino ante todo el gran censor interior, el miedo a lo sagrado, la prohibición, el pasado, el poder, el miedo anclado en el espíritu humano desde hace miles de años” (citado en Reguillo, 1995, p. 312).

El humor ha sido señalado como algo inherentemente mexicano por varios estudiosos del humor mexicano. Angélica Juárez Salazar, en su estudio de explicaciones psicológicas del humor mexicano (2000), dice que por naturaleza el mexicano es “orgullosamente jocosos, ingeniosos, chistosos. Forma chistes de una manera impresionante. Se podría afirmar que es único en el mundo por estas razones” (2000, p. 24). Samuel Schmidt, autor de *Humor en Serio: Análisis del chiste político en México*, proclama que el mexicano “se ríe de todo: la vida, la muerte, la tragedia, el sexo, la Iglesia” (1996, p. 22-23). Los estudiosos del humor mexicano nos dicen que esta población se ríe tanto, no sólo por su psicología ni su PNI, sino también por su política.

Rossana Reguillo, una investigadora que analizó las respuestas a las explosiones del 22 de abril de 1994 en Guadalajara, dice que “la risa también es una forma de libertad. Es una estrategia de resistencia cultural” (1995, p. 302). ¿Pero para qué

necesitan los mexicanos una forma de libertad si ya son libres? ¿Si ganaron su independencia hace casi dos cientos años? ¿Si lucharon por sus derechos en la revolución de hace casi cien años? Porque, a pesar de su dicha democracia, México tiene un régimen autoritario dentro del cual hay pocas posibilidades de influir o cambiar aspectos del gobierno que les parece a los ciudadanos rechazables. Como resultado la única forma de oposición política que el mexicano tiene a la mano es... el humor (Schmidt, 1996).

Schmidt dice que "para los dominados, la risa puede ser tal vez el único instrumento para disentir y... no conlleva riesgos... El chiste político es una expresión catártica y también un acto de autodefensa contra el abuso del poder" (1996, p. 52). Pero no hay que asumir que un pueblo que se ríe es un pueblo alegre. Puede que disfrace la verdadera seriedad de un asunto que no se sabe afrontar con claridad por reírse de él. "Reduce la capacidad de la gente para oponerse al poder al promover la desmovilización. El individuo al que solamente le queda el humor como forma de participación reduce su participación formal en la política" (Schmidt, 1996, p. 65). O como dice Juárez:

El chiste, las caricaturas, la risa y el humor, sin duda, tienen un valor terapéutico, sobre todo en momentos difíciles, pero una sobredosis de estos sólo es una clara expresión de motivaciones primitivas, de evasión, que impiden a una persona o incluso una sociedad, de resolver una situación real (2000, p. 119).

¿Es el acto de disfrutar la caricatura política con regularidad una manera de evitar la resolución de la situación real del país? Con este estudio pongo a prueba estas teorías del humor político. Por aprender de las prácticas de uso, propongo consideraciones sobre el papel del humor político a través de la caricatura política en México.

3. La caricatura en México

Afortunadamente, hay numerosos estudios de la historia de la caricatura en México. No pretendo resumirlos aquí sino dar el contexto necesario para entender la caricatura de hoy. Incluyo una muestra de la obra de los caricaturistas más prominentes actualmente en México con la intención de respaldar los comentarios de mis entrevistados sobre ella. Concluyo con una discusión acerca del proceso de publicación.

3.1 Antecedentes

En su introducción a *El Libro Monero*, Juan José Doñán ubica el nacimiento de la caricatura en México en los tiempos de las culturas prehispánicas. Menciona “el acendrado y reconocido gusto que los mexicanos hemos tenido, desde tiempos remotos, por ver representada nuestra realidad, nuestros sueños y fantasías, incluidas las devociones, por medio de imágenes y figuras” (2004, p. 11). Sostiene que los frailes evangelizadores se aprovecharon del “gusto innato de los antiguos mexicanos por los monos” (pp. 11-12), usándolos para representar a San Isidro Labrador y a la Virgen de Guadalupe en sus esfuerzos de convertir la población mexicana al catolicismo.

Pocos estudiosos de la caricatura consideran las imágenes de los prehispánicos como caricaturas, aunque, en su recuento de la historia de los moneros mexicanos, Rius refiere a los caricaturistas como los modernos tlacuilos – tlacuilos siendo los dibujantes de los códices aztecas (2004b, p.11). Casi todos ubican el inicio de la caricatura en México en la segunda mitad del siglo XIX, como Doñán (2004) hace eventualmente. Hasta ahora, la primera caricatura mexicana conocida que apareció en un medio periodístico fue hecha por Claudio Linati, un litógrafo italiano, y se encontró en la revista *El Iris* de la ciudad de México en 1826 (Rius, 1984 y 2004b; Velasco, 2004; Barajas, 2000). Antes hubo muchas caricaturas que se hacían en hojas volantes o se pegaban en las paredes atacando a funcionarios, dando una edad a la práctica de por lo menos 200 años. Por ejemplo, se sabe de una caricatura del virrey Bernardo de Galvéz que fue colocada en la puerta del palacio en el año 1785 (Rius, 1984, p. 7).

Como se ve desde su inicio, la caricatura se ha encontrado en varias fuentes – empezando con folletines, y regresando a ellos en algunos momentos, después en revistas

de sátira, y eventualmente en los periódicos antes de lanzar a la radio, la televisión y la Internet. Aunque su inicio se documenta mucho antes, su tradición como un arma política que se ve hoy no se estableció hasta el porfiriato. En esta época, la caricatura política se usaba por los liberales para comunicarse con las masas a través de revistas escondidas, folletos, carteles y hojas volantes. Escogían la caricatura como su fuente por el uso de la imagen, la única manera de comunicarse con la población analfabeta, la cual llegaba a 83% de la población en 1908 (Rius, 1978, p. 51; Doñán, 2004; Barajas, 2000). Sin poder leer, uno no compra un periódico ni una revista. Además, las revistas no duraban (ni duran) mucho tiempo. Si no se cierran por censura - como ocurrió con casi todas las revistas en tiempos de Porfirio Díaz y otros presidentes autoritarios - se cierran por no tener el apoyo económico suficiente.

Al principio, los caricaturistas no dibujaban sus propias ideas sino las de sus patrocinadores. No se gana bien cuando se apoya causas como la revolución mexicana, pero se gana MUY bien cuando se apoya a personas como Porfirio Díaz. Por ejemplo, José María Villasana (1848-1904) terminó su carrera haciéndose rico y como diputado por haber hecho caricaturas contra Lerdo de Tejada a favor de Díaz. La famosa revista *Multicolor* fue propiedad de un español porfirista quién patrocinó las páginas llenas de ataques contra Madero. En los años treinta varias revistas de humor político aparecieron, patrocinadas por candidatos para la presidencia para atacar a sus enemigos. No fue hasta los años 50 que otros países empezaron a participar, cuando la embajada de los Estados Unidos orquestó una campaña difamatoria contra el gobierno reformista de Jacobo Arbenz de Guatemala. Los caricaturistas que participaron fueron apodados “Los Siete de la Embajada” (Rius, 1984, p. 82).

El riesgo de publicar o circular las ideas propias de un autor depende del nivel de libertad de prensa. Daniel Cabrera estuvo en la cárcel más de 100 veces antes de la destrucción de los talleres de su revista *El Hijo del Ahuizote* en 1903. Jesús Martínez Carrión, nieto del héroe de Guanajuato – El Pípila, murió de fiebre tifoidea en 1906 en la cárcel de Belén en la ciudad de México, un mártir de la revolución. Rius fue secuestrado en 1969 por su trabajo contra el 2 de octubre de 1968, siendo la única persona secuestrada por ordenes de Echeverría quién sobrevivió (Rius, 2004b, p. 142).

En periodos de mucha libertad, irónica pero lógicamente, salen más críticas en la prensa nacional sólo porque el gobierno las aguanta, no necesariamente porque el gobierno es peor que el anterior o siguiente (Rius, 1984; Barajas, 2000). Por esa razón, no se debe confiar demasiado en un estudio de puras caricaturas para entender el pensamiento de la gente de la época porque las críticas a veces reflejan más sobre el nivel de la libertad de prensa o del apoyo económico de los políticos que de la opinión pública. Había mucha libertad de prensa en tiempos de Madero y Cárdenas, pero muy poca en tiempos de Díaz, después de Huerta, y con Echeverría. En tiempos de mucha represión, la caricatura sigue, pero muy escondida o no es política.

Durante el régimen avilacamachista empieza un nuevo tipo de censura – la autocensura – que viene de las publicaciones mismas por ser subvencionadas por el gobierno o apoyadas en la publicidad de las compañías norteamericanas. Abel Quezada fue el primer renovador de la caricatura mexicana, imponiendo un nuevo estilo de cartón, “predominantemente humorístico y hasta iconoclasta; por primera vez alguien se reía de los políticos...” (Rius, 1984, p. 86). La caricatura política ha ido y venido en México en conjunto con la apertura dada por cada sexenio pero desde 1968 los cambios en el país y en los medios han hecho posible que se quede. Estos eventos fueron precursores al *boom* en la caricatura de los años 80.

3.2 1968

En su ensayo “Los Medios de Comunicación masiva en México, 1968-2000”, Enrique E. Sánchez Ruiz (2005) esboza los cambios en los medios durante este periodo. El periodismo escrito transformó del predominio de una prensa gubernamental y acrítica a una relativamente más plural, independiente y crítica. La radio ganó mayor relevancia en el espacio público, desde simple compañía musical al informador cotidiano hasta, en ocasiones, dando voz a la ciudadanía. A diferencia, la televisión mexicana se desarrolló de una manera extremadamente concentrada, casi monopólica, y centralizada. La diferencia importante es que hay algo más de 25 millones de televisores en México. Es decir, uno por cada cuatro habitantes. En cambio, hay un lector de diarios por cada 20 habitantes de la ciudad de México, y las cifras son peores en provincia (Trejo, 2001).

La consciencia y frustración que resultó a partir de la matanza de Tlatelolco en 1968 fomentó un compromiso por parte de varios periodistas de avanzar la crítica política en los medios. Este compromiso se reflejaba en publicaciones como *Política, ¿Por qué?*, *El mitote ilustrado* y *La Garrapata*, la última que creó Rius específicamente en reacción a los eventos del tiempo. En adición, Rius y Vadillo empezaron a publicar caricaturas en *Siempre!*, la primera publicación comercial, no-partidista que publicaba caricaturas con temas demasiado controversiales para los periódicos. Muchos indican el inicio de la ruptura en la caricatura política con estos esfuerzos de Rius y Vadillo, y profundizada después por Naranjo, Helio Flores y Magú en estas y otras publicaciones (Barajas citado en García, 2003, p. 229).

Como casi todo en México, la caricatura política se produjo primariamente en la ciudad de México. Paradójicamente, la gran mayoría de los caricaturistas no son, ni han sido de la capital, pero han emigrado allí en búsqueda de oportunidades. En los ochenta casi todos los caricaturistas de provincia emigraron a la capital a trabajar y la única revista de humor publicada fuera de la capital se publicaba en Guadalajara. Esta revista, *Galimatías*, apareció en 1982 y fue central en la historia de la caricatura y el movimiento monero en Guadalajara. Hecha por Jis, Trino y Falcón, ofreció un nuevo estilo de humor que siguió en el periódico *Siglo 21* y su suplemento *Tu hermana la gordota*. Jis y Trino crearon su propio fenómeno dentro del cartón mexicano por abrir un espacio para el humor grafico no específicamente político. Aunque muchos defienden su trabajo como parte de la caricatura política, especialmente el trabajo de Trino (S. Schmidt, comunicación personal, 18 de julio, 2005), ellos se autodefinen como caricaturistas no políticos y así los considero en este estudio (en García, 2003).⁹

El incremento de producción de revistas y suplementos en conjunto con una apertura en las líneas editoriales de los periódicos creó un *boom* en la caricatura política que se siente ahora. En los años setenta, los diarios contaban con uno o dos caricaturistas. Actualmente, cada diario tiene más de tres y a veces hasta seis o siete caricaturistas y

⁹ Jis explica: “Yo no soy un caricaturista político. Me describiría más como un monero de la cuestión existencial, de la vida interior y de los traumas personales. Mis temas son más íntimos y van desde los alucines metafísicos, psicodélicos, cósmico-privados, hasta la descripción de la vida de todos los días, lo cotidiano, los momentos triviales, la relación de pareja, el cotorreo con los cuates, el desmadre, la hueva” (Jis en García, 2003, p. 254).

existen más periódicos en comparación con 30 años atrás. Otra tendencia nueva es en la motivación de los caricaturistas, como dice Rius: “Creo que la bohemia entre los moneros ha desaparecido y hay más sentido de responsabilidad. Ahora tienen más cancha donde moverse, menos censura y más posibilidades de decir lo que quieren” (en García, 2003, p. 53).¹⁰ En el pasado había “muchos caricaturistas, generaciones enteras, que hacían su trabajo de rodillas, esperando que les cayera el cheque” (Falcón citado en Corral, 2001, p. 94). Pero ahora no es igual. “Si bien sigue ocurriendo, ya no es la pauta general, sino la excepción. Finalmente se ha conseguido dignificar la profesión. Gracias al trabajo de diversas generaciones de caricaturistas honestos, el "chayo" ya está en vías de extinción” (Barajas citado en García, 2003, p. 226).

A pesar de la cantidad de periódicos con que se cuenta en el país (mucho más que 300), menos de 50 tienen “auténtica presencia pública, local o nacional, debido a su cantidad de lectores o a su capacidad para contribuir a la definición de la agenda pública” (Trejo, 2001, p. 2)¹¹. Este hecho es debido a que centenares de revistas y diarios se mantienen con la publicidad estatal que reciben a pesar de imprimir pocos ejemplares y faltar relevancia y calidad profesional. De ellos, son los más independientes que presentan las expresiones diarias de los caricaturistas “buenos”.

Abajo doy el contexto de los periódicos más importantes con los caricaturistas que, en los últimos meses del año de 2005, publicaron a nivel nacional. También incluyo un grupo pequeño de caricaturistas que publican o han publicado en varias ciudades en reconocimiento de su influencia en la caricatura mexicana y, en especial, su influencia en mi trabajo a partir de las ideas que me compartieron en entrevistas exploratorias que hice al inicio de mi investigación. Puede que haya otros caricaturistas en otras partes de México con más prestigio e influencia que ellos, pero por su ubicación en Guadalajara ellos son los que más han influido este estudio. También se encuentran aquí Jis y Trino porque, a pesar de no ser caricaturistas de temática política, los entrevistados los mencionan tanto que es importante identificarlos formalmente.

¹⁰ Hasta el propio Rius ha trabajado “casi a la sombra del PAN” como “su caricaturista oficial en la revista *La Nación*” sin ser miembro del partido (Rius citado en García, 2004, p. 41).

¹¹ “Casi una décima parte de esos impresos se publicaban en el Distrito Federal y nueve de los diez con mayor tiraje también eran capitalinos” (Sánchez Ruiz, 2005, p. 447).

3.3 Hoy en día¹²



Figura 3.1 La portada del periódico *Reforma* del DF de lunes, 28 de febrero, 2006.

3.3.1 *El Grupo Reforma*

Don Rodolfo Junco de la Vega fundó *El Sol* en Monterrey el 2 de abril de 1922, el periódico vespertino de ocho páginas que marcó el inicio del Grupo Reforma. 16 años después salió su complemento matutino, *El Norte*. Fue hasta 1973 cuando los dos diarios juntaron en *El Norte* de la Editora EL SOL bajo la dirección de los hermanos nietos del fundador, Alejandro y Rodolfo Junco de la Vega (Historia de Grupo de Reforma, s.f.). Después de estudiar en Texas, uno de los nuevos dueños trajo tecnología, ideas y, lo más importante, papel. Fue en este entonces que el periódico empezó a cambiar hasta

llegar a ser lo que se conoce hoy.

A través de su monopolio estatal de papel para periódicos y revistas (PIPSA – Productora e Importadora de Papel, S.A.), el gobierno mexicano mantenía control de la prensa escrita. La publicación que criticaba perdía su derecho a tener papel para publicar. Sin la necesidad de complacer al gobierno para tener la materia prima fundamental para publicarse, los directores de *El Norte* “hicieron un periódico que empezó a decir cosas que no se decía en México. Cuando el periódico no acostumbraba tener una opinión distinta al gobierno” (Fran, comunicación personal, 4 de octubre, 2005). Además profesionalizaron sus reporteros y pagaban mejor que otros periódicos para que los reporteros no cayeran en las prácticas corruptas comunes en el periodismo mexicano (Sánchez Ruiz, 2005, p. 446). “El periodismo moderno, el color, las secciones nuevas hicieron que la gente de Monterrey empezara a comprar *El Norte*” (Fran, comunicación personal, 4 de octubre, 2005). La sección más popular es la social. Como cuenta Fran, caricaturista que ha trabajado con el Grupo Reforma desde 1992: “La gente empezó a

¹² Las descripciones de los caricaturas tienen información de *Los Moneros de México* por Rius (2004b).

gustar mucho verse en el periódico. A veces la sección esa, la social, era más gorda que *El Norte*". Se pone como fecha el decenio de los ochenta para cuando *El Norte* "realmente se hizo notar" (Sánchez Ruiz, 2005, p. 419).

En 1993, el periódico hizo grupo por empezar una sucursal en la ciudad de México, *Reforma*, seguido por Saltillo, Coahuila *Palabra* (1997) y Guadalajara *Mural* (1998). Al inicio de siglo XXI, *El Norte* tenía un tiraje cercano a los 100 mil ejemplares y *Reforma* cercana a 90 mil (Trejo, 2001). En 2000, los cuatro periódicos se hicieron accesibles por Internet. Cuatro años después empezaron a cobrar suscripción para acceso a todo lo que no es la portada por la gran pérdida de ingresos después de crear la página Web.

El Grupo Reforma sigue siendo tecnológicamente superior a otros periódicos, ambos impresa y por Internet. Sus periódicos suelen tener posiciones pro-empresariales centro-derecha y ser leídos por la clase media alta y alta. Para dar una cruda comparación, la sección de ¿Quiénes somos? en la página del Grupo Reforma requiere una suscripción para accederla. Es una presentación multimedia con un resumen conciso (1293 palabras) de los cambios administrativos y otros del periódico. En contraste, la misma sección de *La Jornada*, con acceso gratuito, es un ensayo de puro texto (5762 palabras) de la autoría de la directora del periódico Carmen Lira Saade, defendiendo varias decisiones del periódico dentro del contexto de la historia de la libertad de expresión en los medios masivos de México.

El Grupo Reforma ha recibido crítica por no dar contexto a las caricaturas. No se encuentran en páginas con artículos o editoriales que apoyan los temas dejando que la caricatura a veces pierde su sentido.



Fran/Pacote

GDL, 1964

Francisco de la Torre Gutiérrez se formó como diseñador gráfico. Con 15 años publicando cartones desde Guadalajara, firma como Fran para el Grupo Reforma y como Pacote para otros periódicos

Figura 3.2 Mural el 27 de octubre, 2005, después del Huracán Wilma en Cancún.

Trino

GDL, 1961

Frecuentemente dotado como el mejor humorista gráfico de México, José Trinidad Camacho ha colaborado en la fundación y elaboración de revistas y suplementos tapatíos como *Galimatías* y *La Mamá del Abulón*, del Siglo 21. Sus trabajos en conjunto con Jis cambiaron la cara de la caricatura mexicana no política, como *Los Santos*.

Figura 3.3 Reforma el 20 de octubre, 2005.

Calderón

DF, 1959

Libros:

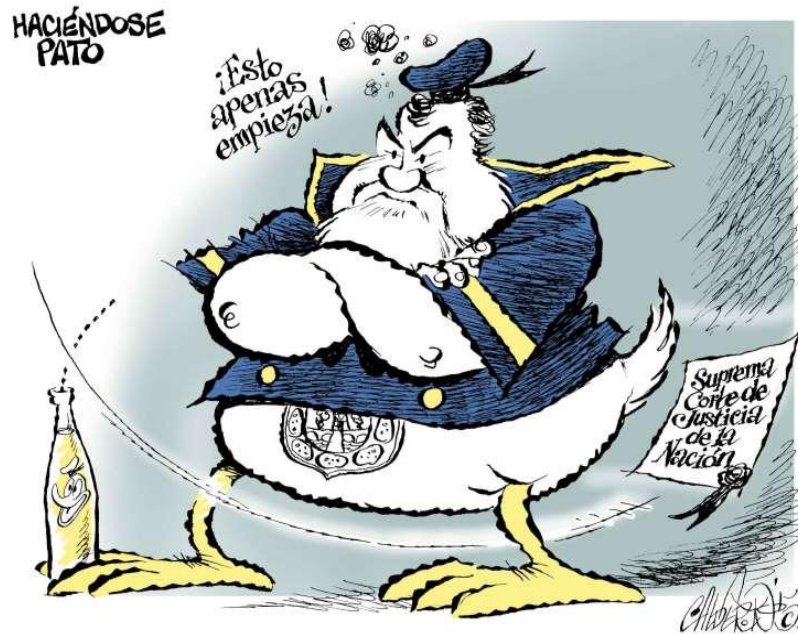
La Lata del Domingo

Francisco Calderón no es el clásico caricaturista de la izquierda.

Más información en el capítulo 6 – Resultados.

Figura 3.4

Reforma el 18 de noviembre, 2005.



Chavo

GDL, 1973

Mural hasta 12.2005

Público desde 1.2006

Después de publicar en nivel nacional, Salvador del Toro ha estado enfocándose en los temas de Guadalajara con su caricatura y programas de radio y televisión.

Figura 3.5

Público el 20 de abril, 2006.

3.3.2 La Jornada



Figura 3.6 La portada del periódico *La Jornada* de lunes, 28 de febrero, 2006.

La historia de *La Jornada* empezó mucho antes de su fundación el 18 de septiembre de 1984 con el periódico *Excélsior*. Dirigido por Julio Scherer en 1968, el nuevo director empezó una etapa de periodismo informativo, crítico e investigativo en un periódico caracterizado por su conservadurismo político desde su inicio en 1917. A pesar de haber cedido a presiones del momento en varias ocasiones, se reconoce que *Excélsior* había sido uno de los periódicos menos oficialistas o censurados durante los eventos de Octubre del 68 (Sánchez Ruiz, 2005). Pero la censura que se hizo cambió el periódico porque varios periodistas

abandonaron el proyecto, muchos de los cuales colaboraron a fundar *Proceso*, la revista todavía dirigida por Scherer, y consecuentemente el periódico *unomásuno* en 1977.

En palabras de Granados Chapa, *unomásuno* fue “el diario de la reforma política, de los nuevos aires culturales, de una forma de modernidad social (distinta de la económica poco después impuesta por el neoliberalismo), de nuevos géneros periodísticos” (citado en Sánchez Ruiz, 2005, p. 420). El Fisgón se acuerda de su inicio:

Todos nos quejábamos siempre de lo cerrada que era la prensa de ese entonces, en la cual la opinión de gente como nosotros muy rara vez podía leerse en sus páginas. Abrir en los medios un espacio para encontrar la posición de la izquierda se cedía como una meta difícil pero necesaria. Cuando se creó el *unomásuno* – que fue el primer diario abiertamente crítico hacia el gobierno, mucha gente de izquierda buscó publicar allá, como una forma de ejercer su militancia política. Yo era uno de esos (citado en García, 2003, p. 222).

El periódico abrió varios espacios para la caricatura política, como el primer diario que integraba más de dos cartonistas editoriales en sus páginas y con el suplemento dominical *Másomenos*. A causa de un conflicto interno, todo el cuerpo de redacción menos el director se alejó del proyecto en noviembre de 1983, la mayoría de los cuales fundaron *La Jornada* casi un año más tarde (Lira Saade, s.f.).

Como se puede imaginar, *La Jornada* ha seguido el ejemplo de sus periódicos predecesores. En las palabras de su propia directora, Carmen Lira Saade (s.f., ¶ 7): “Rara excepción y circunstancia de privilegio en la conformación de una empresa: *La Jornada* no tuvo socios capitalistas sino socios artistas y, como aliados y amigos, a figuras destacadas de la cultura”. Conocido por su prioridad de apoyar a varios movimientos sociales, el diario ha sido fuertemente criticado por su abierta alianza con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional tomado como señal de su izquierdismo radical.

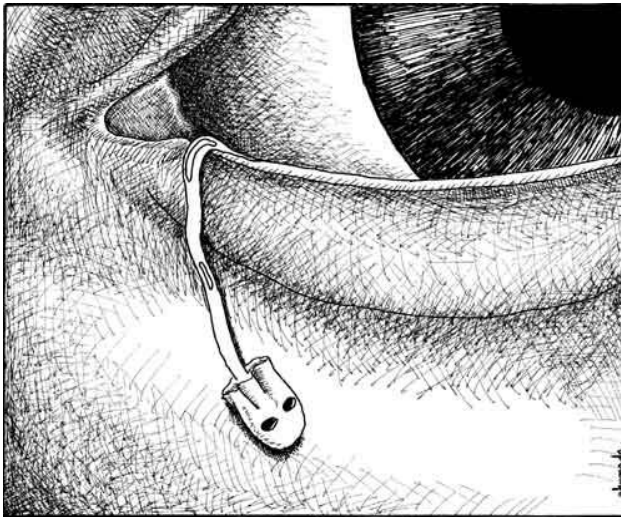


Figura 3.7 La portada de uno de los libros de Jis y Trino del personaje *El Santos*, publicado por primera vez en *La Jornada*.

Como *unomásuno*, *La Jornada* ha sido crucial para el desarrollo de la caricatura política en México. También tiene un suplemento dominical llamado *Las Histerietas*, dirigido por el caricaturista Magú, por donde han pasado un número considerable de caricaturistas. No se ha limitado a la caricatura política, por lo que motiva el comentario de Jis, “Ese periódico ha sido de los medios más abiertos. Si no hubiese existido esa apertura, no hubiésemos creado *El Santos*” (citado en García, 2003, p. 261). *El Santos* es una tira que Jis y Trino hicieron juntos, empezando en estos suplementos (ver Figura 3.7). La prioridad

que *La Jornada* da a la caricatura es obvia, a veces publicándola en la portada o incluyendo allí una muestra de las que vienen dentro. No reserva un espacio particular por la caricatura sino se encuentra por todos lados. Su influencia ha sido tan fuerte que hasta caricaturistas que no se han publicado en sus páginas reconocen su importancia, como el comentario de Helio Flores: “Estoy convencido que es en *La Jornada* en donde se produce el cambio para el periodismo mexicano y la caricatura” (citado en García, 2004, p. 114).

En sus más de 20 años en prensa, *La Jornada* ha desarrollado cinco versiones - Nacional, de Oriente, Morelos, Michoacán y San Luís. La edición de la ciudad de México (Nacional) edita cerca de 50 mil ejemplares diarios (Trejo, 2001) y llega esporádicamente a otras partes del país (como Guadalajara y Monterrey). En 1995, el diario fue el primero en español en publicarse en Internet y ha mantenido acceso gratis desde entonces. Allí se puede encontrar otra versión del periódico, sin Fronteras, para los mexicanos que viven en los Estados Unidos. El propio periódico registró un promedio de 86 mil lectores por Internet en 2005, cada uno que revisaba un promedio de 9.3 páginas. Los registros del sitio dicen que los cartones diarios son los espacios más visitados después de la primera plana y la contraportada y antes de los artículos (Barajas citado en García, 2003, p. 227).



Ahumada

DF, 1956

Manuel Ahumada empezó en *La Garrapata* después de estudiar ingeniería agrícola. De allí pasó a *unomasuno* antes de llegar a *La Jornada* donde se ha quedado.

Figura 3.8

La Jornada el 13 de octubre, 2005.

Magú

Jalisco, 1944
Vértigo

Bulmaro Castellanos Lazo ha dibujado sin parar desde los 70s, publicando libros y coordinando los suplementos de humor de *La Jornada*.

Figura 3.9

La Jornada el 7 de abril, 2006.

DE PASTA CONCHUDA



El Fisgón

DF, 1956

El único caricaturista/investigador, Rafael Barajas ilustra cuentos infantiles, publica historietas didácticas y hace investigaciones sobre la caricatura, además de hacer su cartón editorial.

Más información en el capítulo 4 – El tema en el espacio público.

Figura 3.10

La Jornada el 13 de octubre, 2005.

Rocha

DF, 1964

Proceso

Autodidacta, Gonzalo Rocha empezó en *La Garrapata* y llegó a *La Jornada* a través de *unomásuno*.

Figura 3.11

La Jornada el 13 de octubre, 2005.





Helguera

DF, 1965

Proceso

Empezando muy joven en *La Jornada*, Antonio Helguera fue co-fundador de *El Chahuistle* y *El Chamuco*. Colaboró en las historietas didácticas: *El Sexenio Me Da Risa*, *El Sexenio Me Da Pena*, *El Sexenio Ya No Me Da Risa*, y *El Sexenio Se Me Hizo Chiquito*. También ilustra libros y colabora con Hernández en *Proceso*.

Figura 3.12

La Jornada el 13 de octubre, 2005.

Hernández

DF, 1965

Proceso

Después de empezar como caricaturista en *El Chahuistle*, José García Hernández codirigió *El Chamuco* y empezó a trabajar en *Milenio*. En septiembre de 2005, cambió a *La Jornada* y empezó a colaborar con Helguera en *Proceso*.

Más información en el capítulo 6 – Resultados.

Figura 3.13

La Jornada el 13 de octubre, 2005.



3.3.3 El Grupo Milenio¹³



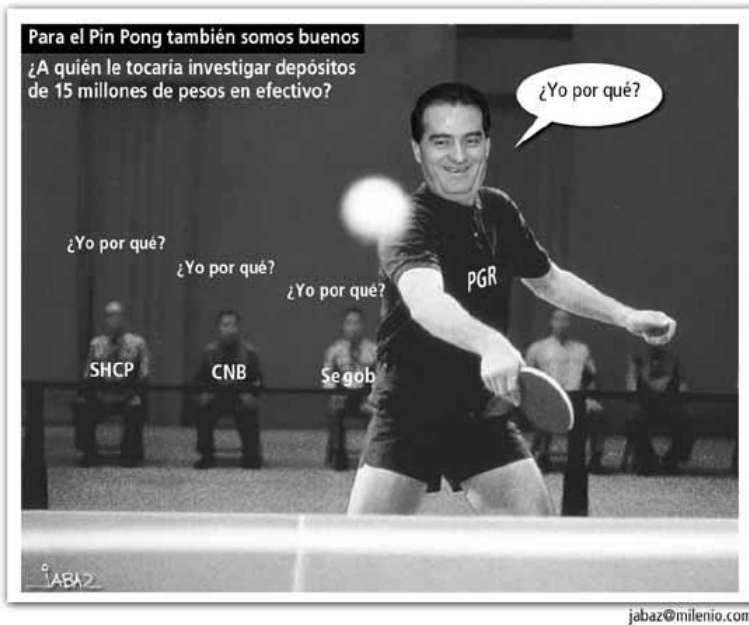
Figura 3.14 La portada del periódico *Milenio* del DF de lunes, 28 de febrero, 2006.

Aunque el Grupo Milenio siempre ha intentado competir con el Grupo Reforma, ha terminado compitiendo - por lo menos en la ciudad de México - con *La Jornada*. “*Milenio* empezó muy antisolemne. Tenía muchas secciones - de humor - secciones más ligeras. Como que agarraron mucho lector joven. También *Milenio* tenía una propuesta un poco más plural. Sí tenía voces de la izquierda pero también voces muy reaccionarias” (Hernández, comunicación personal, 10 de octubre, 2005). Sigue teniendo esta reputación de mostrar varios lados de la historia mientras *La Jornada* se mantiene ubicada a su izquierda y el Grupo Reforma a su derecha. Jabaz (comunicación personal, 13 de

octubre, 2005) habla de *Milenio* donde él publica: “Hay ciertos escritores de opinión, con una tendencia muy marcada hacía la derecha, otros muy marcadas hacia la izquierda. A mi se me hace bien eso de tener un periódico plural, donde quepan todas las plumas”.

Los varios periódicos del Grupo Milenio se llaman *Milenio Diario* (DF), *Milenio Monterrey*, *Público Milenio* (Guadalajara), *Diario de Tampico*, *La Opinión Milenio* (Torreón), *Milenio Veracruz*, *Milenio Tabasco*, *Milenio Hidalgo*, y *Milenio Puebla*. Como los nombres hacen evidente, no todas las sucursales han empezado con el Grupo Milenio desde su inicio. Por ejemplo, en Guadalajara se hizo un periódico realmente innovador, *Siglo 21* que ganó varios premios antes de acabar por problemas de organización. Poco después, la mayoría de los participantes se juntaron a crear *Público* lo cual el Grupo Milenio compró consecuentemente y renombró *Público Milenio*. Como el Grupo Reforma, el Grupo Milenio tiene un dueño regiomontano.

¹³ La portada en la Figura 3.14 es del 27 de febrero de 2006, el día que el Grupo Milenio cambió el diseño de sus periódicos, añadiendo más colores entre otras cosas.



Jabaz

GDL, 1964

Un pionero en el uso del fotomontaje dentro del género del cartón editorial, el diseñador gráfico José Antonio Baz Nungaray empezó en los suplementos de *Siglo 21*. Ganó el Premio Nacional de Periodismo 2005 en la categoría de caricatura y humor.

Figura 3.15

Milenio el 12 de octubre, 2005.

Jis

DF, 1963

Libro: *Los Manuscritos de Fongus*.

Desarrollándose al lado de Trino y Falcón, y después sólo con Trino, José Ignacio Solórzano es maestro de un humor muy difícil de atinar. Muy lejos de los temas políticos, Jis se describe como "un monero de la cuestión existencial, de la vida interior y de los traumas personales" (citado en García, 203, p. 254).

Figura 3.16 *Milenio* el 7 de febrero, 2006.





Patricio

DF, 1965

Libro: *Pequeño Verdulier Ilustrado*

Nacido en el DF pero residente de Jalapa, Patricio Ortiz hace tiras de temas sociales que no siempre están ligados a la noticia del día. *Los Miserables* es su tira más popular, antes de *La Enchilada Completa* y *HombreMan*.

Más información en el capítulo 6 – Resultados.

Figura 3.17 *Los Miserables* # 1212

www.losmiserables.com.mx

Nerilicón

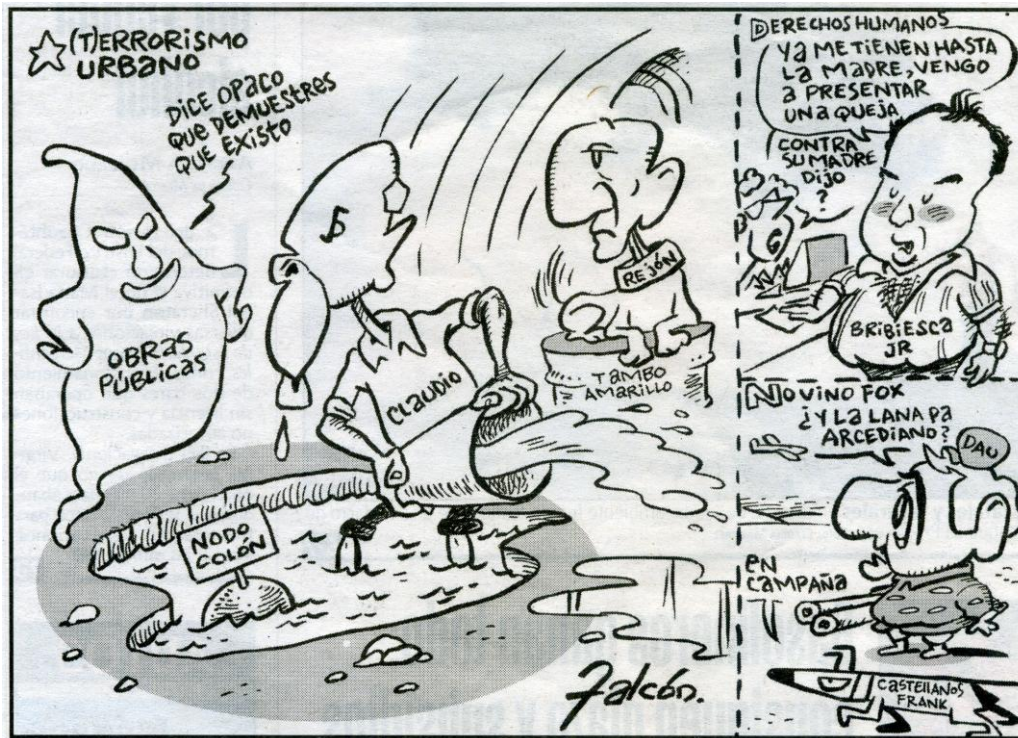
DF, 1966

El Economista

Desde 1991 Antonio Neri Licón publica en *El Economista* y en *Milenio* desde septiembre, 2005.

Figura 3.18 *Milenio* 9 de febrero, 2006.





Falcón

Tamaulipas,
1957

Manuel Falcón fue a Guadalajara a estudiar su licenciatura y allí se quedó, empezando con Jis y Trino y siguiendo en varios periódicos de alcance local y nacional.

Figura 3.19
Público el 12
de octubre,
2005.

3.3.4 El Universal



Figura 3.20 La portada del periódico *El Universal* de lunes, 28 de febrero, 2006.

El diario más antiguo de la ciudad de México, *El Universal* se fundó en 1916 y tiene menos alcance a otras partes del país que los otros tres diarios. El 1 de febrero de 1922 se empezó a publicar *Universal Gráfico*, edición más barata y de menos páginas que *El Universal*, lo cual se renovó en 2002 para llegar a un tiraje mayor a 300 mil ejemplares según el propio periódico. En 2001 nació *El Universal* online lo cual se reporta recibir visitas diarias de cerca de 150 mil usuarios con acceso gratuito. Antes un periódico conservador, ahora es uno de los dos periódicos más vendidos en la ciudad de México, lo que se explica en parte por su amplia sección de avisos de ocasión.

El Universal forma parte del *Grupo de Diarios*

América, una coalición de once periódicos independientes en once países de América Latina. Fundado en 1991, el promedio de antigüedad de los diarios es de 95 años. Los demás periódicos son *La Nación* (Argentina), *O Globo* (Brasil), *El Mercurio* (Chile), *El Tiempo* (Colombia), *La Nación* (Costa Rica), *El Comercio* (Ecuador), *El Comercio* (Perú), *El Nuevo Día* (Puerto Rico), *El País* (Uruguay) y *El Nacional* (Venezuela).



Boligán

Cuba, 1965

Ya mexicano, Ángel Boligán Corbo llegó a México en 1992. Coordina cartonclub.com.mx y bolicarton.com en conjunto con su webmaster Fernando Rodríguez.

Figura 3.21

El Universal el 17 de abril, 2006.

Naranjo

Peribán, Michoacán, 1937
Proceso

Descubierto por Rius, Rogelio Naranjo ha estado publicando desde 1965, dejando atrás sus estudios de pintura por no querer hacer arte que se quedara guardado en las casas de los ricos.

Figura 3.22

El Universal el 17 de abril, 2006.



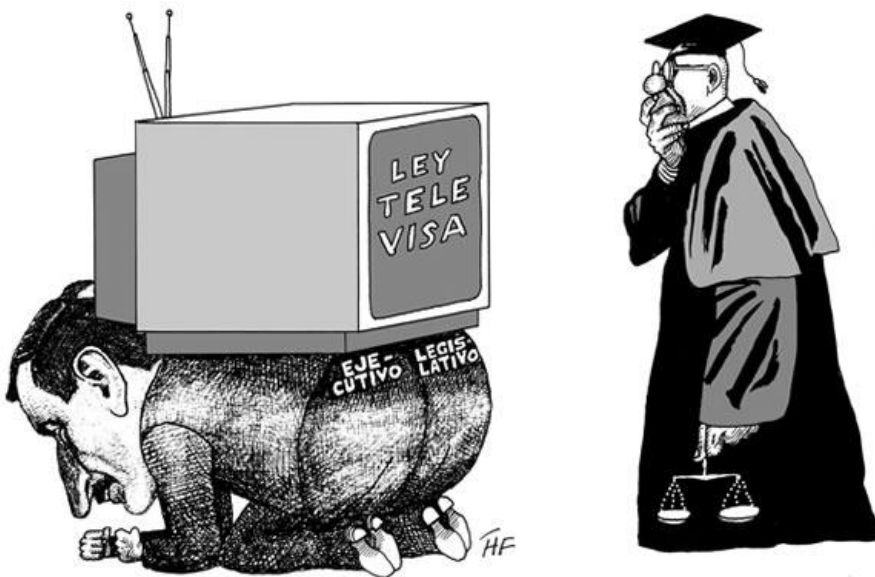


Efrén

DF, 1950
Proceso

Dibujando desde Mérida, Yucatán, Efrén Maldonado es contador. Empezó a publicar en *La Garrapata* y tiene muchos años acompañando a Naranjo en *Proceso* y *El Universal*.

Figura 3.23
www.cartonista.com.mx



Helio Flores

Jalapa, 1938

Considerado uno de los 10 mejores moneros del mundo, Helio Flores empezó en *La Gallina*, codirigió las tres épocas de *La Garrapata* y tiene muchos años publicando en *El Universal*.

Figura 3.24
El Universal el 17 de abril, 2006.

3.3.5 *Proceso*



Figura 3.25 La portada de la revista *Proceso* #1527 del 4 de febrero, 2006.

El seis de noviembre de 1976, Julio Scherer empezó como director de la nueva revista semanal *Proceso*, sólo cuatro meses después de estar expulsado de *Excélsior*. Sin depender de la publicidad gubernamental, la revista ha mantenido una línea crítica e independiente aunque ha sido criticada por tener un cierto grado de amarillismo político. Tiene muchos nexos con *La Jornada*, por compartir colaboradores, pero no tienen una relación formal. Desde su inicio ha mantenido varios espacios para caricaturistas. Allí se encuentran ahora las obras de Naranjo y Efrén (de *El Universal*) y Rocha, Hernández y Helguera (de *La Jornada*). También está Qucho. La revista imprime 50 mil ejemplares semanales.

Otra revista semanal de temática política es *MilenioSemanal* del Grupo Milenio. Tiene un tiraje de 20 mil ejemplares semanales o sea que vende cerca de 30 veces menos que *Proceso* (Hernández, comunicación personal, 10 de octubre, 2005). En *MilenioSemanal* colaboran caricaturistas de varios periódicos, incluyendo a Nerilicón. Cabe mencionar aquí *Vértigo* por la inclusión de caricaturas de Magú pero no se considera del mismo nivel periodístico como *Proceso* y *MilenioSemanal* por tener como dueño a TVAzteca, una de las dos corporaciones televisivas más poderosas del país con alianzas asumidas con el ex-presidente Carlos Salinas de Gortari.

3.3.6 *El Chahuistle* y *El Chamuco*

En 1994, Rius, El Fisgón y Helguera fundaron *El Chahuistle*, una revista satírica. Poco después, Patricio se integró a la dirección. Rius acredita la fundación de la revista a una “necesidad de hacer una revista que saliera en defensa del movimiento insurgente”, en referencia a la rebelión indígena zapatista que empezó el primero de enero del mismo año (Rius, 2004b, p. 207). En cambio, El Fisgón acredita la fundación a la necesidad de emparejarse con los caricaturistas del siglo XIX al descubrir por sus investigaciones que ellos eran más agresivos que los caricaturistas de hoy en día (en García, 2002). Sea como

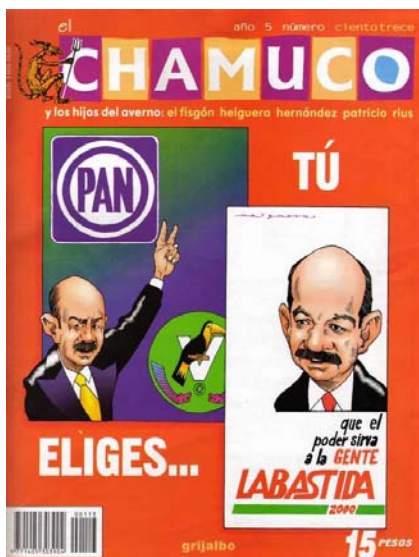


Figura 3.26 La portada de la revista *El Chamuco* 113 año 5.

sea, después de tres años los cuatros “comandantes”, como se llamaban, se convirtieron en “hijos del averno” en conjunto con Hernández con la desaparición de *El Chahuistle* y la fundación de *El Chamuco*, una revista similar pero con más éxito. Se cree haber llegado a entre 40 y 50 mil personas con cada publicación bimensual (Barajas citado en García, 2003, p. 228). La última edición se publicó en 2000. Los directores descubrieron que no había moneros jóvenes que trabajaban la historieta de humor político y dejaron *El Chamuco* por la inhabilidad de llenar sus páginas (Rius, 2004b, p. 210).

3.4 Tras bambalinas

El propósito de este capítulo es dar el contexto de los medios en que se encuentran las caricaturas políticas de México, aunque un simple repaso de las fuentes deja mucho por decir. Lo que se encuentra en las páginas de un periódico no siempre es precisamente lo que un caricaturista quiere compartir con los demás. La primera lucha para un caricaturista es encontrar la fuente donde publicar. La segunda es conseguir que la fuente publique la caricatura que el productor mande día tras día. Como muy dramáticamente lo pinta Rius: “En el capitalismo (“mundo libre” que le dicen), el caricaturista necesita encontrar el periódico o revista que le permita decir sus cosas, y vive expuesto al despido, la censura, la persecución, a veces la cárcel y a veces hasta la muerte” (Rius, 1988, p.194). Con este comentario, abro el tema de la censura.

No queda duda de que hay más apertura hoy en los medios masivos en México que en el pasado. Esta apertura es el resultado de cambios impulsados por el gobierno, los medios y hasta los caricaturistas mismos. Como dice Trino (citado en García, 2003, p. 282):



Figura 3.27 Una caricatura de Trino.

Rius, Naranjo, Magú, Abel Quezada y Helio Flores vivieron un México represivo y sus cartones eran irreverentes y defendían una postura con valentía. Nosotros, la nueva generación, tenemos una realidad política diferente y abierta, todo esto gracias a que ellos ampliaron la visión; en eso debemos estar muy agradecidos con la vieja guardia.

A pesar de la marcada apertura, la censura persiste en formas variadas. Magú enfatiza el papel del periódico: “En cada sexenio el gobernante en turno piensa de distinta manera respecto de la libertad de expresión. Sin embargo, esta libertad está siempre bombardeada por los directores de periódicos, son ellos quienes determinan hasta qué punto debe llegar” (citado en García, 2003, p. 144). La situación produce una relación precaria entre caricaturista y periódico. Como dice Petersen, director de *Público*, “No puede estar el periódico desligado del cartonista, ni el cartonista del periódico” (citado en Corral, 2001, p.115). Da el ejemplo de Falcón por sus problemas por encontrar un espacio. Falcón mismo cuenta que en *La Jornada* lo consideraron de derecha y en el Grupo Reforma de izquierda (comunicación personal, 1 de marzo, 2006). Encontró un espacio en *Público*, cambió al Grupo Reforma y terminó por regresar a *Público*. Esta situación no es tan ilógica considerando que la mayoría de los caricaturistas políticos son de izquierda, pero las publicaciones no lo son. Como dice Rius (1983, p. 57):

No siempre las revistas de izquierda han sido las de más circulación, y con base en el interés primordial de nuestro trabajo, que es el de llegar con nuestras ideas a la mayor cantidad de gente, en ocasiones hay que utilizar los medios de más difusión posible.

Consecuentemente, la relación periódico-caricaturista varía mucho en cuanto a las ideologías de cada uno. No todos son tan entusiastas de la fuente en que se publican como es Naranjo en relación a *Proceso*: “Veinte mil lectores de la revista *Proceso*, son mejores que doscientos mil de cualquier periódico” (1998, p. 15). Está el ejemplo de Magú que publica en *Vértigo*. No comparte su ideología pero recibe un pago significativo y los editores no lo limitan en su expresión (Chavo, comunicación personal, 22 de febrero, 2006). No todos pelean constantemente. Como Naranjo explica (1998, p. 12):

Uno siempre se queja de que tiene que autocensurarse porque otros lo limitan. Esto, en cierta forma, es cierto. Sin embargo, yo he conocido diversos grados de censura: la que se hacía en *Excélsior*, cuando lo dirigía Julio Scherer, por ejemplo, era razonable y justificada. Yo sabía bien que, con un cartón, ponía en peligro a todo el equipo. Entendí eso perfectamente y ahora trato de ir por la línea límite de lo que se puede criticar... Los que hacemos crítica lo sabemos.

En contraste, un caricaturista de *Ocho Columnas*, un periódico de baja circulación y creencias conservadoras, explica: “En ocasiones no estoy de acuerdo con las políticas del periódico, pero si ellos me pagan, yo voy a hacer lo que ellos quieran. Soy un mercenario. A mí me enseñaron como diseñador gráfico y como tal, tengo que vender un producto” (citado en Corral, 2001, p. 89). Por esa razón, Naranjo concluye “Definitivamente, no hay libertad de prensa. Incluso, por mucha que existiera, siempre estaríamos exigiendo más” (citado en García, 2003, p. 82). Pero añade: “La libertad no tiene o no debiera tener límites. Por desgracia, en México sus límites son muy evidentes” (citado en García, 2003, p. 82).

Estos límites son más evidentes en algunos lugares que otros. Por ejemplo, hay más apertura en las ciudades grandes, como el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, que en las ciudades chicas, como Xalapa, Torreón y Puerto Vallarta (Patricio, comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). En las ciudades y pueblos más chicos, los gobernantes locales todavía tienen un gran poder sobre los medios. Además los límites son más evidentes en unos medios que otros. Aunque se ha dicho que la caricatura es el termómetro de la libertad de expresión en un país, en México parece ser la televisión por ser el medio más controlado.

El tema más censurado en el país es la iglesia, seguido por el narcotráfico, las esposas de funcionarios, y los dueños de las grandes empresas, como Carlos Slim: “No hay ningún medio que se meta con Slim, porque es el dueño, y quizá él sólo, de más del 15% de la producción de muchos medios, y la gente se la piensa” (Petersen en Corral, 2001, p. 115).

Finalmente en cada lugar no se puede criticar, o es muy difícil criticar a los núcleos de poder reales. Por mucho tiempo no se podía criticar al presidente porque era realmente él que tenía poder en el país. Ahora ya no. Ya Fox se le puede poner como chancla porque él realmente no tiene poder real. ¿Quién tiene poder real? Pues los organismos financieros. Los empresarios. Y las televisoras (Hernández, comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Como mencioné previamente, antes el gobierno era la amenaza más fuerte por controlar PIPSA (empresa proveedora de papel) y por ser el comprador más importantes de publicidad. La amenaza más fuerte a la libertad de expresión todavía viene de los compradores de publicidad, pero ahora son empresas. Uno de los casos recientes más famosos es el de Falcón en *Mural* en 2001 (citado en Corral, 2001, p. 107):

Yo empiezo hacer caricatura del cardenal, y el cardenal se aparece como el mismo chamuco en el periódico, con dos o tres obispos, y demanda que no se le caricaturice en esa forma ni se burlen, porque él representa a los católicos que son mayoría. El periódico tiene que atenderlo, porque es “el cardenal”, y entonces me dice: *bájale un poquito, dale vacaciones*. Yo persisto, y el cardenal ya no va al periódico, va con los empresarios que están sacando publicidad y que, generalmente, son comerciantes de corte tradicional, como es costumbre, y más entre los tapatíos. Farmacias Guadalajara habla al periódico y dice: *si siguen sacando esas caricaturas vamos a quitar la publicidad de Farmacias Guadalajara*, y son cuatro planas de color, ¡un dineral! Publicidad mata monero. Y de esa manera te ahorcan dentro del periódico.

Hay otras maneras más sutiles de censurar. Una es publicar el cartón hecho para un día en particular hasta varios días después. Así pierde su “sentido de oportunidad” (Falcón en Corral, 2001, p. 107). Otra es “dejar descansar” al caricaturista, negando la publicación de sus cartones por un mes o dos sin detener su pago. Algunos periódicos tienen mecanismos establecidos para protegerse. Por ejemplo, en 2005 *Mural* siempre publicaba el cartón nacional de Calderón pero también tenía un espacio para un cartón local, por lo cual competían Chavo y Fran. Aunque Chavo publicaba con más frecuencia,

su ideología tendía a ser en contra de la del periódico. Cuando se pasaba, Fran llenaba su lugar. Menos drástico que negar el cartón entero es no aceptarlo sin hacerle algunos cambios. Aunque estas medidas de censura son menos comunes entre los caricaturistas que se discuten en este texto, no significa que estén exentas a ellas.

Los temas de censura también dependen del periódico y la línea editorial que busca mantener. Como dijo Falcón, lo que un periódico puede considerar demasiado liberal, otro puede considerar demasiado conservador. Por ejemplo, en *La Jornada* es difícil criticar a Andrés Manuel López Obrador, candidato presidencial del Partido de la Revolución Democrática para 2006, mientras que es igual de difícil publicar algo apoyándolo en los periódicos del Grupo Reforma.

Después de la relación periódico-caricaturista, la relación más importante está entre los caricaturistas mismos. Tienen fama por no soler juntarse y tener un trabajo muy solitario. Existe una asociación de caricaturistas que empezó con buenas intenciones pero ahora, después de que la mayoría de los caricaturistas huyeron, tiene muy poco prestigio. Dice Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005): “Son dibujantes de segunda fila. Dibujan lo que les pagan. El partido que les paga es el PRI”. Analizar las relaciones entre los caricaturistas daría material para una tesis y medio pero no es mi interés principal aquí. Además, por tener un trabajo tan solitario, ellos rara vez se piensan como grupo. Es una articulación artificial que estoy proponiendo yo misma. Pero es valioso hacerlo, sólo por un párrafo, para abstraer algunas tendencias.

Para empezar, los caricaturistas de hoy se dividen por generaciones, la primera representada por moneros como Rius, Naranjo, Magú y Helio Flores (la vieja guardia), la segunda por otros como El Fisgón, Calderón, Hernández, Helguera, Falcón y Patricio, y la última por caricaturistas jóvenes que apenas están estableciéndose. Aunque es importante tomar nota de las generaciones por la manera en que las experiencias del caricaturista influyen en la obra que produce, ellos suelen agruparse por otras características; principalmente ideología política, ideología de la caricatura, y ubicación. Por ideología política hay que considerar que la caricatura política en México suele ser de ideas izquierdistas, aunque de niveles variantes. Se ve las tendencias políticas por las colaboraciones en publicaciones más que por los periódicos en donde publican. Por

ejemplo, los caricaturistas de *La Jornada* no son los mismos que los colaboradores de *El Chamuco*. La ideología de la caricatura es un tema que expongo en el siguiente capítulo y que tiene que ver con la importancia del humor, de apoyar a un partido en particular, de ser objetivo, etc. En términos de ubicación, la mayoría de los caricaturistas todavía son los que viven y trabajan en la ciudad de México. Existe una percepción en la provincia de arrogancia en los caricaturistas capitalinos por ver todo desde el centro del país.

También es importante señalar la relación que los caricaturistas tienen con medios electrónicos. A diferencia de muchos países, en México los caricaturistas adquieren un respeto como comentaristas de la política mientras que en otros países este espacio se reserva más para investigadores. Como resultado, los caricaturistas expresan sus opiniones sobre la situación política no sólo a través de su dibujo sino también como locutores de radio o comentaristas en programas televisivos. Así ha sido el caso para varios, entre ellos Falcón, Calderón y Chavo, pero casi todos asientan preferir el dibujo a cualquier otra forma de expresión.

4. El tema en el espacio público

Los caricaturistas están en el espacio público no sólo por sus caricaturas ni por sus perspectivas sobre la política sino también por la atención que su trabajo recibe. Es común encontrar entrevistas con ellos en respuesta a algún acontecimiento político o dentro de proyectos sobre su gremio, como el programa televisivo *Del Oficio Monero* (Casas, 2005). Los generadores de opinión pública en torno a la caricatura política que tienen más presencia en México son las personas que presento en esta sección.



Figura 4.1
Autorretrato
de Rius

4.1 El maestro Rius

La voz más pronunciada sobre la caricatura política en México es la de Rius por su larga trayectoria y sus varias exposiciones del tema. No ha dejado de hacer sus monos desde que empezó en 1954 en la revista *JA-JÁ* cuando tenía apenas 20 años. Ha colaborado en los principales diarios y revistas de México y fundado seis diferentes revistas de sátira política. Es uno de los pocos que logró hacer historieta de temática política semanalmente con las publicaciones *Los Supermachos* (1965-1967) y *Los Agachados* (1968-1977). A diferencia de sus colegas de la misma edad que siguen en este gremio y empezaron poco después que él, como Magú,

Naranjo y Helio Flores, Rius se desencantó con el cartón diario

temprano en su carrera por los limitantes que le ponía y por su ineficacia para crear cambio. Prefirió dedicarse a escribir historietas didácticas, un género de libro que él creó:



Figura 4.2 La
portada de *Los
Supermachos*, la
primera
historieta política
de Rius.

Considero que el cartón diario ha dejado de ser eficaz, como lo fue antes, cuando no había tantos medios y un sinfín de avances electrónicos. La caricatura editorial muere el mismo día en que aparece y, si no tiene seguimiento, peor. Por eso prefiero dedicar más mis esfuerzos al libro, que permanece largo tiempo, se reedita, se colecciona,

llega a las bibliotecas (citado en García, 2003, p. 50).

Entre sus más de 100 publicaciones, se considera que se han dirigido principalmente a tres temas: religión, nutrición y defensa del socialismo (Rius, 2004b, p. 134). Otro tema de que ha escrito mucho es la caricatura política.

Un Siglo de Caricatura en México es, en palabras del autor, "una historia de la caricatura mexicana incluyendo una crónica gráfica de lo que ha sido la caricatura en México desde hace la friolera de un siglo, años más, años menos" (Rius, 1984, p. 6). Incluye biografías de los caricaturistas, una lista de premios nacionales de la caricatura, una cronología de las revistas de humor en México y mini entrevistas con algunos caricaturistas mexicanos. Se lee como una cronología de los caricaturistas. Se categoriza cada uno de ellos usando los siguientes criterios: nivel de humor, nivel de dibujo, nivel de crítica política, nivel de censura y audacia y fuente de patrocinio. Aunque Rius nunca dice explícitamente que su libro trata de la caricatura política, exhibe pocos ejemplos de la caricatura de humor no político y critica mucho a sus creadores por no ser "caricaturistas comprometidos" (Rius, 2004b, p. 19). Actualizó este libro a su manera con la publicación en 2004 de *Los Moneros de México*. Además ha escrito acerca de la caricatura de nivel mundial con *El arte irrespetuoso. Historia incompleta de la caricatura política* (1998) y de la historieta en *La Vida de Cuadritos, Guía Incompleta de la historieta* (1983). Como Rius siempre tiene la caricatura en mente, suele mencionarla en sus historietas didácticas, como hace en *La revolucioncita mexicana* (1978). De los 113 libros que había publicado para el 2004, 20 eran recopilaciones que cuentan la historia de la caricatura en México desde que Rius ha sido parte de ella (Rius, 2004a, p. 139).

Cuando Rius cumplió 50 años de hacer caricatura su editorial *Grijalbo* y la revista *Proceso* le dedicaron una página para felicitarle y motivar la gente a comprar sus libros, llamándole "El monero más importante que ha dado México al mundo" (*Proceso*, 2004, p. 71). Su trayectoria didáctica de cambiar el mundo por hacer a sus lectores "reír pensando" con sus dibujos lo ha llevado a decir cosas que nadie más se atrevía decir;



Figura 4.3

El símbolo que la editorial Grijalbo pone en todos los libros de Rius para indicar sus más de 50 años en la profesión de caricaturista.

defendiendo vegetarianismo, ateísmo, y socialismo en un país capitalista, católico y bastante carnívoro. Se entiende su impacto en una cita ya popular de El Fisgón: “Es sabido que México tiene tres ministerios encargados de la instrucción pública: Televisa, la Secretaría de Educación Pública y Rius. También es sabido que, de estas tres instituciones, la que tiene más credibilidad es, sin duda, la tercera...” (citado en Rius, 2005, contraportada). Trino ha dicho cosas similares, en entrevistas y presentaciones como la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en 2005. Por ejemplo: “El maestro Rius nos enseñó historia a gran parte de los mexicanos que hoy tenemos entre 30 y 40 años de edad” (citado en García, 2003, p. 282). En las palabras del Subcomandante Marcos: “en la provincia, la política llegaba por Rius o no llegaba” (citado en Rius, 1995, p. 278). Sus libros han sido traducidos a un gran número de idiomas y el estilo copiado por todo el mundo. Aunque se dedica en su mayoría a producir libros, Rius sigue fielmente conectado al mundo del cartón editorial, co-coordinando revistas de sátira y publicando en *La Jornada* muy de vez en cuando.

Caricaturistas atribuyen su importancia no tanto a sus historietas didácticas sino a sus trabajos iniciales, como cartonista e historietista, y la apertura que crearon para los que le han seguido. Nadie lo cuenta mejor que el cronista de la caricatura política en México, Carlos Monsiváis (en García, 2003, p. 304-305):

A principios de los sesenta, precedido por la actitud de Vadillo, Eduardo del Río, Rius, rompe por su cuenta y (auténtico) riesgo el *impasse* de la caricatura. Él, en cartones políticos y en el cómic, no espera la declaración oficial de una “apertura democrática” para expresarse. No es fácil captar hoy lo que Rius significó en la sociedad civil mexicana de los sesenta. Por sí solo amplía el espacio y las reglas del juego de la libre expresión y asume – en forma aislada y por lo mismo más visible –, demandas de un sector crítico y democrático ansiosos de respiraderos y salida.

Pero esta sección no sería completa sin el reconocimiento de varias críticas a Rius, en particular por tener una visión simplista y recurrir a pocas fuentes para sustentar las investigaciones que presenta en sus historietas didácticas. Un ejemplo es Miguel Ángel Gallo y sus propias historietas didácticas sobre el Marxismo y la historia universal, entre

otros temas. Reconoce la influencia de Rius por ser pionero del género pero también sus errores y falta de precisión teórica (1999, p. I).

A pesar de seguir en lo mismo por medio siglo, Rius ha dicho: “Es muy divertido ser monero: nuestro trabajo se agradece y sirve a mucha gente, pero no va a cambiar las cosas” (2004b, p. 235). “La caricatura va tomando su lugar: del lado de los pobres, de los oprimidos por el poder (la iglesia, el estado, los ricos) en una lucha desigual y quijotesca que rara vez logra triunfar” (1988, p. 24). Otros han reconocido esta perspectiva de Rius, como Naranjo (1998, p. 11):

Por pensar que la caricatura puede dar soluciones están traumatizados caricaturistas como Rius, que me lleva casi una tercera parte más de vida como dibujante y cartonista y está totalmente desencantado de la caricatura porque con ésta nunca ha podido cambiar nada de este país.

Rius habla un poco de este trauma:

Realmente es decepcionante. Utópicamente, ingenuamente, hemos esperado la respuesta por parte del gobierno -el criticado- para que cambie su manera de actuar ante los problemas del país. La función de la crítica es hacer ver que lo que se lleva a cabo en determinado campo está mal, que debe corregirse para que todos podamos vivir. Pero, como el político no se corrige y hace caso omiso de sus críticos, hemos llegado a la conclusión de que la caricatura tiene muy poca importancia para el gobierno. Por esta razón, yo en lo personal, me he dedicado más a la caricatura para el pueblo con el fin de concientizarlo, de hacerle ver y conocer el origen de ciertos problemas y por qué no se dan soluciones; y al mismo tiempo estoy atacando al gobierno, al sistema (citado en García, 2003, p. 31).

A pesar de su desencanto con la influencia en los cambios del país de la caricatura del presente, Rius reconoce su poder en el pasado. Escribe: “La caricatura tuvo un papel muy importante en el proceso revolucionario, ridiculizando al intocable dictador” (1984, p. 13) y que la primera gran revista de humor *La Orquesta*, que incluía una litografía con

una caricatura suelta que coleccionaba mucha gente, “tuvo muchísima influencia, en las tres épocas que tuvo” (2004b, p. 18). Pero insiste que el poder de la caricatura es mínimo en comparación con lo que muchos dicen:

Tómese en cuenta que la mayoría de nuestros pueblos no tenían (ni tienen) acceso a ningún tipo de prensa, por no tener dinero o por no saber leer... Que [la caricatura] lastimaba al dictador y hacía reír al lector, no cabe duda pero... de eso a pensar que las caricaturas del *Ahuizote* crearon conciencia para tumbar a Don Porfirio, o que los monos de García Cabral en *Multicolor* acabaron con Madero, es una ilusión que agradecemos a los moneros... (1988, p. 97).

Yo argumento que no se puede agradecer esta ilusión tanto a los moneros que a los intelectuales que reflexionan sobre ellos.

La importancia de la fuerza de la voz de Rius está en su interpretación del papel de la caricatura política en México. La define como “faltarles el respeto a quienes no se lo merecen, y ser para ello voz y grito de quienes no tienen voz; de los eternamente burlados y desposeídos de todo por los ‘respetables’...” (1998, p. 196). Su resignación a que la caricatura no sirve para nada es una reflexión de lo que piensa sobre lo que la caricatura cambia en la política inmediata. Por eso su decisión de concienciar a un público que él imagina como lo siguiente (citado en García, 2003, pp. 26 y 29):

En nuestro medio la gente tiene poca preparación política que muchas veces la mejor caricatura es aquella que tiene tanto texto que hace que el lector entienda perfectamente un problema... En México debemos enseñar primero a leer, luego a conocer la caricatura y, finalmente, a entender el problema... Lo difícil es que la gente sepa leer entre líneas; esto, las más de las veces, no se logra.

Rius ve su público como todo el pueblo mexicano.



Figura 4.4
Monsiváis por
Boligán.

4.2 Carlos Monsiváis: ¿De qué no escribe?

Se usan mil palabras para describir a Carlos Monsiváis: pensador, narrador, periodista, cronista, ensayista. Nacido cuatro años después de Rius, en 1938, también ha aprovechado desde joven su capacidad de sintetizar aspectos fundamentales de la vida cultural y política mexicana del pasado y presente, pero sin los dibujos. Ha publicado recopilaciones de sus crónicas desde el primer libro *Principios y potestades* en 1969 ganándose la siguiente reputación:

Reconocido como una de las voces más críticas de la cultura, la política y la sociedad mexicana, su obra que abarca un amplio registro en sus temas y sus perspectivas se caracteriza sobre todo por la ironía y sin duda pertenece a la generación de escritores vivos más importantes de México (El Premio Nacional, 2005, ¶ 5).

Sigue opinando, por escrito y en vivo, sobre las circunstancias en que se encuentra México, incluyendo el tema de la caricatura política.

Fanático del género de la caricatura, Monsiváis la colecciona, la contempla, y la describe. Desde que empezó su carrera como escritor, ha trabajado al lado de caricaturistas colaborando en revistas satíricas como *El Mitote Ilustrado*, dirigida por Rius, en los sesentas. Desde entonces ha escrito decenas de prólogos, epílogos, ensayos y comentarios sobre el tema. Se encuentran en periódicos como un ensayo en *La Jornada* sobre los trabajos artísticos de Gabriel Vargas (1998) y otro en *El Universal* titulado ‘El nuevo darwinismo: “El hombre desciende de la caricatura”’ sobre el dibujante Ernesto García Cabral (2006). Se encuentran en revistas como la introducción a la Edición especial de *Proceso* (2004), “4 años de caricatura...” una compilación de caricaturas de Vicente Fox hechas durante los primeros cuatro años del sexenio. Se encuentran en libros de caricatura, como sus epílogos de *La caricatura en Trazos* (García, 2003) y la historieta didáctica *El Sexenio Me Da Pena* sobre el anterior presidente Ernesto Zedillo (Barajas, Helguera & Hernández, 2000). Ha escrito tantos textos de este tema que provocó la broma de Rius de incluir en la portada de su libro *Rius para Principiantes*: “sin prólogo de Carlos Monsiváis” (1994).

Varios caricaturistas tienen una gran estima por Monsiváis. Naranjo lo menciona como uno de las "mil gentes maravillosas que han ejercido sobre mi una influencia benéfica" (1998, p. 15). Juntos hicieron el libro *Los reyes de la baraja* (1980). Barajas dedicó su primer libro de investigación al escritor, agradeciéndole sus indicaciones, críticas, comentarios y consejos: "No sólo es un intelectual generoso y el más riguroso de los amigos, sino que es también el más adicto de los *cuarios*" (2000, p. 13). Los dos han colaborado en varios proyectos, incluyendo exhibiciones de la colección de caricatura que tiene Monsiváis. También Rius dedicó lo que iba a ser su último libro "al ínclito Doctor Carlos Monsiváis" (Rius, 2004a, p. 5).

Todos los prólogos, epílogos, introducciones y ensayos son crónicas del estilo que ha hecho a Monsiváis tan reconocido: teje la caricatura política con su contexto sociopolítico en orden cronológico a través de una redacción poética e intocable. Abunda más de la historia de la caricatura que del presente, dejando que las caricaturas de tiempos recientes hablen por ellas mismas. Aunque mantiene su perspectiva crítica ("ha tenido vida efímera y no ha logrado competir con el humor masivo de tres o cuatro chistes repetidos hasta el infinito, el humor de la televisión y el cabaret"), su admiración por el oficio del monero sobresale (citado en García, 2003, p. 310). Lo considera un arma formidable con la función específica de "humanizar" a los gobernantes y presentar una visión "extra" de los acontecimientos sociales e históricos, fundamentales para la cultura de cualquier nación (Vargas, 2005, ¶ 4). Ha dicho que le enseñan a ver lo que piensa porque los moneros son "sintetizadores por excelencia del punto de vista de la sociedad" (Monsiváis, 2005, ¶ 2). "Hoy en México el dibujo político es exigencia pública, que va de la comicidad elemental al distanciamiento del humor. Allí encontramos, entendidas y adelantadas de modo óptimo, nuestras reacciones instantáneas o las sinopsis visuales de nuestras reflexiones" (citado en Naranjo, 1998, p. 14).

Con todo, Monsiváis se ha preocupado por el público de la caricatura. "Si es extraordinario el avance de la depredación... es también notable (aunque, por lo pronto, claramente insuficiente) el crecimiento de la respuesta pública, a cuyo desarrollo tanto contribuyen los 'moneros', vanguardia sonriente, y felizmente inmisericorde, de la sociedad civil" (Monsiváis, 2005, ¶ 3).



Figura 4.5
El Fisgón por
Hernández

4.3 El Fisgón – Un poco de todo

Nacido en la ciudad de México en 1956, Rafael Barajas (El Fisgón) empezó como caricaturista en los setentas en la revista *Garrapatas*. Su trayectoria ha sido similar a la de Rius, como cofundador de varias revistas de sátira, autor de varias historietas didácticas e investigador de la caricatura. Difiere mucho en que sigue produciendo el cartón editorial, sus libros divulgan exclusivamente la economía y la política (nada de dieta, religión, o posiciones sexuales) y sus investigaciones no son en forma de historieta didáctica. “Dibuja y escribe; los dibujantes lo consideran un escritor y los escritores un dibujante” (ANN, 2006). Hasta ahora, tiene dos textos de investigación: *La historia de un país en caricatura. Caricatura mexicana de combate 1829-1872* (2000) y *El país del Ahuizote (la caricatura mexicana de oposición durante el gobierno de Sebastián Lerdo de Tejada 1872-1876)* (2005). El título se refiere a los periódicos *El Ahuizote* y *El Hijo del Ahuizote*. Además, El Fisgón realizó la curaduría de la exposición “Aires de familia”, colección de caricaturas de Carlos Monsiváis, ilustra libros para niños y ha dado talleres sobre hacer caricatura política. El talento de Patricio se descubrió en uno de los talleres.

Las dos investigaciones de Barajas no se han leído por la mayoría del público de la caricatura pero los hallazgos les llegan a través de entrevistas con el autor y artículos que ha escrito. Ahora El Fisgón es el caricaturista más consultado sobre la historia de la caricatura y su impacto. Refiere a la caricatura como un arma de combate. Cita al historiador Jacinto Octavio Picón diciendo que tal vez la caricatura es “la herramienta correctiva más poderosa, la forma de censura empleada por los oprimidos contra los opresores, por los débiles contra los fuertes... y también por los moralistas contra los corruptos” (2000, p. 19). Prácticamente responde a mi cuestión de tesis con la primera oración de su segunda investigación: “Desde la revolución francesa, la caricatura ha sido un actor importante en la arena política y no una simple válvula de escape para el desahogo popular” (2005, p.17). Parte de esa importancia Barajas atribuye a la habilidad de la caricatura de llegar a sectores analfabetas y semialfabetas como un instrumento didáctico. El problema aquí es que su estudio examina el contenido de las caricaturas del

pasado y no se puede sacar de un estudio de contenido la reacción del público.

El hallazgo más polémico de Barajas es que los moneros mexicanos de 1873 tenían más libertades que los de 1973 (citado en García, 2003, p. 236):

Descubrí que la lucha por la libertad de imprenta fue fuerte por parte de toda la fracción liberal, incluido Juárez; y que en tiempos de Don Porfirio Díaz, cuando no existía la libertad de imprenta, los periodistas tenían el valor de tomársela. Como caricaturista el hecho me provocó vergüenza... (citado en García, 2002, ¶ 4-5).

Como yo lo veo, Barajas compara manzanas y naranjas, como se dice en inglés. La mayoría de las caricaturas hoy en día se publican en periódicos y revistas nacionales, como son *Reforma*, *La Jornada*, *Milenio* y *Proceso*, con las limitaciones de ser publicaciones con gran alcance que discutí en el capítulo anterior. Es un sistema de publicación muy diferente a lo de siglo XIX, con caricaturas publicadas en folletos y revistas que no alcanzaban muchas ediciones ni muchos ejemplares. Llegaron a un público mucho más pequeño, selectivo y limitado principalmente a la ciudad de México. Pero el argumento de Barajas es lo que llega al espacio público y suena más entre las voces de la caricatura a pesar de los argumentos en su contra que sostienen lo difícil que es comparar medios en contextos con una diferencia de cien años (Falcón, comunicación personal, 1 de marzo, 2006).

4.4 Brozo – La caricatura política en la televisión



Figura 4.6
Brozo por Germán
Áviles.

Victor Trujillo daba las noticias vestido como el *Payaso Tenebroso* en su programa televisivo *El mañanero*, convirtiéndose en caricatura y, simultáneamente, en líder de opinión. Lo incluyo aquí porque, como parte de su programa, mostraba las caricaturas políticas del día. Como dice el caricaturista Gonzalo Rocha:

a veces, desgraciadamente, uno llega a lugares donde no nos

reconocen [a los caricaturistas] tanto por el periódico para el que trabajamos, sino porque nos vieron en la tele, vieron los cartones, no a nosotros, con Brozo, es la asociación, eso seguramente ha agrandado las posibilidades para que el trabajo lo vea mas gente, mas público, entre ellos, los jóvenes (citado en Ruiz, 2004).

Además de exhibir la caricatura, Brozo la explicaba, dándole el contexto que muchos televidentes faltaban para poder disfrutarla. Trujillo sigue dando las noticias y mostrando las caricaturas del día en su programa *El cristal con que se mira* pero el programa es más serio y no se sigue tanto como *El mañanero*, lo cual dejó de hacer en 2004 tras la muerte de su esposa quien producía el programa. Todavía da mucha importancia a los caricaturistas en México por entrevistarlos en su programa.

4.5 El tema fuera del espacio público

En su libro *¡Me lleva el TLC! El Tratado retratado*, El Fisgón incluye una caricatura de Magú (ver Figura 4.7) que concluye: “los cartones no sirven para nada”



Figura 4.7 Caricatura por Magú publicada en *La Jornada* y subsecuentemente en el libro de El Fisgón: *¡Me lleva el TLC! El Tratado retratado*.

(1993, p. 180). A pesar de que El Fisgón publicó decenas de cartones contra el Tratado de Libre Comercio (TLC) en *La Jornada*, Carlos Salinas, el presidente representado en el dibujo de arriba, firmó el tratado.

Por lo que escribí sobre El Fisgón, es obvio que no está de acuerdo con la declaración de Magú.

Él dibujó su respuesta (ver Figura 4.8). La última oración dice: “Magú tiene razón...”



Figura 4.8 Caricatura por El Fisgón en respuesta a la caricatura por Magú en Figura 4.7.

como los cartones vs. el TLC no sirven para nada, ya hice un libro vs. el TLC” (1993, p. 180).

Aunque estos cartones son en gran medida un juego entre Magú y El Fisgón, evidencian la división que existe entre caricaturistas acerca de su percepción de su papel en la sociedad.

Esta división no suele

salir a la superficie en el espacio público. Por eso aquí presento las variantes ideas de los caricaturistas en torno a su objetivo y su percepción de su público.

Son muy pocos los caricaturistas que perciben grandes cambios como resultado de la caricatura editorial, como Barajas, y menos que los esperan encontrar, como Rius. La mayoría caen en algún punto intermedio, como Helio Flores:

Nunca me he hecho ilusiones de que... la caricatura influya de manera muy poderosa para que haya una evolución veloz de la sociedad... Yo creo que nuestro trabajo crítico sí influye, pero levemente, como una gota de agua entre muchas otras... Aunque a veces pudiera pensar que no sirve para nada porque después de veinte años sigo tratando los mismos temas, criticando a los mismos personajes, y a veces pareciera que publicando hasta los mismos cartones, no creo que la situación sea tan poco optimista (citado en García, 2003, p. 120).

No es decir que no existen los extremos, como Magú, de nuevo: “¿Cuál es la reacción de la gente hacia mi tarea? No lo sé; pero cualquiera que sea, la imagino: mirarán el cartón,

lo criticarán y luego volverán a su trabajo. Ése es el triste destino de un cartón” (citado en García, 2003, p. 143). Pero este comentario parece ser lleno de sarcasmo si se compara con lo siguiente: “Yo creo que la caricatura política en México desde años atrás siempre ha jugado un papel crítico, un papel de influencia y actualmente se ha generalizado” (Magú en Alvirde & Castro, 1997, p. 104). Suena mucho más como un comentario de Falcón (citado en Corral, 2001, p. 107):

Cuando haces personificación y le das personaje a la gente, la gente se comienza a acostumbrar a ver quién es quién, y puede empezar a demandarles a sus gobernadores. Si empiezas a cotorrearlo por el lado donde cojea, logras transmitirle a la gente que puede empezar a protestar, puede empezar a moverse la opinión pública.

Entre los dos extremos, se encuentra a Naranjo con muchos más: “Nunca me he planteado solucionar problemas con una caricatura. Me concreto a señalar algo que me afecta y me molesta, cosas que creo deberían tener una solución” (1998, p. 11).

La medida de la influencia imaginada de la caricatura depende de la percepción del caricaturista de su propio público. “Como cualquier artista, [el caricaturista] tiene una especie de visión... de quién es su lector... No significa que tiene razón pero es a él que se dirige” (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). La manera en que el caricaturista imagina a su lector determina cuanto trabajo le deja para interpretar la caricatura. Como vimos, Rius imagina un público con poca preparación política y, como resultado, le provee mucha información. Similar a la perspectiva de Rius es la de Falcón:

En la construcción de la caricatura, trato de que los personajes políticos, protagonistas políticos, sean de los personajes habituales del lector, porque en ocasiones puedes incurrir en el vicio de los iniciados y entras en una elite muy enterada, pero el lector no sabe quién es fulano o quién es mengano. Hay que tratar de convertir a los políticos en personajes de historieta, para que se habitúe la gente y diga: ah, este es fulano, este mengano...que la gente, de alguna forma, reconozca a sus políticos, porque hay gente que si le pones a Diego Martín Mora, de la Secretaría de Educación, no lo reconocen, pero si lo pones dos, tres, cuatro veces en el cartón, el lector ya se va dando cuenta qué

hace y cómo es (citado en Corral, 2001, p. 108).

Al otro lado están personas como Jabaz (comunicación personal, 13 de octubre, 2005):

Siento yo que el dejar al lector a que complete el chiste es parte de un trabajo donde la haces partícipe... Recurrir a su memoria, recurrir a chistes que ya son de dominio público... Es como no darle totalmente digerido el mensaje que quieres dar, sino dejar a la otra persona que lo complete. Siempre es muy bienvenido de parte del lector porque es considerada una persona inteligente como lo que es. A mi me parece muy importante, lo repito, esa intervención por parte de la gente... de considerar el público-lector como gente lector capaz de hacer ese *switch*.

Concuerda Helio Flores (citado en García, 2003, p. 106):

No estoy de acuerdo en que al lector se le trate como un retrasado mental al que deba indicársele; ésta es una mesa, ésta una silla, etcétera, como si le estuviéramos dando lecciones. Desde luego es muy importante pensar en el tipo de persona que verá nuestro trabajo. Si mi caricatura aparece publicada en la sección editorial de un periódico, supongo que el lector que las ve es el mismo que lee los editoriales y ya tiene cierta información sobre el tema de actualidad. Por lo tanto, mi trabajo no es informativo, por un lado, y por otro estoy muy lejos de sentirme en el papel de dar lecciones. Considero que hay algo mejor que esto; motivar al lector para que dedique más atención a su contexto social, político, económico, cultural y se plantee interrogantes respecto de estos puntos y él mismo busque las respuestas.

Chavo resume el conflicto de las dos perspectivas en el comentario:

El problema con el cartón político es que para leerlo tienes que estar contextualizado. Hay muchos que me dicen: 'Chavo, tiene que ser al público en general', y otros que dicen: 'tiene que ser a la gente que está contextualizada.' Hay una disyuntiva. Yo voto más por gente contextualizada (comunicación personal, 2 de mayo, 2005).

La mayoría de los caricaturistas están de acuerdo con la votación de Chavo.

Aunque Falcón tiene un argumento muy fuerte de no querer caer en el elitismo, el riesgo es ser interpretado como alguien que quiere inculcar a los demás. Patricio está en contra de hacer caricaturas así: “No me gusta dar mensajes. Decirle a la gente lo que debe pensar. A través de contrastes creo una situación humorística. No busco tanto el dar el mensaje sino una reflexión” (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). Muchos caricaturistas sólo buscan expresar su opinión, sintiéndose privilegiados por tener un espacio en donde hacerlo, decir “qué ciudad quiero, qué México quiero, y qué mundo quiero” (Chavo, comunicación personal, 2 de mayo, 2005) y criticar.

La herramienta crucial para lograr todo esto es el humor. Como dice Falcón: “Antes que cualquier otra cosa soy caricaturista y luego político. Algunos colegas invierten el término. Por eso a veces ves cartones densos, tiranitas, doctrinarios: han puesto al humor por detrás y traen la consigna política por delante” (citado en Corral, 2001, p. 107).

Existe una minoría que son como Naranjo: “Tengo más facilidad para hacer llorar a los lectores que para hacerlos reír... generalmente no busco que la gente se ría. Lo que pretendo es que utilice su imaginación” (citado en García, 2003, p. 72). Pero casi todos los caricaturistas priorizan el humor como el elemento más importante de la caricatura por cómo lleva la crítica de golpe porque “no hay salida. No hay para donde hacerse con el humor” (Jabaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). Pero el humor no siempre implica risa. Explica Chavo (citado en Corral, 2001, p. 102):

Cuando trabajas con humor, tienes que entender que estás en una escala, en la escala de la carcajada. Hay caricaturistas que te hacen sonreír, y otros que te llevan a la carcajada. Es una escala muy sabrosa y tú puedes estar subiendo o bajando.

En los siguientes capítulos, hablo de las perspectivas del público de la caricatura sobre los temas de esta sección. Me pareció importante esbozar primero las ideas de los productores para entender mejor su trabajo, especialmente porque no siempre concuerdan con las ideas que hacen más ruido, como son las de Rius, Monsiváis, y El Fisgón.