

5. Metodología

En 1984 Janice Radway estudió mujeres fanáticas de novelas románticas. Ella hizo encuestas y entrevistas para saber cuál rol jugaba la novela romántica en sus vidas. El estudio no refleja las experiencias de todas las personas que leen dichos libros sino se acerca a la experiencia de algunas mujeres de un sólo pueblo de los Estados Unidos y sólo aquellas que dedican tiempo conscientemente a la lectura de novelas románticas. *Reading the Romance* (1991), el libro que narra el estudio, no resuelve todas las preguntas que la autora plantea al inicio. Eso requeriría una investigación cuidadosa y laboriosa de la trayectoria de desarrollo en las vidas de lectoras de novelas románticas. Pero, a pesar de sus limitaciones, el estudio da muchas pistas acerca de la experiencia de estas lectoras.

Inspirada en el trabajo de Radway, hice un estudio similar con la caricatura política. Hablé con fanáticos de la caricatura. Mi objetivo no era encontrar el “efecto” de la caricatura política pero, como hizo Radway, buscar el rol que juega la caricatura política en sus vidas. ¿Cómo la usan? ¿Cómo reaccionan a ella? ¿Por qué les llama la atención? ¿Les motiva a acción política o no? Pero antes de preguntar todo eso, empecé por buscar el público.

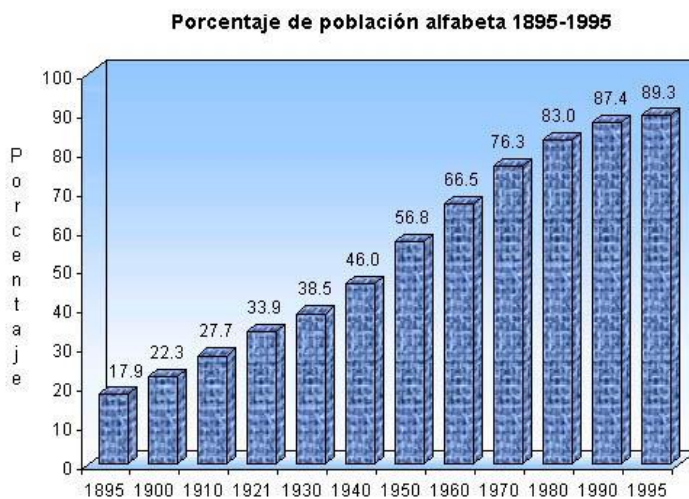
Tuve en mente desde un principio hablar con lectores de *La Jornada*, los periódicos del Grupo Reforma, y los periódicos del Grupo Milenio. Escogí estos tres grupos de periódicos porque llegan a un nivel más nacional que otros y son los menos probables de dar línea a sus caricaturistas (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). No quiere decir que no tengan sus maneras de censura sino que no son explícitos sobre los temas que quieren que sus caricaturistas toquen.

5.1 Lo que se sabe del público de la caricatura

Uno de los primeros pasos de un estudio de recepción es plantear quién es el público del género o medio en cuestión. Como bien dice Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005): “El problema básico sobre el público/receptor es resolver quién es el público...”. Fácilmente pude haber dedicado la tesis entera a resolver este

problema pero le dedico un sólo capítulo, siendo consciente de lo fundamental que es esta información al estudio entero.

Para empezar, las personas que revisan el cartón editorial con regularidad requieren una habilidad que los televidentes y los radioescuchas no necesitan: la habilidad de leer. Aunque hay un debate sobre la necesidad de poder leer para poder entender a una caricatura, porque algunos estudiosos y caricaturistas argumentan que las mejores caricaturas no llevan palabras, es improbable que alguien que no sepa leer se interese por la caricatura, como se publica en fuentes para lectores – como son los periódicos y la Internet. Aunque los niveles de analfabetismo han ido disminuyendo en



NOTA: Para determinar a los alfabetas, en 1895 se consideró a la población total; en 1900 y 1910, a la de 12 y más años de edad; en 1921, a la de 10 y más. A partir de 1930, la condición de alfabetismo se define con base en la población de 15 años y más, con excepción de 1950 cuando se tomó como referencia a la población de 6 y más años.

Figura 5.1. Porcentaje de población alfabetizada en México, 1895-1995. INEGI.

18 de julio, 2005).¹⁴ Se quiere decir, México no es un pueblo lector.

Además, los niveles de lectura difieren por región. Hay más lectores funcionales en las ciudades y un porcentaje significativamente más grande en la Ciudad de México y

los últimos 100 años (ver Figura 5.1), no todos los que saben leer lo hacen. El X Censo General de Población y Vivienda reveló que 14.4% de la población alfabetizada de 15 años o más indicó que acostumbraba leer. De ellos, 27.3% lee sólo cuentos, historietas, fotonovelas y revistas, 12% lee sólo periódicos y 20% lee sólo libros (en Sánchez Ruiz, 2005, p. 420). El mexicano promedio lee un libro por año, contando el famoso “libro vaquero” como libro (S. Schmidt, comunicación personal,

¹⁴ El libro vaquero es un libro pequeño tipo cómic que narra cuentos eróticos con la intención de llegar a un público masculino. Son muy baratos y muy populares.

en Monterrey que en Guadalajara, para comparar las tres ciudades más grandes del país (Fran, comunicación personal, 4 de octubre, 2005).

Los productos impresos presentan otro obstáculo: el precio. Se supone que la caricatura tiene más alcance que otras formas de expresión por incorporar imágenes y humor, pero su precio la limita mucho. Por ejemplo:

Rius tiene mucho discurso ideológico así, pero hay que reconocer que una cosa es su discurso, otra cosa es la realidad. Sus libros son caros. Antes sí, con las revistas de *Los Agachados* y *Los Supermachos* porque eran las revistas que estaban al alcance de la gente. Incluso, efectivamente, tenía una amplia difusión hasta personas de recursos económicos relativamente limitados. Eran muy baratos. Pero la caricatura se ha vuelto cara por muchas cosas (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005).

Rius es un ejemplo un poco lejano de este estudio porque se dedica primariamente en crear historietas didácticas en forma de libros con precios de 100 pesos o más. No es igual al cartón político, que se encuentra en revistas y periódicos. Pero Samuel Schmidt cita el mismo problema con revistas y periódicos, empezando con el ejemplo *Maraca News*, una revista de humor de Ciudad Juárez con cual se colabora:

Esa cosa vale 25 pesos. ¿Cuánto es el salario mínimo?¹⁵ Medio del salario mínimo. ¿Qué obrero le va a dedicar el medio del salario mínimo a una revista de humor...? Dices bueno, *La Jornada* sólo cuesta 10 pesos. 10 pesos es 20% del salario de un día. Es un cuarto de kilo de carne. Puedo comprar *La Jornada*, que es el periódico de las masas, o me voy con mi carnicería (comunicación personal, 18 de agosto, 2005).

Para dar una idea de cuantas personas se encuentran en esta posición, cerca de 70% de las familias mexicanas reciben ingresos inferiores a 600 dólares¹⁶ al mes y 40% menos de 250. Un gasto de hasta 22 dólares por comprar el periódico todos los días esta al alcance de apenas 9% de las familias con ingresos totales de más de 1200 dólares mensuales

¹⁵ 50 pesos por un día de trabajo. *Proceso* y *MilenioSemanal* cuestan 30 pesos.

¹⁶ Un dólar es equivalente a 11 pesos mexicanos, aproximadamente.

(Trejo, 2001). Además, es una minoría de la población que tiene acceso y conocimiento de la Internet para poder ver los periódicos con acceso gratuito y las páginas Web que exponen la caricatura.

Aunque esté limitado el público del cartón editorial en México, no hay duda que sí existe. Como la televisión y la radio tienen sus estadísticas de *ratings*, los periódicos tienen estadísticas de tiraje y sus versiones en Internet computan visitas a la página y a sus enlaces. También hacen su mejor esfuerzo por coleccionar datos sobre el público del periódico impreso. Por ejemplo, el periódico *Mural* encuesta entre 400 y 450 lectores suyos cada mes revelando que en agosto de 2002, 32% de los lectores accedían a las páginas de opinión y buscaban o leían la caricatura, mientras la media nacional está en un 10% (Corral, 2001, p. 116). Diego Petersen, director de *Público*, reporta que los cartonistas tienen el mayor *rating* y el editorial más importante es el cartón político (Corral, 2001, p. 115). Estos comentarios reflejan un poco sobre la audiencia del cartón editorial en términos de números e importancia pero no en términos de quienes son.

El consenso entre los estudiosos y caricaturistas es que la mayoría del público de la caricatura son jóvenes universitarios. Sacan sus conclusiones en gran parte por observar a quienes llegan a los eventos sobre el tema. Los caricaturistas suelen anunciar los eventos en su cartón editorial (ver Figura 5.2).



Figura 5.2 Caricatura por Magú de Roberto Madrazo. Abajo se ve sus indicaciones para asistir un evento de caricaturistas el día siguiente.

Ejemplos son una presentación de Magú, Helguera, Patricio y El Fisgón en la Casa de la Cultura de la ciudad de México, al cual asistieron “400 personas, la mayor parte jóvenes” (Domínguez, 2002, ¶ 1) o el Encuentro Internacional de la Caricatura e Historieta, un evento anual que forma parte de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara al cual asisten muchos estudiantes de preparatoria (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). El riesgo de sacar una conclusión de esta manera es no tomar en cuenta que el público de mayor edad puede seguir el cartón editorial con el mismo interés que los jóvenes, pero hay menos probabilidad que se anime a asistir a un evento por tener otras responsabilidades o por tener menos tendencia de idealizar los caricaturistas, como encontré en mis entrevistas.

Algo que enfatizo por todo el texto es que la caricatura política en México no es homogénea. Los caricaturistas más exitosos representan una variedad de estilos e ideologías, algo que no pasaba antes en la caricatura mexicana (Rius, 2004b, p. 228). Cómo lo explica Velasco (comunicación personal, 13 de octubre, 2005):

Es un público diferente para cada caricaturista. Los caricaturistas se forman su público incluso por el hecho de que cada caricaturista define su posición ideológica y eso atrae un cierto público. Realmente los lectores de, por ejemplo, Naranjo, no son los mismos lectores de Paco Calderón. Cada caricaturista crea su propio público... no únicamente por el contenido ideológico. También hasta por el dibujo mismo. Hay dibujos que atraen a ciertos lectores y repelen a otros. Por ejemplo, ciertos dibujos demasiado cuidados le resultan desagradables a gente que quiere algo más agresivo, más tipo Magú.

Tomando todos estos elementos que se sabe del público del cartón editorial en México, sin olvidarme de todo lo que no se sabe, empecé a buscarlo.

5.2 Buscando el público

Inicié por entrevistar a caricaturistas con la intención de ganar acceso al público a través de ellos. Ingenuamente, yo creía que todos los caricaturistas imaginaban las reacciones de su público en cuanto creaban sus obras y se interesaban en comunicar con

sus lectores para saber si lo habían imaginado como era – un poco como la búsqueda del punto de vista institucional de la televisión explicada por Ang: “la posición de objeto para ser conquistado¹⁷” (1993, p. 23). Estaba severamente equivocada.

Me comuniqué con caricaturistas de temas locales de Guadalajara y posteriormente con caricaturistas de temas nacionales en Guadalajara, la ciudad de México y Veracruz. También me puse a leer entrevistas con caricaturistas, primariamente los textos *La Caricatura en Trazos* por Elvira García (2003) y *La caricatura política de Jalisco y su participación en la construcción de la opinión pública* (2003), una tesis de licenciatura de Miguel Corral Chagolla. Descubrí que los caricaturistas se interesan por su público en grados diversos y, como consecuencia, su contacto con ello varía mucho. Mis hallazgos están en la sección *El tema fuera del espacio público* del Capítulo 4. Eventualmente encontré a tres caricaturistas que publican a nivel nacional, interactúan regularmente con su público y se interesan mucho por ello. Pero duré mucho tiempo en encontrarlos. Mientras, seguía buscando el público.

Antes de continuar, quiero mencionar que una cosa importante que saqué de las entrevistas con los caricaturistas era referir a los lectores como “el público” y no como “la audiencia”. Audiencia es una palabra que se usa más para televidentes y radioescuchas. Cuando la usaba con los caricaturistas, me miraban como si les hubiera dicho que me gustaban los tacos con mantequilla de cacahuete. Con la palabra “público” siempre sabían a que me refería. Desde entonces, he aplicado la palabra “público”.

5.3 Entrevistas preliminares

Hasta encontrar a los tres caricaturistas mencionados, entrevisté a cualquier persona que mencionaba interesarse por la caricatura política – amigos, amigos de amigos, mis estudiantes, sus amigos etc. De estas entrevistas, buscaba armar una metodología que podría funcionar, por ejemplo comparar un grupo de lectores de Guadalajara y un grupo de México o comparar un grupo de lectores involucrados en la política y un grupo no involucrado, etc. Una de mis entrevistadas habló de su experiencia como estudiante del Instituto de Ecología de la UNAM. Un grupo de más de 12 amigos suyos compartía un interés feroz por la caricatura – discutiéndola todos los días,

¹⁷ The position of object to be conquered.

pegándola en los muros de la escuela, eligiendo un cartón del día y juntándose en mítines con los cartones en mano. Poco después, me subí a un camión para el Distrito Federal.

En total, hablé con nueve personas en la ciudad de México y siete en Guadalajara. Ninguna de estas entrevistas se incluye aquí como entrevista final pero todas me ayudaron a diseñar las siguientes entrevistas y a formular mejor lo que yo buscaba cuando yo decía “público” de la caricatura. Descubrí que me faltaba una distinción como la que hace John Ellis en sus teorías de la televisión – entre *viewers* (aquí lectores) y *audience* (aquí el público en general).

Viewers son individuos, personas que usan la televisión dentro de sus contextos sociales domésticos y de grupos. Son las pocas personas que... escriben a los locutores o a los periódicos, expresando sus opiniones... *Audiences*, sin embargo, no tienen estas características irritantes. Son aglomeraciones creadas por la investigación estadística. No tienen voces y... ellos ‘corresponden’ a grupos socioeconómicos y tienen unos pocos elementos generales de educación y cultura. *Audiences* no usan la televisión, la ven y la consumen¹⁸ [cursivas añadidas] (citado en Ang, 1991, p. 37).

Yo me había dado el trabajo más complejo de buscar *viewers* y no *audiences*. No era suficiente hablar con personas que revisan el periódico con frecuencia y pasan por las caricaturas en el camino, como terminaron siendo varios de mis entrevistados preliminares. Yo necesitaba personas que agarraban un periódico con la intención de ver la caricatura antes de soltarlo. ¿Pero cómo encontrarlos, y de una manera que se pudiera defender metodológicamente?

Después de un periodo de descubrimiento – el acercamiento a la caricatura política de México, sus productores y sus lectores – sabía que necesitaba: no sólo caricaturistas que se interesan por su público, cómo originalmente lo había pensado, sino un público que se interesa por sus caricaturistas. Hay pocas pruebas mejores para mostrar su interés en algo que buscar la persona que la haya creado. Pronto después, encontré a

¹⁸ Viewers are individuals, people who use TV within their domestic and group social contexts. Viewers are the few people who... write to the broadcasters or to newspapers, expressing their opinions. Audiences, however, do not have these irritating characteristics. Audiences are bulk agglomerations created by statistical research. They have no voices and... they ‘belong’ to income groups and are endowed with a few broad educational and cultural features. Audiences do not use TV, they watch it and consume it.

los tres hombres que me iban a poder proveer fanáticos de la caricatura con diversas ideologías, edades, profesiones y procedencias: Hernández, Patricio, y Calderón.

5.4 Las páginas de...



Figura 5.3 Las firmas de los tres caricaturistas en el orden – Hernández, Patricio, Calderón.

Hernández, Patricio y Calderón tienen interés en lo que piensa su público y los recursos para poder acceder a esta información. Los tres publican a nivel nacional¹⁹ y mantienen sitios Web con acceso gratuito a su obra. En sus cartones se encuentra la información de su sitio y de su correo electrónico.²⁰ La mayoría de los más importantes caricaturistas no tienen página. Hernández lo atribuye a su edad y que “no les ha caído el veinte de la importancia del Internet” (comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Lo que separa a los tres son los periódicos en que publican (*La Jornada*, el Grupo Milenio, el Grupo Reforma), sus ideologías, sus filosofías de la caricatura y sus estilos de dibujo. En la sección, *El hombre y su caricatura* del Capítulo 6, explico en detalle sus diferencias para proveer el contexto necesario para los comentarios de los lectores. Aquí sigo con la metodología, explicando la comunicación que los caricaturistas tienen con su público para llegar a la manera en que ubiqué al público de cada uno.

¹⁹ Publicar a nivel nacional no significa llegar a toda la nación.

²⁰ Calderón incluye las dos cosas sólo en su editorial ilustrado del domingo, lo cuál tiene más tiraje que sus otros cartones. Otros caricaturistas proveen una dirección de correo electrónico (ej. Jabaz, Fran, Osvaldo) y/o mantienen una página Web (ej. Osvaldo, Trino, Dosel, Boligán), pero ningún otro hace ambos y publica cartones a nivel nacional que tratan de temas políticos. Algunos no incluyen su correo electrónico por temer ataques cibernéticos de sus enemigos (Falcón, comunicación personal, 1 de marzo, 2006).

5.4.1 Hernández



Figura 5.4 La página de inicio del sitio Web de Hernández, www.monerohernandez.com el 8 de octubre, 2005 antes de incluir un foro.

Hernández empezó su página en noviembre de 2004 por su preocupación por su público joven. Como él dice: “Hay mucha gente sobre todo de 30 años por abajo que ya solamente entiende la vida a través de Internet. No compran periódicos, no compran revistas. Todo es a través de Internet. Llegar a este público es importante” (comunicación personal, 10 de octubre, 2005). En los meses que estaba yo haciendo mis entrevistas su página Web incluía (ver Figura 5.4 desde la esquina superior izquierda) una galería de retratos de personas famosas, su dirección de correo, su último cartón inédito, los cartones que ha publicado en los últimos cinco meses, su curriculum vitae, un libro de visitas, enlaces a otras páginas, un artículo de *Proceso* sobre su caricatura, trabajos que ha hecho junto con Helguera para *Proceso*, el cartón del día y la información de Claudia

Flores Lobatón, quién programa y mantiene el sitio. Desde entonces, ha incluido un foro, ha quitado el artículo de *Proceso* y ha ampliado cada sección.

Responder a todos los correos electrónicos que recibe es una prioridad para Hernández, algo que sorprende a sus lectores porque pocos, como articulistas o columnistas, les responden. En cambio, Hernández dice (comunicación personal, 10 de octubre, 2005):

Se me hace importante tener contacto con los lectores. Me di cuenta de eso con los correos y con la página... Llegan los violentos, yo los contesto, y el siguiente correo le baja... Cuando uno escribe argumentos, ellos se dan cuenta de que no están argumentando, simplemente están descalificando. Los obligas a argumentar. Si no tienen argumentos pues no les queda de otra más que aceptar que están equivocados. Finalmente, se da un diálogo que es muy interesante, que es muy enriquecedor para mí. Me ayuda a conocer mucho de los lectores.

A pesar de su timidez con las nuevas tecnologías, Hernández sigue las estadísticas de su página. Por ejemplo, me platicó de un día que hubo 1,200 visitas a su página, que son muchísimas, especialmente porque era un cartón que ni le gustaba.

Encontré mis entrevistados por el *Libro de Visitas*. Empecé por analizar los comentarios del inicio hasta el 14 de septiembre, 2005. De los 67 comentarios, más de diez se quejan de algún elemento del gobierno. Un número similar menciona el elemento de humor con una referencia al humor particular del mexicano. Diez personas siguen la caricatura de varios autores en varios medios mientras seis mencionan leer el periódico todos los días con la intención de ver el trabajo de Hernández. Cuatro hacen referencia a un pensamiento crítico y cuatro hablan de desahogarse sobre el gobierno con el acto de leer caricatura, como el comentario: “El trabajo de moneros como Hernández es oxígeno ante la degradante situación del país con sus mafias políticas de todos los colores”.

Cuatro personas dan las gracias a Hernández por defender su dignidad, explicando que el gobierno los trata como si “fueran pendejos” pero con la caricatura les muestra a los políticos que la gente sabe lo que ellos hacen. Por ejemplo:

Sabías que con los moneros nos desquitamos un poco del mugre gobierno que tenemos, de la injusticia, de los políticos estúpidos que creen que la gente es idiota y les cree toda la sarta de mentiras que dicen Montiel con su M que mueve. El partido naranja con su ridículo anuncio que no dice nada, Creel con su cuento de bueno e incorruptible y bueno no le sigo porque no termino. Bien por ti, bien por tu trabajo. Eres nuestra válvula de oxígeno a toda esta sarta de políticos asquerosos.

Varios elogian a Hernández por seguir “en pie de lucha”, como lo dice una señora. Un joven admira a Hernández por su “rebeldía” y un señor dice:

Creo que ya podemos estar tranquilos pues la tradición o escuela de grandes maestros como Rius, esta a salvo con moneros de tu categoría que no temen a decir y a dibujar las cosas como son y a defender su dignidad, por encima de lo que sea...

Otro pide que Hernández considere tratar un tema en particular en su obra “porque tú puedes ayudar a esos mexicanos que huyeron por hambre del país”. Asume que las caricaturas de Hernández tienen la influencia de poder ayudar a un grupo de ciudadanos.

En el *Libro de Visitas*, se puede ver todo el texto del comentario y la fecha que se mandó pero no el correo electrónico del autor.²¹ Con el permiso de Hernández, me comuniqué con Flores Lobatón. A su petición, le di una lista de 15 personas que quería entrevistar, menos que un cuarto del total de 67. Escogí las personas más entusiastas y más expresivas, excluyendo las que aspiran ser caricaturistas, las que habían llegado a la página por accidente y no mexicanos. Ser expresiva no es un criterio muy metodológicamente defendible pero sabía que las entrevistas iban a ser más productivas si yo ya hubiera probado la capacidad de los entrevistados de expresarse bien sobre el tema. En mi defensa, Janice Radway usó un criterio muy similar en *Reading the Romance*. Al inicio de su trabajo de campo evidenció que “las mujeres no estaban acostumbradas a examinar su actividad en detalle²²” (Radway, 1991, p. 47). De 16 participantes en grupos de discusión, Radway escogió las cinco lectoras más entusiastas y

²¹ Una persona proporciona su correo electrónico dentro del texto de su mensaje. Le escribí pero nunca recibí una respuesta.

²² ...the women were not accustomed to examining their activity in any detail.

que mejor articulaban sus ideas para entrevistas particulares. Aunque yo no empecé con entrevistas grupales, también fui selectiva en mi búsqueda de entrevistados. Como las entrevistadas de Radway, muchos de mis entrevistados expresaron que nunca se habían puesto a pensar tanto en la caricatura hasta que yo llegué preguntando.

Ocho personas respondieron a mis correos electrónicos pidiendo una entrevista y los entrevisté a todos. Uno había escrito a la página de Hernández pero hablando de la caricatura de Patricio. Aunque lo encontré a través de la página de Hernández, considero sus comentarios en conjunto con los seguidores de Patricio. Los siete que quedaron son los seguidores de Hernández que entrevisté.

Durante todo el estudio evité mandar correos masivos porque sabía que habría menos probabilidad que las personas respondieran. Aunque cada correo decía básicamente lo mismo, intentaba mencionar algo particular del correo que la persona había escrito a Hernández para hacerlo más personal todavía (ver Apéndice A).

5.4.2 Calderón



Figura 5.5 Un detalle del editorial ilustrado de Calderón publicado el 1 de enero, 2006 en *Reforma*.

Calderón empezó su página Web en el año 2000 por “motivos bobos” en sus palabras: interés, curiosidad, divertimento y la simple razón de dar acceso gratuito a su trabajo (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). Entre él y su hermano, Salvador Calderón, la administran. Las caricaturas están disponibles el día de publicación y se guardan en un archivo de las caricaturas publicadas desde que la página empezó. Se puede votar por sus cartones favoritos y comentar sobre cada uno. En adición, se encuentran textos escritos por Calderón, anuncios de su libro *La Lata del Domingo*, artículos sobre Calderón, encuestas, fotos de su boda (anteriormente), estadísticas de la página, grabaciones y un foro de amigos.

En agosto de 2005, después de combatir los problemas que vienen con abrir un espacio para comentarios en Internet, Calderón decidió limitar el acceso al foro. Ahora para accederlo se tiene que registrar. Calderón y Salvador reservan el derecho de negar acceso a participantes que no siguen las reglas de comportamiento establecidas. Se puede leer los comentarios del viejo foro pero no se puede añadir un comentario nuevo.

Muchas cosas cambiaron con el cambio de foro. En particular la participación de Calderón bajó. Sus lectores lo atribuyen a su nueva vida - se casó en octubre de 2005 -

pero sigue proponiendo temas, respondiendo a los participantes y siendo el caricaturista mexicano con más contacto con su público.

A diferencia de Hernández, Calderón no contesta a insultos ni por correo ni en su página, al menos que sean en términos civilizados. Aunque personas lo han criticado por eso, que “Él que no le gusta el calor, no se mete en la cocina” su respuesta es “En mi página, tú no vienes a insultarme” (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005).

Salvador y Calderón se esfuerzan constantemente por mejorar el foro y el sitio. Piden consejos a los miembros y los escuchan muy bien. Por esa razón, la página ha tenido tanto éxito. Calderón no es nada humilde y toma varias oportunidades para anunciar este éxito, como su *post* del 25 de diciembre, 2005 (ver Figura 5.6) y el último cuadro de su editorial ilustrado para el año nuevo (ver Figura 5.5).

Me hice miembro del foro y, con el permiso de Calderón, busqué mis entrevistados a través de un *post* (ver Apéndice A). No participé en el foro aparte de buscar entrevistas. Pude haber sacado mucho de un análisis del foro pero es tan inmenso que me limité a las entrevistas. Cuatro personas respondieron al anuncio. Entrevisté a todas. Después de varias semanas de esperar que respondieran más, revisé los perfiles de las personas más activas en el foro por la misma lógica con que buscaba las personas más expresivas del *Libro de Visitas* de Hernández. Aunque había 1913 usuarios el día 30 de enero de 2005, menos de 120 personas habían escrito al foro. Escribí a ocho personas que escribían al foro varias veces por semana e incluían su dirección de correo electrónico entre sus datos. Entrevisté a las cuatro que respondieron pero decidí no incluir una de las entrevistas porque la entrevistada no sabía mucho de la caricatura mexicana sino de la caricatura de otros países.

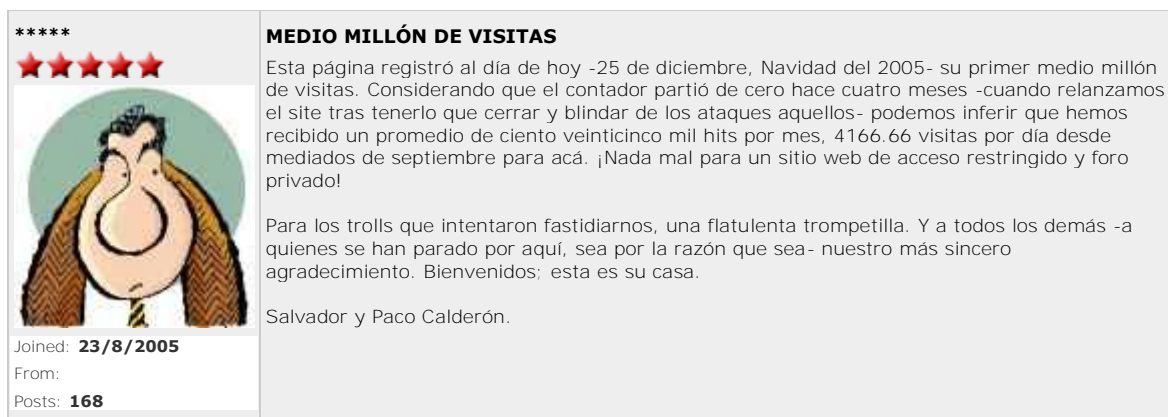


Figura 5.6 Un *post* de Calderón en su propio foro celebrando su éxito.

5.4.3 Patricio



Figura 5.7 La imagen principal en la página de inicio del sitio Web de Patricio, www.losmiserables.com.mx. La página está en Flash lo que permite que los personajes aquí se muevan y hagan ruido cuando el cursor está encima.

Patricio empezó su página hace casi dos años, poco después de que el Grupo Milenio empezó a cobrar el acceso a sus periódicos por Internet. Patricio estima que en este cambio perdió casi 80% de sus lectores por la gran reducción en correos electrónicos que recibía (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). Después de leer varios textos, concluyó que la mayoría de su público es muy joven y busca su obra en línea mucho más que en los medios impresos, como concuerda Hernández. Patricio también quería crear una antología de su trabajo para no perder la cotidianidad. Siempre está la posibilidad de hacer libros pero no es tan fácil hacer un libro como antes y, después de haberlo hecho, Patricio no quedó muy satisfecho con el proceso. Además, no le interesa la mercadotecnia y no es el propósito de su página.

En noviembre de 2005, la página tenía casi todos los cartones de Patricio (ver Figura 5.7). Desde la esquina inferior izquierda hacía la derecha se ven las ligas para las tiras *Hombreman*, *Los Miserables*, *La enchilada completa*, cuentos suyos (como tiene

Calderón), y puras viejas (caricaturas de cuando apenas estaba empezando). Cómo Hernández, tiene su biografía y enlaces a otros sitios. A diferencia de Hernández y Calderón, Patricio no pone sus caricaturas en su página hasta un rato después de que se publiquen en los periódicos ya que a Patricio se le hace injusto porque el Grupo Milenio financia la página. Actualizaba su página cada cuatro o seis semanas.

Cuando Patricio y yo hablamos (Octubre, 2005), mencionó el deseo de hacer su página más interactiva. Dentro de dos meses, abrió un foro que todavía no ha visto mucho uso. Como la página no tenía un foro cuando inicié mis entrevistas, Patricio me mandó 19 correos que había recibido de su público. De los ocho que me respondieron entrevisté a todos menos uno, quien nunca logré encontrar. Descalifiqué otro por no tener mucho interés en la caricatura. Terminé con seis entrevistados que encontré por los correos electrónicos que Patricio me mandó y un entrevistado que, equivocadamente, mandó un mensaje para Patricio al *Libro de Visitas* de Hernández

5.5 Observaciones de la metodología

De aquí en adelante refiero a los seguidores de cada caricaturista como el grupo Hernández, el grupo Calderón y el grupo Patricio para ahorrar espacio. Además, cada entrevistado se identifica por una colección de tres o cuatro letras. Desarrollé un sistema de identificación para proteger su identidad.

5.5.1 Mi nacionalidad y el idioma

Aunque al momento de hacer las entrevistas yo llevaba dos años en México y muchos más hablando el español, son pocos los que se engañan por pensar que el español es mi lengua materna. Además, tengo una “facha gringa” muy pronunciada. Hice mis entrevistas preliminares en persona entonces no había ninguna duda de que si fuera o no fuera mexicana. Además, casi todos los entrevistados fueron amigos o amigos de amigos entonces ya me conocían en parte y no se interesaron tanto en el hecho de que soy extranjera o les daba pena platicarlo.

Fue hasta las entrevistas formales que mi nacionalidad y mis habilidades de lengua se presentaron como variable en mis entrevistas. De las 21 entrevistas, sólo una se hizo en persona. Las de más fueron por teléfono (5), por MSN Messenger (7) o por

correo electrónico (8). Algunos entrevistados imaginaron por mi nombre (Ruby Sheets) que no era mexicana pero otros pensaron que era un nombre que sólo usaba para Internet.

Al primer grupo a quien entrevisté, el grupo Hernández, avisé desde el inicio de cada entrevista mi nacionalidad para sentirme libre de preguntarles a los entrevistados el significado de las palabras que no entendía y para que sintieran la misma confianza si no me habían entendido a mí. Me di cuenta que muchos, como reacción, se pusieron a explicar México (cómo es, quiénes son los caricaturistas importantes, etc.) como si yo hubiera llegado al país el día anterior. Con el grupo Patricio, el segundo grupo, no les comenté de mi nacionalidad, a menos que ellos me preguntaran, aunque era más obvio en mis entrevistas por teléfono (3) y en persona (1) que por correo (3). Descubrí que la entrevista perdía algo cuando no indicaba mi nacionalidad desde un principio. Aunque los del grupo Hernández frecuentemente explicaron detalles que no necesitaba que me aclararan, entendí por las entrevistas del grupo Patricio que estos detalles solían ser las anécdotas más importantes de la entrevista porque revelaban la perspectiva de los entrevistados sobre su país. Regresé a mencionar mi nacionalidad desde un principio en las entrevistas del grupo Calderón.

Con el grupo Calderón, mi origen no fue un asunto tan importante porque varios eran de la frontera (3) o del norte del país (2). En cuanto les decía de mi nacionalidad casi todos ofrecieron hacer la entrevista en inglés. Los del grupo Calderón solían ser los más capaces en inglés, posiblemente por sus edades y ubicaciones. *Posts* de artículos y comentarios cortos en inglés son muy comunes en el foro de Calderón.

5.5.2 Nuevas tecnologías

Yo siempre dejaba que los entrevistados decidieran como haríamos la entrevista. Mi orden de preferencias fue 1 – en persona, 2 – por teléfono, 3 – por MSN Messenger y 4 – por correo electrónico. A pesar de mi jerarquía de vías de entrevistas, MSN Messenger solía ser la más efectiva. Da la sensación de estar en una conversación, pero sin ver o escuchar a la otra persona el entrevistado tiene más tiempo para pensar sus respuestas y para controlar un poco más el ritmo de la entrevista. Un entrevistado que no acostumbraba escribir a máquina negó la invitación de hablar por teléfono porque “este

medio me da la oportunidad de conectarme un poquito antes de emitir algún juicio, lo que no da el teléfono” (HBM).

Lo difícil de entrevistar por MSN Messenger es saber cuando alguien ha terminado de contestar una pregunta. Yo solía interrumpir a los entrevistados y a veces ellos me estaban esperando porque necesitaba leer sus largas respuestas antes de continuar. Empecé a tener mi siguiente pregunta lista y el momento que ellos dejaban de contestar, la hacía para que estuvieran pensando en la pregunta nueva durante que yo leía su última respuesta.

La ventaja más pronunciada de MSN Messenger es que deja abierta la conversación. Ya que alguien está en una lista de contactos, es raro que se quite. Como resultado, sigo en contacto con la tercer parte de los entrevistados. Por esta sensación con el MSN Messenger de estar en una conversación pero sin las intimidades de verse o escucharse, los participantes estaban más relajados y hasta se sentían más libres en sus respuestas. Sentían mayor confianza.

6. Resultados

6.1 Encontrando el público

Ya que encontré a mis entrevistados a través de la Internet, tenía la preocupación de que iban a terminar siendo jóvenes metidos en el ciberespacio y poco representativos del público de la caricatura política. Tenía razón por preocuparme pero sólo en parte.

La edad promedio de los entrevistados es de 33 años (6 tienen entre 18 y 25 años, 8 tienen entre 26 y 35 años, 4 tienen entre 36 y 45 años y 3 tienen entre 45 y 57 años). El grupo Calderón tiene entre 21 y 31 años mientras que el grupo Hernández y el grupo Patricio tienen un rango mucho más grande, Hernández de 18 a 55 años y Patricio de 27 a 51 años (ver Figura 6.1). Estoy convencida de que el grupo Calderón tiene un rango de edad tan corto porque todos son participantes en un foro cibernético. Poca gente con familia y mayores responsabilidades tiene tiempo para participar en un foro de discusión. Además, personas más grandes no suelen tener tanto interés en meterse en la Internet en su tiempo libre, como Hernández menciona de los caricaturistas. Por esas razones, creo yo, encontré un público, por los menos de Calderón, desproporcionadamente joven.

Haber encontrado los grupos Hernández y Patricio por sus correos electrónicos no parece haber dado el mismo resultado. Las edades de los entrevistados

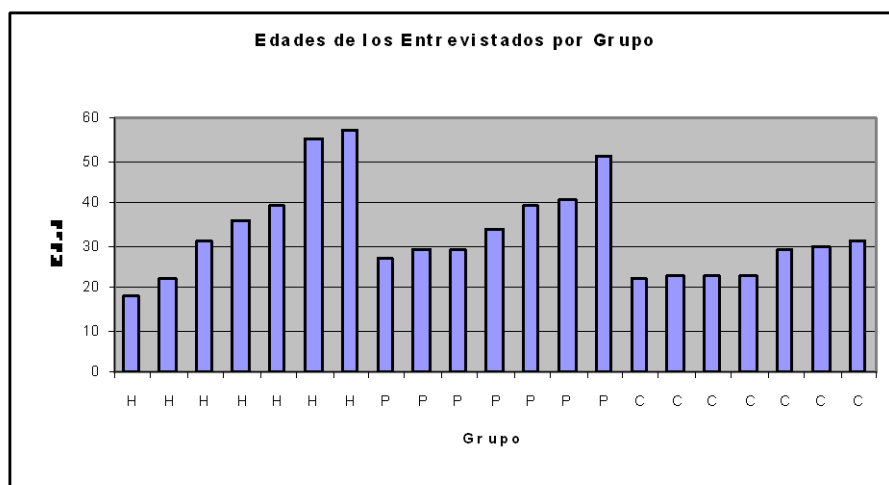
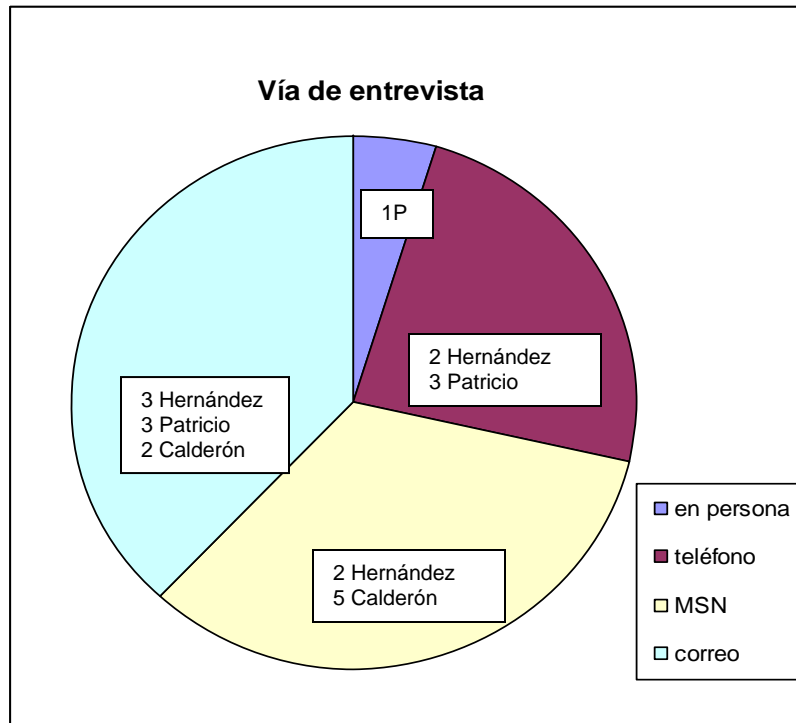


Figura 6.1 Las edades de los entrevistados organizado por grupo (el caricaturista a quién sigue).

son más variadas y también su uso de Internet. Se nota las diferencias en sus elecciones de la vía de entrevista. Del grupo Calderón, todas las entrevistas fueron por Internet, cinco por MSN Messenger y dos por correo electrónico. En cambio, ninguna entrevista



del grupo Patricio fue por MSN Messenger y apenas tres fueron por correo electrónico (ver Figura 6.2). Del grupo Hernández, algunos habían entrado en la página de Hernández una sola vez – la vez que mandaron el correo. Del grupo Patricio, muchos nunca habían visto su página, sólo le habían escrito.

En términos de distribución por el país, la mayoría de los entrevistados son de la ciudad de México (6) o Guadalajara (4) (ver Figura 6.3). Otros lugares representados por el centro del país son Puerto Vallarta, León, los Altos de Jalisco y Xalapa. Del norte hay personas de Saltillo (2), Monterrey y Torreón y en la frontera, Tijuana, Mexicali, y Ciudad Juárez. Los tres entrevistados de la frontera son del grupo Calderón. Dos trabajan en los Estados Unidos. Uno comentó que vivir en la frontera cambia su percepción de la política mexicana: “Al estar viendo todos los días el primer mundo te dan ganas de que las cosas sean de una manera diferente como que estás viendo la meta todos los días” (CCC). El tercero es estudiante en México pero preferiría ir a la escuela cruzando la frontera (CCT).

La obra de los tres caricaturistas es mucho más accesible en la ciudad de México que en otros lugares. Por ejemplo, en Guadalajara los puestos de periódicos y revistas reciben muy pocas copias de *La Jornada*. En Tijuana, *Reforma* llega sólo los domingos. Antes revistas como *El Chamuco* llegaban a todo el país pero ahora no hay una revista de humor gráfico y político con el mismo alcance. Como resultado, las personas que viven en la frontera acceden a la caricatura por Internet.

Todos los entrevistados están en el proceso de adquirir su título de licenciatura o ya lo tienen. Sus ocupaciones son abogado, contador público, empleado en el departamento de comercialización de un periódico, médico, investigadora, diseñador gráfico (2), maestro de preparatoria, ingeniero (4, uno jubilado), arquitecta, diseñador de software, comediante y ama de casa. Tres personas trabajan y estudian. Dos sólo estudian.



Figura 6.3 Mapa de la República de México mostrando la ubicación de cada entrevistado.

6.1.1 Asuntos particulares del grupo Calderón

Seis de los siete del grupo Calderón han participado en el foro desde el anterior o cerca al inicio del nuevo foro. Uno era el decimocuarto en registrarse. Otro se registró el 30 de agosto de 2005 y para el 14 de enero de 2006 ya había escrito 634 comentarios al foro - un promedio de más de 4 comentarios por día. Pero no todos participan tanto. Sólo dos hacen lo mejor para revisar el foro todos los días mientras la mayoría entran al foro entre dos y cinco veces semanales. Una se registró apenas un mes antes de la entrevista y todavía no había participado mucho cuando hablamos. Otro participante explica su limitada participación: “Lo leo con frecuencia, pero casi no participo por falta de tiempo... hay que estar concentrado en eso, porque si no, se pierde la secuencia de la discusión” (CHM).

La atracción del foro es la cordialidad, respeto e inteligencia de los interlocutores, uno de ellos siendo Paco Calderón. Dos entrevistados decidieron integrarse al grupo por esa razón: “Quería compartir mis puntos de vista con Paco, y así lo he hecho. Cuando tengo duda, le pregunto y lo padre es que se da el tiempo para contestar las dudas” (CHS1).

6.2 El hombre y su caricatura

Antes de seguir con las practicas y observaciones de los entrevistados, es importante hablar en más detalle sobre los tres caricaturistas – Hernández, Calderón, y Patricio. Aunque los participantes no se limitan a leer las obras de estos tres caricaturistas, cada grupo considera a su caricaturista su favorito y hace sus observaciones se en torno a su favorito. Se entienden mejor las perspectivas de los participantes con las ideologías de su caricaturista favorito en mente. Previamente, presenté información sobre los caricaturistas más importantes de México hoy en día, pero aquí doy más detalle de los tres principales que representan tres ejes muy diferentes dentro de la caricatura política.



José Hernández
La Jornada, Proceso
www.monerohernandez.com
jose@monerohernandez.com

Figura 6.4 Un autorretrato de Hernández con su firma abajo, sus fuentes de publicación, la dirección de su página Web y su dirección de correo personal.

6.2.1 Hernández

José Jorge Hernández García es caricaturista que radica en el Distrito Federal. De 2001 hasta septiembre de 2005 publicaba con el Grupo Milenio en ambos el periódico y la revista. Desde el primero de septiembre de 2005 publica su cartón editorial en *La Jornada* e ilustra la última página de la revista *Proceso* con un comentario político y dibujos en conjunto con Helguera.

Ha trabajado con Rius, El Fisgón, Helguera y Patricio en varios proyectos, como *El Chahuistle*, donde prácticamente inició como caricaturista, y *El Chamuco*, como co-director (Rius, 2004b, p. 215). Es co-autor de una serie de historietas didácticas en la tradición de Rius con El Fisgón y Helguera sobre los últimos tres sexenios y uno sobre el desafuero de

Andrés Manuel López Obrador. Para él estos libros son una oportunidad de informar al público y de crear antologías de su trabajo cotidiano para que sus cartones editoriales tengan vigencia por más de un día.

Hernández compara su trabajo con el papel del niño en el cuento del rey desnudo. En el cuento el rey sale en un desfile del pueblo vestido de lo que unos rateros le han convencido que es un traje de oro pero realmente esta desnudo. Todos lo ven pero nadie dice nada por no querer contradecir al rey, hasta que un niño grita – El rey no lleva ropa. – Hernández quiere ser este niño, que señala las mentiras del gobierno (Casas, 2005).

Como hay una historia de injusticias y de abusos de poder muy fuerte [en México], por



Figura 6.5. Las portadas de los dos libros más recientes de Hernández.

eso puede haber una tradición muy fuerte de crítica política de caricatura en lo político... Ese deseo de tomar venganza aunque sea en la caricatura. Si no se puede encarcelar a Carlos Salinas en la realidad, pues por lo menos vamos a encarcelarlo en nuestros cartones... Que se haga justicia por lo menos en los dibujos (Hernández, comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Con su trabajo cotidiano, su objetivo es:

Llegar al lector informado y compartir con la indignación, mi coraje, mi burla sobre ciertas cosas. El cartón es un golpe fuerte y la información, o lo que dice el cartón, se tiene que dar de golpe. Cuando se necesita dar información mas específica, una historieta funciona muy bien... Yo no sé si nosotros, haciendo estos libros, haciendo revistas como *El Chamuco*, conscientizamos a los lectores. Yo creo que los lectores son muy conscientes de las cosas. En todo caso, sí es importante luego proporcionar información. Algunos de los caricaturistas que no están de acuerdo con eso dicen que, no, no, no, el trabajo de un caricaturista es hacer reír. Yo creo que esta bien que haga reír pero también es importante lo otro (comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Hernández no pretende ser imparcial:

Finalmente, pues, un cartón es un editorial. La caricatura es un género de opinión. Por tanto en la caricatura yo voy a reflejar la opinión que yo tengo del tema... La caricatura es subjetiva y es parcial, porque es MI opinión. Claro, esta opinión tiene que estar basada en hechos concretos, periodísticamente verificables. No en cosas que se me ocurren a mi no más porque sí (comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Por su formación como pintor, Hernández tiene un estilo muy preciso de dibujar. Los personajes de sus caricaturas varían pero suelen ser los gobernantes. De vez en cuando dibuja a la gente popular. También ilustra protagonistas que son personas de su propio público – gente de clase media informada sobre la política (ver Figuras 6.6 y 6.7).

EN LUGAR DE HACER CAMPAÑA...



EN CHIAPAS...



MÁS VALE PREVENIR...



Figura 6.6 Tres caricaturas de Hernández que ilustran sus tres tipos de protagonistas. Todos se publicaron en *La Jornada* en las fechas indicadas.

Políticos

En lugar de hacer campaña...

23 de octubre, 2005

La clase popular

En Chiapas...

1 de noviembre, 2005

El público

Más vale prevenir...

10 de noviembre, 2005

La Gallina Marta en...
UN HUEVO MUY IMPUNE
 por Helguera y Hernández

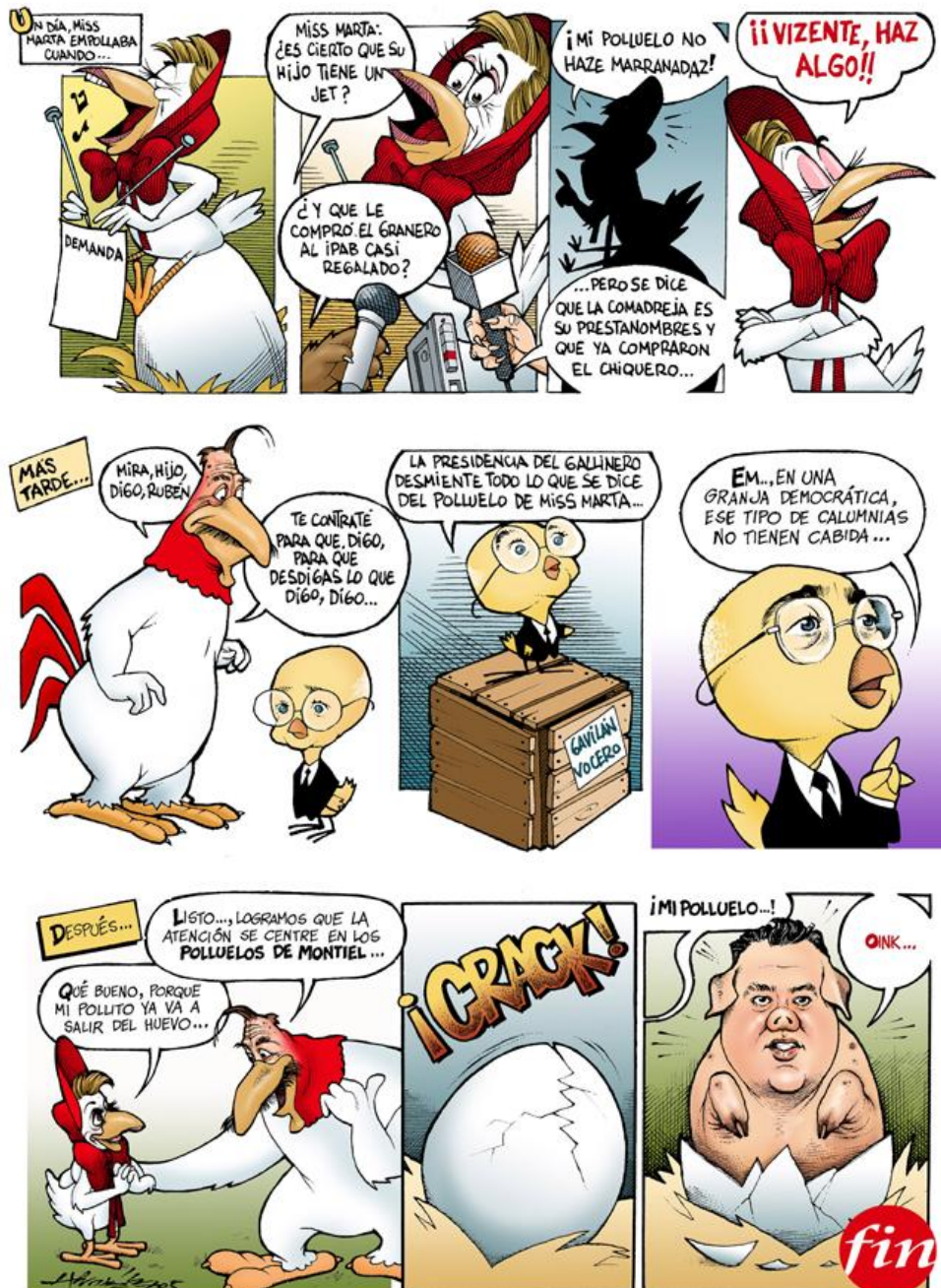


Figura 6.7 Un Huevo Muy Impune Un ejemplo de lo que Hernández publica en *Proceso* en colaboración con Helguera.

6.2.2 Calderón



Paco Calderón
Reforma
www.pacocalderon.net
rigoleto@avantel.net
Figura 6.8 El autorretrato de Calderón con su firma abajo, su fuente de publicación, la dirección de su página Web y su dirección de correo personal.

Sergio Sarmiento, comentarista de noticias políticas, entrevistó a Calderón y abrió con lo siguiente:

La tradición es que en México los caricaturistas son de izquierda y los grandes caricaturistas que hemos tenido, Naranjo, Rius, El Fisgón, Helguera, son todos de izquierda, algunos más de izquierda y otros mucho más de izquierda, y por eso muchas veces se te designa como el caricaturista de la derecha, de hecho el propio Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador tuvo a bien referirse a ti como eso, el representante de la derecha (2004, ¶ 1).

Calderón respondió:

Yo no me considero de derecha porque no sé que sea la derecha, si la derecha es que quieres que no cambien las cosas, pues yo no soy de derecha, si la derecha es el que se aboga por la mano dura, la violencia, la represión, no soy de derecha, nunca he abogado por eso. Si de derecha es andar defendiendo dictadores, nunca he defendido un solo dictador... Pero, en cambio, ves a algunos colegas de izquierda que terminan abogando por la violencia, las del señor Marcos, porque no cambien las cosas, que es parar las reformas, o a veces aplaudiendo a dictadores como este señor Castro. Entonces dices, bueno, si esto es ser la derecha, si la derecha es no ser lo que se conoce como izquierda mexicana, a mucha honra no soy de izquierda (citado en Sarmiento, 2004 ¶ 2).

Y sí, se considera liberal.

En las palabras del historiador y editor mexicano Enrique Krauze: “[Calderón] es liberal pero no es jacobino, es liberal pero no quiere la destrucción del estado, es un hombre que habla con detalle de la vida política y social, no sólo es un crítico de la

política” sino también de las costumbres, de las ideas hechas, de las ideologías, de los fanatismos, de las hipocresías y de los dogmatismos (citado en Notimex, 2004^a, ¶ 3). Muchos lo aplaudan por ser imparcial. Dice el escritor mexicano Federico Reyes Heróles de su caricatura: "...para a los intocables frente a los lectores, la lista incluye a los indígenas, a los estudiantes, a los maestros, a las mujeres, a los deportistas, a los artistas, a los sacerdotes, a los medios, a los intelectuales, nadie escapa" (citado en Notimex, 2004^a, ¶ 9).

Ni el propio Calderón puede escapar. Su caricatura diaria es un cartón editorial que trata de temas políticos mientras que su caricatura semanal es un editorial ilustrado más estilo historieta publicado los domingos con temas variados. Es allí dónde Calderón suele ser personaje, dibujado con un saco de tweed, lo que molesta a algunos lectores. Han dicho: “¿Quién se cree usted? Parece como profesor de universidad norteamericana con ese saquito, que quiere darle un aire de superioridad moral, y que tan alejado de nuestras tradiciones.” Calderón mantiene su aire de humor y desafío en su respuesta: “¿Les fastidió el saco de tweed? Pues ahora se queda. Y luego digo, caramba, ¿por qué no me dibujé con una camiseta?, porque no hay cosa más fastidiosa que estar dibujando las espigas del saco” (citado en Sarmiento, 2004, ¶ 10) (ver Figura 6.10).

Liberal o conservador, derechista o izquierdista, Calderón se separa de los demás caricaturistas por su fuerte crítica del mexicano que ha estado haciendo durante los últimos 20 años que lleva publicando con el Grupo Reforma desde la ciudad de México. Lo que quiere despertar en la gente con su caricatura es dejar de verse como la víctima. Pregunta a cualquier psicólogo y te dirá: “Mientras te sientas víctima, no puedo hacer nada por ti. Porque la culpa es de todos los demás” (Calderón, comunicación personal, 9 de noviembre, 2005) (ver Figura 6.14).

Ve las caricaturas de la época de Benito Juárez, de Porfirio Díaz, de Miguel Alemán o de Vicente Fox, y siempre es el mexicano chiquito, víctima del gringo, del rico, del gachupín, de la Iglesia. El mexicano de huarachito. En 150 años sigues igual, así que párate y haz algo con tu vida, eso quiero decir con mis cartones y por eso la gente luego me malinterpreta y me califica de reaccionario (Calderón citado en Notimex, 2004^a, ¶ 3).



Figura 6.9 La portada de la primera impresión del libro de Calderón *La Lata del Domingo* por Avantel.

Él mismo proclama ser el caricaturista más publicado en México con un tiraje de más de 130,000. A diferencia de Hernández y Patricio, Calderón no ha trabajado en conjunto con otros caricaturistas en revistas o libros, lo que sería muy difícil considerando sus ideologías en comparación con los demás. La única publicación de su obra, el libro *La Lata del Domingo*, se hizo a solicitud de la compañía telefónica Avantel. Es una compilación de sus editoriales ilustrados y algo aparte de lo que en México se acostumbra en un libro de caricatura por su gran tamaño y peso, su alta calidad de papel y alto precio (Chimal, 2004). Los 2000 que quedaron de los 3000 ejemplares se vendieron bajo el sello del Fondo de Cultura Económica, “la editorial de los intelectuales” en

las palabras de Calderón (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). En seguida, el Fondo publicó una versión accesible a un público más amplio por su reducido precio.

A diferencia de muchos caricaturistas de México, Calderón niega que la caricatura tenga alguna "función social" (ver Figura 6.10). Prefiere un cartón que haga reír a otro que haga pensar, y en cambio sostiene que, como cualquier otro creador de bienes o servicios, se limita a satisfacer una demanda del mercado que, mientras se mantenga le permitirá seguir trabajando (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005; Chimal, 2004). Como respuesta a la pregunta - ¿La página Web te da una idea de quién es tu público? – Calderón dijo, “No tengo idea y trato de no tenerla. La mano invisible del mercado te dice si la gente esta de acuerdo o no” (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005).

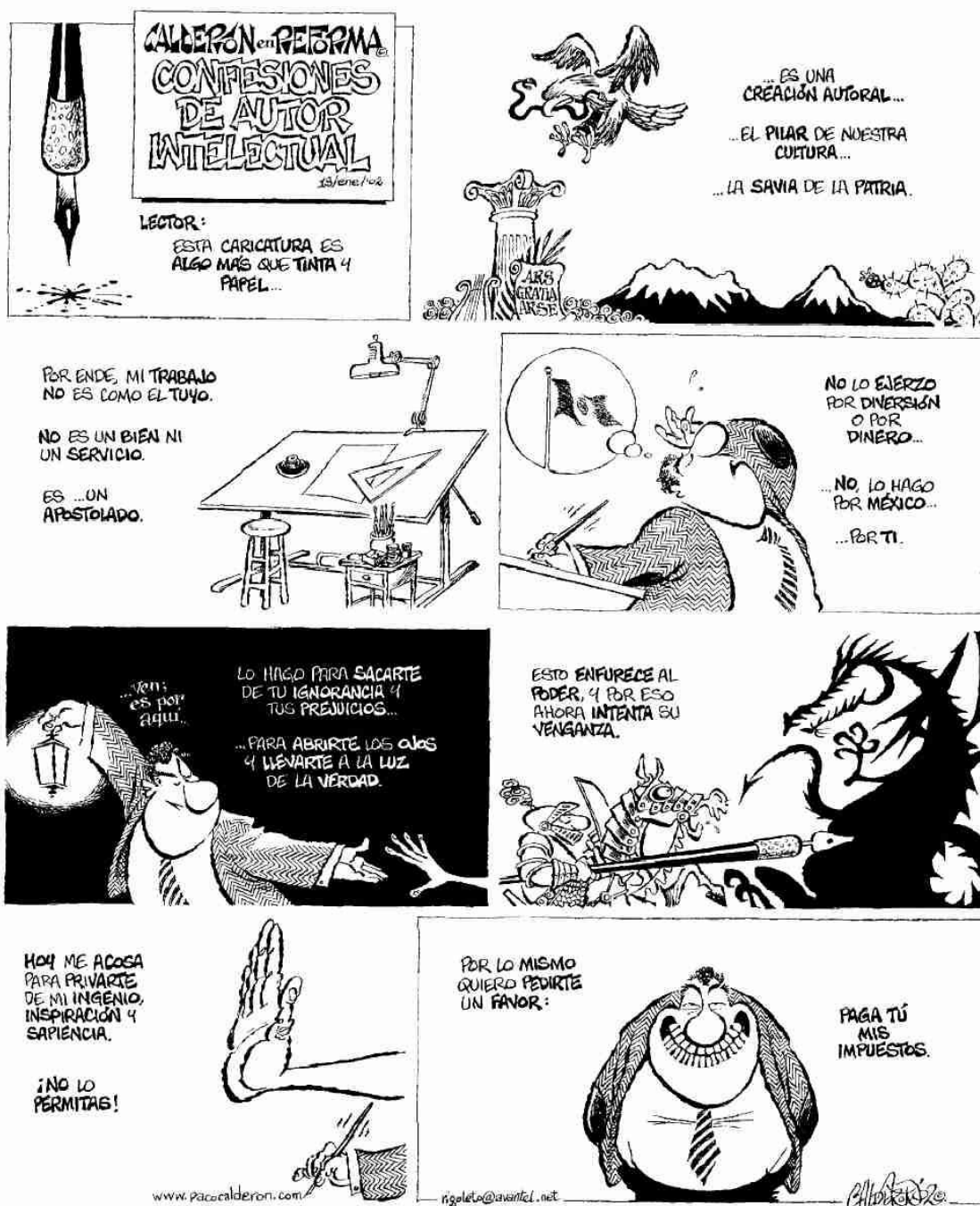


Figura 6.10 *Confesiones de Autor Intelectual* En este cartón editorial, publicado por *Reforma* el 18 de enero, 2002, se ve la representación de Calderón por el mismo y su perspectiva de su papel como caricaturista.

Calderón directamente contradice trabajos como los de Hernández por decir: “Si todo se ceba en la política, como en estos últimos años, resulta muy desgastante. Al centrarte en una figura política, no la debilitas, sino que la ensalzas y quien se debilita es

el caricaturista” (citado en Pérez Bucio, 2003, ¶ 16). Con la apertura propiciada por Vicente Fox "todo ha sido cebarse contra él porque no se opina igual, se le desprecia o se le teme. En ese sentido, la caricatura se ha empobrecido, porque no puedes sacar 500 cartones de un mismo personaje" (citado en Pérez Bucio, 2003, ¶ 17). Sin embargo,



Figura 6.11 Un ejemplo del cartón editorial de Calderón mostrando Madrazo en campaña, publicado el 3 de noviembre, 2005 en *Reforma*.

Calderón hace muchas caricaturas en que dibuja políticos y se burla de ellos (ver Figura 6.11).

El editorial ilustrado le da una oportunidad a Calderón de salir del tema de la política, algo que le encanta hacer. Le permite responder a sus propios lectores, algo que muestra que se mantiene al tanto de

lo que ellos piensan. Figura 6.13 es un editorial ilustrado publicado el 15 de enero hecho en respuesta a los comentarios de los lectores de Calderón sobre su cartón editorial publicado tres días antes (ver Figura 6.12).



Figura 6.12 Un cartón editorial de Calderón presentando Evo Morales, presidente de Bolivia. Se publicó el 12 de enero, 2006, en *Reforma*.



Figura 6.13 De Moda y Ni Modo Este editorial ilustrado por Calderón fue publicado el 15 de enero, 2006 en *Reforma*, tres días después de la publicación del cartón editorial en Figura 6.12. Este cartón toma en cuenta las reacciones de sus lectores a la caricatura de Figura 6.12 que le hicieron llegar en los días entre las dos publicaciones.



Figura 6.14 Wakarimassen Un editorial ilustrado por Calderón, publicado el 7 de agosto, 2005 en Reforma, que muestra la perspectiva del autor sobre el progreso y la cultura de México.

6.2.3 Patricio



Patricio Ortiz
Milenio
www.losmiserables.com.mx
patriciomilenio@gmail.com

Figura 6.15 Bilimbique, el personaje central en la tira de Patricio *Los Miserables*. Abajo se encuentra la firma de Patricio, su fuente de publicación, la dirección de su página Web y su dirección de correo personal.

Patricio Ortiz publica con el Grupo Milenio. Antes publicaba también en *MilenioSemanal* y en ambos *El Chahuistle* y *El Chamuco* como fundador. Hizo un libro, *El Verdulier, Pequeño Diccionario del Verdulero*. A pesar de haber colaborado con Hernández en varios proyectos y de compartir una ideología similar, Patricio es muy diferente de ambos Hernández y Calderón. Para empezar, no vive en el DF. Su lugar de residencia es una importante distinción, especialmente tomando en cuenta una crítica por Jabaz sobre caricaturistas de la ciudad de México, que tienden a pensar que las noticias del DF son noticias nacionales y pierden contacto con la gente de provincia (comunicación personal, 13 de octubre, 2005). Hernández lo reconoció en si mismo cuando

recibió un correo electrónico de un lector en Irak:

Uno es muy tonto. Uno es muy localista y deja México, hay veces cuando uno piensa en los temas de la ciudad de México nada más. Pero entonces con estas cosas del Internet te das cuenta que tus cartones los pueden ver hasta en China (comunicación personal, 10 de octubre, 2005).

Patricio radica en Veracruz. Como resultado, ha visto el éxodo de pueblos enteros a otros países, principalmente a los Estados Unidos, empezando hace 10 años. Por estar tan cercano a personas que viven estas experiencias, Patricio siente que refleja más sobre esta situación en su obra (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). Su tira, *La Enchilada Completa* (ver Figura 6.16) es: “un homenaje a los valientes paisanos que se van ‘pal otro lado’, echan mano del inagotable e imbatible ingenio del mexicano para cruzarse la frontera y mantienen a este país con sus envíos de dólares frescos” (Ortiz, s.f.). El nombre de la tira juega con un dicho estadounidense: The whole enchilada.



Figura 6.16 Una tira de *La Enchilada completa* de Patricio publicada en *Milenio*.

Como se ve en los ejemplos, Patricio hace tiras, usando varios cuadros para contar una secuencia de eventos. Sus protagonistas suelen ser de las clases populares. Su tira más conocida, *Los Miserables* (ver Figura 6.18), ilustra una familia mexicana pobre. Patricio la describe: “La familia Godínez, integrada por la Agüela Hipófisis, Eutanasia, Analfalberto, el pequeño Bilimbique, su fiel perro “Diputado”, y el Compagre, hacen lo que pueden, como pueden, de buen modo y con un optimismo digno de mejor causa, para sobrevivir hoy, hoy, hoy” (Ortiz, s.f.). Esta tira ha sido comparada con las historietas de Gabriel Vargas, *La Familia Burrón*, por cómo ilustran una familia similar en México y crean una línea de la historia que los lectores pueden seguir (A. Velasco, comunicación personal, 13 de octubre, 2005). Los personajes no cambian, sólo sus situaciones.

Patricio se siente halagado por la comparación, pero señala que su humor es más negro que el humor blanco de Vargas y la familia de *Los Miserables* vive en un entorno



Figura 6.17 La portada de una historieta de *La Familia Burrón* de Gabriel Vargas.



Figura 6.18 Una tira de *Los Miserables* de Patricio publicada en *Milenio*. Los personajes presentados son la Agüela Hipófisis, Eutanasia, Analfalberto, el pequeño Bilimbique de la familia Godínez.

social más difícil. La Familia Burrón era rica en comparación con la familia Godínez (ver Figura 6.17).

Patricio no clasifica su caricatura específicamente como política, aunque otros lo hacen. Expresa un sentimiento similar a lo de Calderón: “Los políticos no me gustan. No me caen bien. No me preocupo por ellos. Me interesa lo que hacen, no lo que dicen. Eso se refleja en la situación de la gente y es lo que dibujo” (comunicación personal, 9 de noviembre, 2005). Como dice Hernández, Patricio trabaja “más que con los protagonistas de la política, con las víctimas de los políticos” (comunicación personal, 10 de octubre, 2005). Toca temas que él considera los más urgentes: la violencia, la pobreza, la migración. Ha notado que sus lectores aprecian su deseo de tocar otros temas más que estrictamente la política y cree que su caricatura es llamativa a un público diferente a los de Hernández o Calderón.

Patricio prioriza el humor sobre todo y rechaza la idea de dar mensajes, inculcar o decirle a la gente lo que debe de pensar. Prefiere mostrar situaciones reales como ocurren para inspirar reflexión en el lector. Piensa que ser pedagógico es válido, citando el trabajo de Rius y El Fisgón, pero tiene claro que no es su vocación.

6.3 Las prácticas

Vuelvo aquí a las prácticas de los entrevistados con la caricatura: ¿Qué es lo que ven? ¿Cómo lo ven? ¿Dentro de qué contexto? Y... ¿Por qué? Para entender el significado de los números, hay que acordarse de que 21 personas fueron entrevistadas, siete en cada grupo.

6.3.1 *El contexto: Noticias*

Anteriormente presenté el debate entre (1) muchos caricaturistas que imaginan un público que requiere de una cultura política previa para entender y disfrutar de la caricatura y (2) pocos caricaturistas que imaginan un público que adquiere un contexto desde la caricatura para entender o interesarse por la política. Aquí esbozo las maneras en que los entrevistados se familiarizan con los temas de la caricatura para intentar resolver el debate.

6.3.1.1 El medio

Todos los participantes están muy informados de lo que ocurre diariamente en este mundo. El medio más popular para ellos es el periódico, lógicamente como allí sale el cartón editorial. Cuando me refiero aquí a leer el periódico, no hago la distinción entre leerlo en papel o por Internet, aunque sólo tres personas lo leen exclusivamente en papel.

Todos menos dos personas leen el periódico por lo menos tres veces a la semana. En un extremo una participante lee un periódico tres veces a la semana. En el otro extremo hay dos hombres que han desarrollado lo que uno de ellos describe como un ritual: “Leo *La Jornada* y los encabezados de *Reforma*, luego me lanzo a *Google News*... y a veces *La Voz* [un periódico local de la frontera]” (CHM). El otro lee “diariamente tres periódicos. Uno nacional, uno estatal y uno local. Todos por Internet, todos los días” (HJL). Cuatro de los del grupo Calderón acceden a noticias de los Estados Unidos por Internet, como *Google news*, *Yahoo news*, *USA Today* y páginas de caricaturas (ej. Cox & Forkum). Dos o tres de cada grupo acceden a periódicos locales que no son del Grupo Milenio ni del Grupo Reforma. Fuera del grupo Calderón, una persona del grupo Hernández accede fuentes internacionales de noticias en Internet pero no escritas. Son radios de contra información (PAG).

La mayoría (12) acceden a sus noticias de todos los medios masivos (periódico, radio, televisión, Internet, revistas etc.). Varios tienen relatos similares al siguiente: “Me levanto y pongo la tele un rato en lo que me baño y me cambio para ir a trabajar. Luego checo en Internet los periódicos y en el coche oigo el radio en el camino” (POD). Sólo uno no tiene que coordinar su captura de las noticias con su horario de trabajo:

Yo soy una persona jubilada... y dispongo de todo el tiempo del mundo, por lo que las noticias las recibo por tele, cuando estoy en casa, por radio cuando voy a dejar a mi niña más pequeña a la escuela secundaria y por periódico cuando lo adquiero de regreso de la escuela a la casa (HBM).

Cinco personas leen exclusivamente el periódico y uno hace búsquedas en Internet. Una persona recibe sus noticias exclusivamente por radio y busca *Milenio* sólo para leer el cartón de Patricio. Los demás (14) ven la televisión y se encuentran distribuidos en cantidades similares en los tres grupos. Sólo dos personas, ambas del grupo Patricio, proclaman la televisión como su fuente principal de las noticias sin disculparse. Comparo sus comentarios con los de alguien del grupo Calderón que principalmente ve la televisión:

Grupo Patricio	Noticieros en la mañana los veo. Y en la noche también. Locales en la mañana, nacionales en la noche. Te enteras de todo (PXG).
Grupo Patricio	Casi diario veo un noticiero en t.v. y en segundo lugar, veo el periódico (PRD).
Grupo Calderón	Soy un consumidor activo de televisión, y es por esta ventana en donde veo lo que sucede en mi país y en mi comunidad, pero refrendo esta información vía el periódico y la radio (CFSR).

Nadie del grupo Patricio que ve la televisión da más explicaciones. En cambio, la mitad de los que ven la televisión de los otros grupos añaden algún comentario explicativo: que sólo ve los deportes (CFSL), que sólo ve Canal 11 [un canal público de la ciudad de México] (HRD), que ve las noticias en la televisión “pero son mediocres y tendenciosas” (HED) y que siempre lo pone “en tela de juicio, ya que la mayoría de las

noticias de TV sabemos que siempre han estado manipuladas y corrompidas” (HAG). Nadie se disculpa por leer algún periódico o por escuchar algún programa de radio.

6.3.1.2 El periódico

Dos terceras partes de los participantes leen el periódico por Internet. Los cambios en acceso gratuito de varios periódicos han cambiado su elección de fuentes. Anteriormente mencioné que *La Jornada* y *El Universal* siguen teniendo acceso gratuito a sus versiones online mientras *Milenio* y *Reforma* cobran suscripción²³. Cuatro personas dejaron de leer *Milenio* y/o *Reforma* cuando empezaron a cobrar. Uno de ellos sigue leyendo los encabezados de los dos pero admite extrañar a Trino. Otra dejó *Reforma* por *El Universal* a pesar de preferir *Reforma*. Sólo dos de los participantes tienen suscripciones por Internet - los más grandes del grupo. El tercer más grande compra el periódico todos los días.

La tercer parte de los participantes, 2 o 3 de cada grupo, leen *El Universal* pero nadie lo lee exclusivamente. Varios de ellos, a pesar de su pasión por la caricatura del monero de su grupo, no revisan los cartones de *El Universal*. Una no los revisa “a menos que ya me haya acabado el periódico y no tenga trabajo...” (CGD). En contraste, cuando la misma entrevistada leía *Reforma* lo primero que leía era la caricatura.

Todos de los grupos Patricio y Hernández han leído *Milenio* en algún momento, menos el participante que ya no lee periódicos. De los dos que lo han dejado, una lo hizo por razones monetarias: “Antes compraba *Milenio* o *La Jornada*. Ahora la patria anda pobre y lo leo por Internet y los fines de semana voy a gorrear a casa de mis papas el periódico. Ahora sólo leo *La Jornada* [por Internet]” (HED). El otro dejó *Milenio* porque Hernández cambió a *La Jornada*. Dos del grupo Calderón lo leen pero muy rara vez.

6.3.1.3 Cómo leen el periódico

En contraste con lo que dicen Velasco y Rius, la mayoría de los participantes no ven la caricatura primero cuando revisan el periódico. 10 personas faltaron de mencionarla cuando contaron su manera de revisar el periódico. De las ocho personas que la mencionan, cuatro la ven primero. Los demás ven la portada primero, seguido por la

²³ En febrero de 2006, el Grupo Milenio dejó de cobrar el acceso a sus periódicos por Internet.

caricatura – menos uno que va en el orden: portada, deportes, cartones. Tres personas leen sólo los cartones y los columnistas, nunca llegando a los demás artículos. Dos usan la caricatura para guiar su lectura del periódico. Cómo dice una del grupo Patricio: “La caricatura a mi me inspira para que me entere del tema más al fondo. Me guío por la caricatura. Me informo cómo es el asunto” (PMV). Pero la misma persona reflexiona que se ríe mucho más de la tira, cuando previamente ha escuchado la nota en cuestión en la radio. Otro dice:

Siempre leo primero los encabezados y acto seguido veo todos los cartones... a enterarme de que fue lo más relevante. Si veo varias caricaturas alusivas a una noticia, busco más información al respecto... Pienso que si es digno de ser satirizado, es porque fue lo suficientemente importante para captar la atención del monero por unas horas (CHM).

Ver la caricatura primero es la excepción y no la regla. La consecuencia de hacerlo es lo que CHM admite: “A veces me quedo patinando, por no saber de que se trata la noticia...”

El caso de CHM es interesante porque, a pesar de creer que “Paco Calderón se aproxima más a los valores e ideas que” el lector sostiene, también ve las caricaturas de *La Jornada* porque “tratan de distintas notas” y eso es importante cuando usas la caricatura como herramienta para enterarse de lo más relevante del día. Su práctica es más sorprendente todavía considerando su percepción de los caricaturistas de *La Jornada*: “Tienen una visión muy maniquea de la política y satanizan sobremanera lo que no les gusta, mientras que omiten o idolatran los asuntos que les son incómodos...” A pesar de su aparente disgusto por las caricaturas de *La Jornada*, CHM dice que las disfruta y las sigue en conjunto con las de Calderón porque “representan puntos de vista diametralmente opuestos.”

Los demás suelen entender la caricatura aunque casi todos explican que entenderla lleva una condición. Una respuesta típica es: “Influye mucho el hecho de que estés enterado de las noticias, de los personajes de la política. Aunque no haya visto fotos de los retratados, por algún dato relevante que tenga que ver con las noticias recientes, es

fácil identificarlo” (CGD). Sólo dos personas atribuyeron la inhabilidad de entender la caricatura con su calidad. Uno dice:

Los caricaturistas mexicanos son tan buenos que difícilmente no se entienden sus cartones. De hecho ese es el arte del caricaturista, que los temas complejos de la política, la economía, la sociedad, se reduzcan a una imagen graciosa que retrate el concepto (HJL).

El otro es menos efusivo en su respuesta: “Si el caricaturista es bueno la entiendo. Si no la hago a un lado” (HMT).

De los que admiten no entender en ocasiones, todos menos uno buscan la información para entenderla dentro del periódico y dos personas preguntan a otros. Un participante considera esta búsqueda previamente contemplada por el caricaturista: “el caricaturista te trata de llevar a que te informes más del asunto que se trata, y es una estrategia que emplean para educarte” (HBM).²⁴ Sólo una persona regresa al cartón: “analizo todo el entorno y el mas mínimo detalle de la caricatura, tomando en cuenta el momento político por el que se esté cursando” (HAG). De los cuatro que no entienden todas las caricaturas de Calderón, dos lo atribuyen a la inclusión de chistes locales – ambos viven en la frontera y Calderón escribe desde la ciudad de México – y dos desconocen pedazos de la historia de México a que Calderón refiere.

Una tercera parte de los entrevistados valora la caricatura por ser informativa. Uno lo pone como el segundo atributo más importante, después de darle gusto. La mayoría dicen que la caricatura les muestra algo que desconocen y los motiva a buscar la noticia. Otros comentarios arman un debate sobre la validez noticiera de una caricatura. Él que las usa para priorizar las noticias dice explícitamente: “La caricatura no es noticia, es indicador de que algo importante está pasando, o que algo merece un poco mas de mi atención” (CHM). Hay otro que usa el cartón en conjunto con otros escritos: “Me hace comprender de inmediato el tema o el editorial. La caricatura da a la noticia un aspecto diferente y la magnifica. ME EMOCIONA” (HMT). En cambio, dos personas la

²⁴ Aunque Jis no hace caricatura política, cabe mencionar aquí que casi todos los que ven sus cartones no lo entienden, aunque siguen en el intento.

consideran nota, aunque no de las más comunes. “Patricio me gusta porque él cuenta algo que es nota pero caracterizada. Te diviertes y te enteras de lo que está pasando. Va de acuerdo con lo que es la nota del día. No siempre, pero casi siempre” (PXG). Otra habla de cómo, con la caricatura, se enteras de las noticias sin revisarlas: “Por ejemplo Calderón toca los puntos medulares de la política en ese momento y me entero sin tener que ver las noticias” (CMD).

En esta sección expliqué la manera en que los participantes leen el periódico, incluyendo cómo priorizan la caricatura y un poco de sus perspectivas del uso de la caricatura – para guiarse por las noticias, para ayudar a explicar las noticias o como noticia. Desarrollo el tema del uso de la caricatura más adelante. En la siguiente sección, hablo de fuentes donde los participantes encuentran o buscan la caricatura que no he mencionado hasta ahora. Empiezo con un repaso de las ideologías de Calderón, Hernández y Patricio para dar contexto a estas fuentes.

6.3.2 Fuentes de la caricatura

Como vimos anteriormente, Calderón suele tener una ideología muy diferente a las de Hernández y Patricio, y hasta muy diferente a las de todos los demás caricaturistas. Por esa razón, los del grupo Calderón no suelen seguir otros caricaturistas y viceversa. La razón se resume en el siguiente comentario de un lector del grupo Calderón, que suena mucho a una cita previa del caricaturista (ver Figura 6.19):

Naranjo es un excelente dibujante, pero su mensaje es el clásico del monero mexicano: con una visión maniquea en la que el "pueblo" es víctima permanente de los poderosos extranjeros y sus aliados mexicanos, léase el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, los banqueros, los "neoliberales", etc. Ve si no la imagen típica de los cartones de Naranjo en los que sale el pequeño hombre descalzo y con sombrero que tiene que convivir con hombres gigantes de sombrero de copa. Pareciera que en cierta forma el mensaje es a favor de que nos encerremos en nosotros mismos e ignoremos lo que sucede alrededor, para evitar tratar con esos que nos hacen daño. Calderón en cambio tiene una postura muy diferente, de apertura y



Figura 6.19 Una caricatura de Naranjo que ilustra el punto de vista de CFSL.

entendimiento del mundo moderno y los resortes que lo mueven. No hay maniqueísmos, ni pueblos sufridos: hay responsables de nuestra situación, que somos nosotros mismos. Naranjo prefiere el autismo, Calderón opta por ser proactivo (CFSL).

Cuando se compara esta interpretación del trabajo de Naranjo con la siguiente de Rius, se empieza a entender esa división dentro de la caricatura política en México:

Al oficio y a la idea añade siempre una buena dosis de sarcasmo crítico

que refleja la indignación del pueblo mexicano ante los abusos del poder. Y a mí en lo personal es lo que más gusto me da en la obra de Rogelio Naranjo: ese comprometerse con las mejores causas populares, sin perder la categoría de artista que podría vivir sin meterse en los problemas que trae siempre aparejada esta profesión tan poco caballerosa, que es la caricatura política (citado en Naranjo, 1998, p. 11).

Todos los del grupo Calderón conocen el trabajo de otros caricaturistas políticos pero sólo dos lo revisan con frecuencia (Patricio, Hernández y Helguera). Uno de los dos compraba *El Chamuco* y sigue comprando *Proceso* (CMD). El otro es el que lee *La Jornada* todos los días (CHM).

Tres personas seguían otros caricaturistas antes, en *Proceso*, *La Jornada* y *Milenio*, pero sus planteamientos políticos han cambiado desde entonces. Uno dice que “era rojillo” (CCT) cuando le gustaba caricaturas de Helguera. Ahora le gustan los de Fran, un caricaturista que publica en el Grupo Reforma con una línea ideológica similar a

la de Calderón. Los otros dos dejaron de leer las mencionadas publicaciones cuando: “llegaron a un punto en el cual la línea editorial se cargó demasiado a un sólo lado” (CFSL). La otra notó que se habían radicalizado. La única persona del grupo Calderón que sigue leyendo *La Jornada* con frecuencia lo hace para tener un punto de comparación con la opinión de Calderón, como discutí anteriormente. En el foro de Calderón hay una discusión constante sobre “los caricaturistas izquierdosos”. Los seguidores de Calderón lo apoyan más que nada por lo siguiente: “la crítica que hace es muy acertada, sin idolatrar a la izquierda, como en *La Jornada*, pero agarrando parejo con la derecha también” (CHM).

Los comentarios en contra de los caricaturistas ‘izquierdosos’ suelen ser fuertes, como este: “La verdad sí es Calderón mi favorito, pero tengo que agregar que no hay mucho de donde elegir, la verdad. En lo que respecta a México me parece que no hay muy buenos caricaturistas respecto a que me hagan reír” (CCC). De los otros grupos, casi nadie sabía de Calderón y de los que sabían, no les interesaba. Una persona tenía algo positivo que decir sobre la obra de Calderón pero su comentario traía descalificaciones: “Muy suave. Es bueno pero creo que se identifica con los Panistas. Con la derecha pues. Bueno, siempre ridiculiza al Peje, a los Zapatistas. Tiene por ahí su versión” (HRP). Otro separaba Patricio de todos por su elección de protagonista:

Patricio refleja mejor el modo de pensar del mexicano común que vive en ciudades o pueblos, mientras que los demás representan una postura ideológica mas dura y muchas veces son apologistas de personajes políticos a los que luego tienen que atacar (PIA).

El único caricaturista que tiene seguidores en todos los grupos es Trino, con una temática más social que político. Personas de todos los grupos han comprado sus libros. Trino es especialmente popular en el grupo Patricio (6 de 7 personas lo siguen), lo que se entiende porque tienen los estilos más semejantes de todos. Otros caricaturistas mencionados, en orden de frecuencia, fueron: Helguera, Naranjo, El Fisgón, Jis, Jabaz, Falcón, Chavo, Magú, Fran, Perejil, JEnrique, Lucky, Rocha, Ahumada, Quino y Maitena.



Figura 6.20 Los personajes de Mafalda (arriba), por el caricaturista chileno Quino, y Maitena (abajo) por la caricaturista argentina Maitena. Ambas tiras son de humor blanco.

Los del grupo Hernández son los más ávidos coleccionistas de la caricatura. Uno de ellos tiene la colección completa de *El Chahuistle*, *El Chamuco* y los libros de Rius. Otros dos leen *Proceso*, uno leía *La Garrapata* y otra tiene libros de Quino y Maitena. Un seguidor de Patricio leía *El Chamuco* y *Siglo 21* cuando estaban en circulación y uno leía *Los Agachados* y *Los Supermachos*.

Es importante notar que, aunque casi todos leen algún periódico, no todos ven la caricatura a través del periódico. Con los sitios Web de Hernández y Calderón, se puede ver su cartón del día gratis. Personas de todos los grupos mencionan cuánto les gusta visitar las páginas por la nostalgia que les entra cuando revisan los cartones anteriores. La diferencia es que el sitio del periódico donde Hernández publica, *La Jornada*, es gratis, mientras que el del Grupo Reforma, de Calderón, no lo es. Tres personas del grupo Hernández revisan su página con frecuencia mientras que todos del grupo Calderón ven su caricatura en su página. Una recibía la

caricatura directamente a su correo electrónico cotidianamente. Uno que usualmente compra *Reforma* aprovecha de la página de Calderón cuando está viajando para no perderse de un cartón. Los del grupo Patricio visitan su página muy poco porque se renueva cada mes o dos meses.

Una minoría de los entrevistados busca tener contacto con los caricaturistas más que participar en su foro o mandarles un correo. Cuatro personas los han conocido en persona, tres siguen programas televisivos sobre ellos, y tres se han comunicado con otros caricaturistas que no son Hernández, Patricio, ni Calderón.

6.3.3 El Fenómeno Rius

Aunque Rius rara vez hace el cartón editorial hoy en día, sigue publicando sus libros de historieta didáctica. Sólo cuatro personas no han tenido contacto con sus libros. Los participantes más grandes explicaron que no era posible entender su impacto sin haberlo vivido – en los setentas cuando salieron *Los Supermachos* y *Los Agachados* – llamándole un parte aguas y un icono en su época. Dice uno:

En aquellos años compraba el cuentito cada semana. En aquellos años yo no leía periódico. Era un joven de 15, 16 años. Veíamos los acontecimientos pero no nos involucrábamos, como que no era para nosotros. Rius nos ayudó entender parte de la política nacional. Que tienes que obedecer, callar y aguantar. Ya te llegará tu momento de robar. Que así es como le hacen todos (PMGH).

Sólo una persona que ‘no lo vivió’ (tiene 31 años) tiene el mismo respeto por Rius que estos dos señores: “El humor de Rius es refinado, exquisito. Siento un gran respeto y admiración por sus genialidades” (HJL). Es el mismo que tiene la colección completa de sus libros, *El Chahuistle* y *El Chamuco* y revisa tres periódicos diariamente. Otra joven reconoce a Rius como “el abuelito de los moneros” (PXG).

La mayoría de los que han leído a Rius empezaron a leer sus libros cuando estaban en la preparatoria. Sólo dos los tuvieron como lectura obligatoria mientras que los demás los descubrieron por su cuenta – buscando materiales para escribir un reporte, husmeando en una librería o por recomendación de un amigo. Uno dijo: “Creo que en todas las casas de México existe algún libro de Rius” (CCC). Casi una tercera parte menciona que su padre tenía libros o revistas de Rius en la casa.

Los del grupo Patricio y del grupo Hernández han leído menos de Rius que los del grupo Calderón, pero lo respetan mucho más. Los del grupo Calderón describen los libros como “tendenciosos”, “no muy graciosos” y “profundamente equivocados, pero pueden ser muy divertidos”. Otros comentarios: “Me divierten *Los Supermachos* y ya. Lo demás me parece vomito” (CCC). “No encontré nada extraordinario...” (CFSL). “Rius sí es definitivamente de izquierda, más romántico, pero eso sí muy crítico, lo cual lo salva”

(CMD). Está última es la única persona que sigue leyendo obras de Rius y compró *El Chamuco* por primera vez porque vio que él estaba involucrado con el proyecto.

Una participante, que sólo leía a Rius cuando era obligatorio en la preparatoria, dice: “a decir verdad en ese entonces no conocía otro caricaturista” (CGD). Parece que esto es lo más común, que los jóvenes descubren los libros de Rius cuando tienen un promedio de 15 años y es su introducción a la caricatura política, pero sólo a la historieta. De Rius no hacen el brinco al cartón editorial. Hay que esperar hasta que empiezan a leer periódicos y revistas para este paso.



Figura 6.21
Las portadas de las historietas didácticas de Rius más mencionadas por los entrevistados.

6.3.4 *Cómo empezaron*

Pregunté a mis participantes como era que les empezó a interesar el cartón editorial. Varios contestaron por describir las características de la caricatura que les atrae, comentarios que abordaré después. Aquí hablo del proceso.

Los participantes solían encontrar y seguir el cartón editorial de jóvenes, pero un poco más grandes que cuando se da el descubrimiento de Rius, cuando tenían entre 15 y 18 años. Una persona mencionó la influencia de su papá quién compraba *Siglo 21*. En el suplemento encontraba las caricaturas de Trino, Jis y Falcón (PMGM). Ella era niña y lo recogía ya que su papá lo dejaba en la casa. También menciona la influencia de su esposo, un abogado, que ha motivado su interés en la política. Dice que ahora compiten para ver quién leerá el periódico primero cada día.

Cinco personas empezaron a notar el cartón editorial ya que estaban leyendo el periódico. Una de ellas se interesó por leer noticias y editoriales en vez de repetir lo que decía Televisa y TV Azteca. Dos personas se interesaron por revistas que compraron (*El Chamuco*, *Proceso*) pasando por casualidad por puestos de periódicos. La revista de *Proceso* era una edición especial con caricaturas de Fox después de cuatro años de su sexenio. Dos personas, un dibujante y un diseñador gráfico, se interesaron por la técnica mientras cuatro la empezaron a ver por su trabajo. Uno estudia comedia, otro trabaja con periódicos, otro saca las notas con relación a su organización de todos los periódicos y otra se fijó un día en el periódico que su jefe siempre llevaba al trabajo. Uno leía comics de niño pero los dejó atrás para la caricatura política. Otro se interesó porque le tocó vivir el movimiento estudiantil de 1968 en la ciudad de México y estaba expuesto a mucha caricatura. Comparando la caricatura política de entonces con la de ahora, él dice: “Ha cambiado, pero de forma no de fondo creo yo. Los problemas siguen siendo los mismos, sólo es la perspectiva actual lo que refresca el estilo de tratarlos” (HBM).

6.4 Lo que despierta

Lo que veo primero es que esté bien dibujada, como tengo varios tíos que son ilustradores profesionales, siempre he sido medio nazi en ese sentido. Lo segundo es ver lo que te está diciendo la caricatura... qué idea te está comunicando. El tercer elemento vendría siendo la risa que me da... conjugando los otros dos. $1+2 = 3$, eso me hace feliz (CCC).

Ya he abordado las preguntas: ¿Qué es lo que ven? ¿Cómo lo ven? ¿Dentro de qué contexto? Pero me falta explicar el por qué. ¿Qué es lo que atrae una persona a la caricatura? Y ¿cómo responde a ella? Como todo, depende mucho de cuál caricatura este viendo.

6.4.1 La risa

“Antes que nada, me hace reír, como es su función” (HRD).

Ningún otro aspecto de la caricatura para estos entrevistados es más importante que el que cause risa. Hablan de “tanta diversión y carcajadas” (HJL). “Me gusta el humor negro, ironía y sarcasmo en general. Cualquier cosa que expone la estupidez humana y ilumina el absurdo de la vida me hace reír” (PIA). La mayoría hablan de risa pura, como el siguiente: “Me hace reír, a veces me hace reír mucho. Simplemente disfruto de la risa...” (PRD). Otros hablan de la alegría o gusto que les da. Una participante, que describió su necesidad de ver el cartón de Patricio todos los días como una obsesión, decía que su tira le alegraba muchísimo la vida (PMV). Cuatro personas hablaron de la risa como algo no tan ligero, como el único mecanismo de defensa que les queda: “En estos tiempos en que la fe de muchos por acceder a una vida mejor ha ido a menos, resulta muy confortante que todavía nadie nos haya robado la risa” (HJL). “El leerlo me hace ver que, a pesar de todas las carencias que tenemos el mexicano no pierde su sentido del humor” (PMGH).

Cuando empecé a tener conciencia de la asquerosa política de México... en lugar de sentarme a llorar por darme cuenta de la verdad de las cosas, preferí reírme de ello.

Me deja con buen sabor de boca porque no me lamento de ella sino mejor me río de ella (CMD).

Cabe mencionar que los que hablan de la risa de esa manera siguen la caricatura de Hernández, Patricio y Rius.

6.4.2 Otros sentimientos

“Yo no puedo decir al gobernador, chingue su madre” (PMGH).

El gusto y la alegría son los únicos sentimientos que compartían todos los participantes. Los del grupo Patricio hablan de su capacidad de reflejar cómo la gente realmente vive, algo que les da tristeza:

Tiene una sensibilidad más amplia acerca de la cultura popular, no sólo acerca de las posturas políticas sino de toda la idiosincrasia popular. Creo que Patricio refleja mejor el modo de pensar del mexicano común que vive en ciudades o pueblos. En ese aspecto creo que se acerca mucho a los Simpsons y Mafalda en cuanto al alcance de su humor (PIA).

La tira es muy buena porque realmente conoce la realidad del país pero sobre todo la realidad de aquí del estado de Veracruz. Tiene mucho que te refleja cosas de nuestra cultura. Forma parte de lo que nosotros vivimos, la gente con pocos recursos. Tiene cosas muy ocurrentes. Es bastante triste. Hay un sector de nuestra sociedad que vive en condiciones muy tristes. Sus tiras son divertidas pero tristes (PMV).

Los del grupo Hernández hablan de una decepción y el enojo resultante. “¡A pesar de que te ríes te decepcionas y a veces te dan ganas de salir corriendo de este país!” (CMD). A un participante ver la caricatura de Hernández le causa “varios sentimientos, desde risa hasta rabia. ¿A poco esto existe? ¿Esto está pasando? En sí es un abrir los ojos y la conciencia a situaciones irracionales que a veces no queremos ver” (HAG). Otro que dice que la caricatura lo “motiva a percibir las cosas desde otro ángulo, menos sistemático” añade “sintetiza todo el sentir de una decepción, un enojo sin decir palabras” (HJL).

Pero la caricatura no sólo crea sentimientos de enojo sino que ayuda a desquitarnos (los que crea y los que la población ya tiene), dejando a los lectores más tranquilos de lo que estaban antes de ver el cartón, como lo explica HJL: “Le da un sentido irreal satisfactorio a un tema real insatisfactorio”. Otro participante esta de acuerdo con Monsiváis que la caricatura: “es el gran desahogadero de una sociedad que, por el sólo hecho de reírse se considera alejada de la dictadura y de la carencia de derechos” (HRD). “Es una manera de desquitarte de los rateros en la política, por ridiculizarlos” (PMGM).

Eso es algo que muchos no creen poder hacer solos. Un participante le da las gracias a Hernández por permitirle desahogar su frustraciones políticas con su “talento golpeando a todo aquello que lastima a la población nacional” (HBM). Otra parece haber escuchado muchos discursos de El Fisgón: “Todo mundo decimos que ellos son nuestra voz. A través de ellos satirizas a los políticos, les dices no les creo nada, todos son un asco y por eso nuestro país esta tan jodido” (HED). Los caricaturistas tienen “la habilidad para expresar lo que el pueblo siente” (HJL) y aunque “a veces son muy crueles... es la realidad. Lo piensas, ¡Qué bueno que hay alguien que lo plasma! Se te hace muy brusco, muy rudo, pero dices, es la verdad” (PXG).

Un lector explicita este rol del caricaturista, de aprovechar del foro que tiene para dar voz a la gente, en más detalle, diciendo que él no tiene un foro:

No encuentras el foro. Yo lo puedo encontrar en mi salón de clases pero de allí... Me salgo a decirlo aquí [un *Sanborn's* en Guadalajara], sale el policía. Al bote, a la cárcel. Todo el mundo queremos hablar de las injusticias que hay, pero hay quienes que no tienen ese espacio. Yo no lo tengo así abiertamente. No tengo la creatividad, el ingenio de un Patricio, de un Rius de todos ellos para hacer monitos. Con los monitos ellos lo transmiten. Ellos son nuestros intérpretes, nuestros expositores de nuestros sentimientos más íntimos. En este caso, criticar al gobierno, burlarse. A veces hasta ofenderlos. Porque no lo podemos hacer abiertamente (PMGH).

A diferencia de los grupos Patricio y Hernández, los del grupo Calderón no carecen de un foro para expresar sus frustraciones del gobierno. Dos mencionan un incremento en su capacidad crítica por ver las caricaturas:

Me hace más crítica y he visto las situaciones desde ángulos que no había considerado. Tengo muy mala imagen de la política mexicana y las caricaturas definitivamente ;no me han ayudado a mejorarla! Pero sí la pienso sólo para criticarla y por cierto de una manera constructiva (CMD).

Aunque los del grupo Calderón no aprecian la caricatura por reflejar un sentir de enojo o frustración, sí la aprecian por reflejar su sentir en general.

6.4.3 Reflejar el sentir

Como la caricatura es muy irónica, muy burlesca, muy satírica en ocasiones, entonces mucha gente allí ve realizada lo que quiere expresar. Por eso es que a mi me gusta la caricatura política porque representa un sentir interno de la gente (PMGH).

A veces cuesta trabajo expresar lo que se quiere decir por no estar seguro de lo que se piensa. Pero se le puede reconocer, en el trabajo de un escritor, un director de cine, un locutor... o un caricaturista. Personas de cada grupo mencionaron eso, como un hombre que trabaja en periódicos:

Hay algunas personas dotadas especialmente para plasmar en el papel con simples trazos lo que a un humano normal le llevaría libros y libros de escribir. Ellos tienen un gran peso porque los que leemos periódicos, leemos revistas y vemos programas de tv con corte político, nos deleitamos de lo que otra persona transfiere en tan poco espacio. Nos damos cuenta repentinamente que es precisamente lo que sentimos, lo que queremos transmitir pero no sabemos cómo (HRP).

Dos entrevistados ilustran su punto perfectamente: “Reflejan el mismo punto de vista que uno tiene cuando ve la noticia” (CGD) y “Resume bastante bien mi sentir respecto al

dispendio de recursos y la podredumbre política que vemos a diario” (CHM). Lo importante no siempre es reflejar el sentir de uno mismo, sino expresarse con tanta habilidad: “Desde los quince años me interesa la política y sus temas. Y en la caricatura he encontrado una forma de expresión genuina de esos temas” (HJL).

Por lo general, me permite ver el "sentir" sobre una noticia o un tema. Nunca me ha pasado que después de ver una caricatura, cambie mi opinión personal sobre un tema, por ejemplo solamente está reflejando un "sentir", que puede o no coincidir con el mío (CGD).

Lo muy especial de cómo un caricaturista llega a reflejar un sentir, a diferencia de un escritor, un guionista o un cantante, es en gran parte porque el acto de recepción de su obra dura unos pocos minutos. Su público queda impresionado con su capacidad de síntesis: “Cuando está muy bien hecha, [se siente] la admiración hacia el caricaturista por haber conjugado en tan poco espacio ironía, burla, enlace de un tema con otro, etc.” (PRD). “Me impresiona que en unas imágenes puedan captar un acontecer o una situación de una forma abstracta y de humor” (CFSR). “Digo, ¡Ah!, que manera de plasmarla. En lugar de escribir, pues dibujan. Todo lo que tiene este cartón” (PXG). “Desde niño se me hizo muy interesante el que una persona resumiera una nota en un dibujo y aparte definiera su postura en ella” (CFSL). Había varias menciones de la conexión entre la habilidad de expresarse con la habilidad de dibujar descrita por los “simples trazos”, la técnica, y el reconocimiento de una caricatura “bien dibujada”. El caricaturista mencionado más por su dibujo es Naranjo.

6.4.4 La reflexión

“El humor político resulta muy atractivo porque no solamente te hace reír, sino reflexionar acerca de cada tema que plantea una caricatura” (HJL).

Ningún participante se quedó sin indicar cómo la caricatura lo induce a reflexionar sobre el tema tratado. Sólo una persona separa el acto de reír del acto de pensar: “Muchas me hacen reír, otras me ponen a pensar. Cómo está la situación de este país” (PXG). Pero la mayoría conectan los dos: “Te hace reír mucho pero también te hace

pensar, ¿Qué podemos hacer para cambiar este problema? Te hace pensar que la sociedad esta pasando por cosas difíciles” (PMV).

Tuve la oportunidad de platicar con dos entrevistados sobre las caricaturas de Mahoma y un editorial ilustrado que Calderón hizo respecto al tema (ver Figura 6.22). En el editorial, Calderón escribe: “Aún la peor de las caricaturas; la más vil, cruel, injusta, insensible o venenosa... es inofensiva. Se le da vuelta a la página, y santo remedio”. Uno de los entrevistados respondió (PRD):



Figura 6.22 Sin Medias Tintas Un cuadro de un editorial ilustrado por Calderón publicado en su sitio Web el 5 de febrero, 2006.

No estoy de acuerdo con esto. No es que la pasas y ya. Le das la vuelta y no pasa nada. ¿Cómo que no pasa nada? Ya se queda en la mente de la gente. No es la cosa física de la palabra ni la imagen sino es el concepto que ya se transmitió. Cuando son buenas caricaturas te dan conceptos muy completos y muy concretos. Y esto es bien fuerte. En realidad sí es algo, un ciclo que llega a influir mucho en una sociedad.

Otros también reconocen este poder de la caricatura. Uno lo ve como una ‘llamada a la acción’: “No descarto la caricatura, es un elemento de mandar mensajes, de decir vamos a revocar o crear esta, aquella o dicha caricatura (según sea el caso)” (HAG). Otros reconocen su habilidad de cambiar, como CCT: “Tengo fuertemente arraigadas mis opiniones y creencias, pero siempre están sujetas a la evidencia y la razón, por lo que si alguien me convence con argumentos sólidos sobre algo, pues está bien. Una caricatura puede hacer eso.”

6.4.5 La acción

Yo estoy muy politizada, pero si soy sincera caigo en el prototipo de todos los mexicanos y sabes cómo somos. Todo se lo dejamos a que el gobierno lo resuelva, nosotros asumimos una posición muy pacífica, somos conformistas. Por eso tenemos el país que tenemos, por eso tenemos el gobierno que nos merecemos, todos somos

bla bla bla y resulta que cuando se trata de actuar, preferimos que otros decidan por nosotros. Hasta en tu casa hay bronca con el edificio o con los vecinos. Convocan a juntas y tú ni te apareces. Dices pues que decidan y ahí me avisan (HED).

No le queda duda a los caricaturistas que sus caricaturas hacen reír y pensar a la gente. Donde les quedan dudas es en la capacidad de que las risas y las reflexiones se conviertan en acciones. Una tercera parte de los participantes niegan claramente que eso pase. Como dice uno: “Me río, a veces después me lamento de que estemos mal en algunas cosas y sigo mi vida” (POD). Son cuatro personas las que mencionan una conexión directa entre la caricatura y sus acciones. A uno le motiva a actuar en su entorno social. A otro le motiva a escribir. A otro más le mueve a hacer algo para llegar a tener poder como los Estados Unidos. Y ya mencioné al joven que interpreta los mensajes de la caricatura como “llamadas a la acción” (HAG).

Lo difícil aquí es definir ‘la acción’ y más difícil todavía ‘la acción política’. Por ingenuidad, planteé la pregunta a mis entrevistados: “¿Te consideras activo políticamente? Por votar, protestar, enterarse de todo lo que pasa...” En las últimas entrevistas añadí: “¿Cómo o por qué?” con la esperanza de que los entrevistados tomaran la oportunidad de explicar lo que ser activo políticamente significaba para ellos, para ayudarme a interpretar comentarios llenos de sarcasmo como el siguiente: “No me considero activo políticamente. Me considero apático, cínico y misántropo” (PIA).

En el camino me enfrenté a varias interpretaciones del activismo político. Por ejemplo:

Creo que la formación de una opinión es acción en sí. Especialmente en nuestra cultura en la que estamos acostumbrados a recibir línea del *tlatoani*²⁵ y el pensamiento crítico es visto como subversivo y peligroso. Creo que el *call to action*²⁶ está *over-rated*²⁷... igual y estoy equivocado, pero me suena mucho a mercadotecnia... (CHM).

²⁵ Una palabra para describir un líder particular en la cultura azteca.

²⁶ llamada a la acción

²⁷ sobrevaluado

Frente a la inhabilidad de incluir un capítulo sobre la historia del uso del término ‘acción política’ porque requeriría otra maestría en Ciencias Políticas para poder hacerlo bien, plasmo las ideas de los entrevistados de acuerdo a tres niveles de acción política que defino como lo siguiente. Casi todos mencionaron votar y una tercera parte enfatizó la importancia de hacer un voto informado pero seis dijeron que no son activos políticamente. Considero a ellos como el primer nivel. Las ocho personas del segundo nivel no rechazaron la idea de ser activos en la política pero tampoco la abrazaron. Los siete restantes del tercer nivel dijeron abiertamente que son activos políticamente y tratan de influir en su entorno. Algunos están involucrados en la política formal.

Estoy convencida de que, si los entrevistados hubieran tenido la oportunidad de indicar su nivel de participación política con esta pauta, algunos no se hubieran ubicado en el nivel que yo les escogí pero tampoco creo que mis resultados hubieran cambiado de una manera significativa.

6.4.5.1 Nivel uno – Los no participantes

Tres de los que no participan no ofrecen explicaciones. Los que se explican atribuyen su falta de acción a su percepción negativa del entorno: “Tú actúas porque crees en tu país, crees en tu gente, crees en que esto puede cambiar” (HED). Como HED no cree en estas cosas, no actúa sino se limita a leer el periódico. Su razón: “Quiero saber en dónde estoy parada y qué le dejaré a mi hija” (ver comentario de HED que abre la sección *La acción*). Otra persona dice: “Leo y todo pero no me gusta la política. Estoy cansada, estoy harta de todos los políticos que tenemos. Necesitamos una limpieza completa. Me da coraje. ¡Qué bueno que [los caricaturistas] les peguen!” (PXG). Otra participante no actúa por no pensarse capaz de hacer cambios: “Tú no puedes hacer nada por ti mismo. Se necesita mucho de la gente misma y del gobierno mismo” (PMV).

6.4.5.2 Nivel dos – Los indecisos y ligeramente participativos

En este grupo se encuentran personas como CMD: “Señalo mucho pero a la vez con cierta distancia porque prefiero no embarrarme. Finalmente ¿qué es política? Mentiras, hipocresía y beneficios personales disfrazados de públicos! Puro bla bla bla bla. Muchos planes y poca acción.” Por ejemplo, el trabajo de

POD lo absorbe pero quisiera estar más metido en activismo porque cree “que la política esta desvirtuada. Es más importante el video escándalo o qué le dijo Madrazo a Gordillo que el cómo resolver los problemas del país. Los medios también están coludidos aunque tal vez inconscientemente”. PRD dice que no es “activo activo” pero opina y se burla de la política y sus personajes en sus presentaciones como comediante.

No todos del nivel dos mantienen una perspectiva negativa de la política. Uno piensa que los partidos tienen “buenas ideas” (HRD). Otro dice: “Me interesan todos los temas que le atañen a la colectividad. En la política veo una manera de construir valores y bienes para el beneficio de todos” (HJL). Sin embargo, expresan algo similar a lo que dice CFSL: “[En] mis intereses no están los de tener una participación más activa en la política que la de opinar y tratar de influir en mi entorno más próximo.”

6.3.5.3 Nivel tres – Los apasionados

Dos personas en este grupo practican su activismo en torno a instituciones educativas, uno como estudiante y el otro como maestro. El primero dice: “Soy estudiante universitario. Ahí puedes tener mucha participación aunque sólo sea de intercambio de ideas” (CCT). El maestro cree que “todos tenemos un algo en nuestro interior que nos llama la atención la política” pero él no participa formalmente en ella por múltiples razones:

Primero no tengo tiempo, ni dinero para estarle invirtiendo. Y segundo, mi dignidad esta primero. A mi lo que no me gusta de la política es los caminos que tienes que seguir para lograr enclavarte en el medio político. Tienes que dejar familia, trabajo, dignidad. Yo prefiero participar en otra forma. No me afilio a ningún partido político... En la mañana, que es un bachillerato, con los muchachos hablo mucho de la política... Entonces yo, a través de mis clases, dialogo mucho y platicamos mucho de la política. Es una manera de que tomen conciencia de la realidad (PMGH).

Parte de su interés en la política, y su desinterés en participar formalmente en ella, tiene que ver con lo que le cuenta su hermana, una diputada federal.

Dos personas simpatizan con un partido (el PAN). Una está formalmente ligada con planes de participar como funcionario de casilla o representante de partido en las elecciones para la presidencia de la república en julio de 2006 (CCC). La otra decidió no afiliarse con el PAN por no querer coartar oportunidades de trabajo o de negocios (CHM). Él y otro (CFSR) han asistido a varios mítines de candidatos, pero CHM es definitivamente el más apasionado acerca de su participación en la política formal:

He aprendido de [mi papá] a participar y asistir a mítines y conferencias (de todos los partidos) ... Recuerdo que en una ocasión, mi hermano y yo fuimos a una conferencia de Porfirio Muñoz Ledo cuando era presidente del PRD y lo hicimos enojar, cuestionándolo sobre la imagen de "violencia" que proyectaba ese partido en aquel entonces circa 1998. Cuando vivía en Los Ángeles, de hecho el día de las elecciones de julio de 2000, pedí el día y me fui manejando hasta mi distrito electoral para ejercer mi derecho. Lo hice también en las elecciones locales... De hecho, desde que cumplí 18 años no he dejado de votar en ningunas elecciones...

La misma persona ha hecho un blog de temas políticos (chachalaca.org) que ha recibido atención en los medios masivos (CHM).

No toda la participación política se relaciona con las estructuras establecidas por el gobierno. HAG mejor representa las otras expresiones de activismo:

Trato de mandar el mensaje, con nuestro *Anárquico* (fanzine²⁸ de contra información hecho pobremente por nosotros) la música (mi grupo de punk-rock) y movilizaciones, es decir: ACCIÓN DIRECTA. Mientras tenga capacidad para reaccionar ante las adversidades seguiré en pie de lucha, y no me refiero a la violencia sino a la autodefensa, a la concientización y al gritar por nuestros derechos, ya sean manifestaciones, ruedas de información o conferencias interesantes, donde siempre podamos expresar ideas.

²⁸ Una revista de pocas páginas distribuida por sus contribuidores.

Otro entrevistado fue participante en uno de los movimientos más importantes de la historia reciente de México: “Viajé al DF por razones de estudio de mi licenciatura en ingeniería... Me atrapó el movimiento del 68. Tuve la fortuna de participar en casi todas las marchas universitarias que se efectuaron en las calles de la ciudad” (HBM). Su participación política se acabó allí: “Al término de mis estudios, contraté con PEMEX y por esa misma formación, estuve muy limitado para participar en actividades políticas directas o de proselitismo”.

Cabe mencionar que no hay mujeres en este nivel. La mayoría (4) es del grupo Calderón, una persona es del grupo Patricio y dos son del grupo Hernández. Nadie del primer nivel es del grupo Calderón.

6.4.6 Compartir con otros

Una caricatura para mí es como un desayuno rico, que luego quiero que otros prueben. Una caricatura te induce a opinar, primero en tu interior, y si eres un poco extrovertido, sin duda que la comentas por donde vayas. Me encanta sacar copias de caricaturas que me atraen, las difundo, las comento y ahora con el Internet, mando a conocidos míos aquellas que deseo que conozcan (HJL).

Después de la risa y la reflexión, el impulso de compartir la caricatura con otros es la reacción más generalizada de los entrevistados. Como dice uno: “La principal reacción es casi siempre comentar el contenido y la postura que se plasman en el cartón” (CFSL). Separo la discusión de este impulso de la sección sobre compartir ideas dentro de acción política porque lo anterior se refiere a personas que quieren influir en las ideas de otros. Aquí hablo del deseo simplemente de compartir, usualmente de compartir el gusto de ver la caricatura más que de compartir alguna idea de temática política, aunque lo último suele pasar como resultado a pesar de que no sea intencional.

Los entrevistados comentan la caricatura con sus familiares, sus amigos y sus compañeros de trabajo. Tres personas indicaron específicamente que hablan con su padre (los tres tienen entre 30 y 40 años) y dos (una mujer y un hombre) lo platican con sus hijos. Los que hablan con sus padres lo hacen con frecuencia, como es evidente por sus

comentarios: “A mi padre le encantan, luego comentamos... el que nos pareció mejor” (HED) y “Siempre decimos - ¿Ya viste la caricatura de Calderón? - sobre todo en domingo” (CFSR). Dos lectores de Calderón platican de su caricatura sobre todo en el foro porque, como viven en la frontera (Tijuana y Ciudad Juárez) y las caricaturas de Calderón no se publican en ningún periódico allá, no tienen muchas personas a su alrededor que también la siguen.

La mayoría de los entrevistados comparten el cartón inmediatamente después de leerlo, como parte de sus actividades diarias. Una interesante excepción es la siguiente: “La platico así como un recurso para hacer mi idea. Me enfilo a platicar de política y en la cual meto la caricatura. Lo aviento así como ejemplos. Para apoyar argumentos y hacer reír” (HRD). Hay otro ejemplo de usar la caricatura para apoyar argumentos:

En empresas como PEMEX la comunicación política se comenta en gran medida, y la caricatura es mucho muy comentada y retransmitida. Se utilizan los mismos medios internos de la empresa, desde el teléfono, fax, intranet, radio pasillo, etc. Las decisiones gubernamentales afectan invariablemente la marcha de la industria. Por ello el personal siempre está activo y comentando estas situaciones. Entre el personal no existe la intensión de lucro en la información, pero sí existen intensiones políticas de toda índole (HBM).

La mayoría de los que comparten la caricatura lo hacen más para transmitir la alegría que les da, como la madre que ve la tira de Patricio con sus hijos: “Me motiva a platicarla y ver el lado cómico de la política. Mis hijos la leen y platicamos de vivencias mismas que te pasan” (PMGM). De allí muchos pasan a comentar la política. Una del grupo Patricio leía su tira en el periódico que llegaba para su jefe del trabajo:

Se me volvió una obsesión, verlo todos los días en las mañanas. Había días cuando no llegaba el periódico y me desesperaba y fui a comprar el periódico nada más por ver la tira. Te contagia tanta alegría. Le contagié la misma alegría a compañeros del trabajo. Se vuelve tan parte de nuestra vida que lo comentamos. Lo llegamos a encontrar en la

tarde y ya empezamos a comentar y hablamos del tema. Sacamos el tema más al fondo. Nos alegraba muchísimo la vida con eso (PMV).

En otros casos, la persona que comparte la caricatura saca el tema más al fondo a petición de sus compañeros: “A mi el cartón que me hace reír o algo, siempre lo comparto. Ando pasando la caricatura con amistades. De allí empezamos hablar más de la nota. A veces dicen ‘No estoy enterado, préstame la información’” (PXG). El maestro de preparatoria dice (PMGH):

A veces le saco copias a la caricatura y las doy a los muchachos. Las comentamos, nos reímos. Las entienden porque muchos de mis alumnos viven como en *Los Miserables* allá en el cerro. Algunos ni para desayunar se llevan. Entonces ellos con estos de Patricio se sienten bien identificados. Falcón, como es más político abierto, los chavos no lo entienden mucho porque no están actualizados con los personajes.

La misma persona también habla de la caricatura de vez en cuando con compañeros del trabajo, pero no de los articulistas porque:

a pesar de ser maestros, no leen periódicos. Dicen - no voy a gastar dinero en estar leyendo las porquerías que hacen los políticos. Digo pues sí, pero deberías de leer para que te formes tu criterio y cuando vayas a votar no te dejes influenciar (PMGH).

Son varios los ejemplos de lectores que comparten la caricatura con otros que no la han descubierto de otra manera, personas no tan enteradas de las noticias como es el lector que les muestra la caricatura. Otro ejemplo es CFSL quién es muy selectivo con las caricaturas que comparte porque tiene en mente el contexto de sus conocidos: “A veces la caricatura es bastante clara y la comento con familiares. Recuerdo especialmente un cartón de Paco sobre el Sindicato de Tamemes que abrió un debate en una reunión familiar respecto a los pros y contras del sindicalismo mexicano” (ver Figura 6.23). En estos casos, los lectores toman un puesto como el caricaturista en el momento de publicar su caricatura. Hasta sus comentarios suenan muy similares: “La mando por correo cuando

considero que merece ser leída y la comento. Yo soy la única que los manda de mi círculo de amigos. No me contestan. Yo espero que por lo menos se rían y les haga pensar” (CMD).



Figura 6.23 Un cartón editorial por Calderón publicado por el Grupo Reforma el 4 de agosto, 2005.

6.4.7 El género

Marta Lamas considera el género como “un constructor epistemológico que tiñe la forma en que comprendemos el mundo. Reconocer la ‘generización’ de nuestra mirada y la ‘generización’ del conocimiento implica un escrutinio continuo de las relaciones de nuestra vida cotidiana” (Lamas, 2003, p. 328). Aquí pretendo hacer el escrutinio que ella sugiere dentro del ámbito del público de la caricatura política en México.

Hasta ahora no he mencionado ninguna caricaturista política que sea mujer. Hay ejemplos escasos pero es raro que una mujer se dedique al cartón editorial. Más bien se enfocan en el humor gráfico. El ejemplo más famoso actual de América Latina ya lo mencioné: Maitena Burundarena, una argentina que muestra las intimidades de ser mujer. En México había la participación de Palmira en el *Mitote Ilustrado* y Cecilia Pego en *Histerietas* de *La Jornada* (Rius, 2004b). Todavía está el trabajo de Cintia Bolio, Jotavé y Susi, pero no de una manera muy consistente y no se meten mucho con la política.

Las mujeres tampoco son muy comunes como seguidoras de la caricatura política, aunque hay muchas más mujeres lectoras que mujeres productoras, per capita. En este estudio hablé con apenas seis mujeres de 21 entrevistados, casi la tercera parte. En una de las entrevistas preliminares, una mujer mencionó que a la mayoría de sus amigas no les

gusta la caricatura política. No la aprecian porque la política no les importa. Era difícil para ella comprenderlo porque le encanta la caricatura tanto que la describe como un orgasmo intelectual. Una persona del grupo Calderón experimenta algo similar: “Yo me considero un poco rara porque de mi círculo de amigas y familiares creo que yo soy la más interesada. Hay una que otra que le gusta pero sólo se ríe. No la absorbe y yo sí” (CMD). Otra tuvo una reacción muy fuerte a mi mención del tema, pero después se tranquilizó:

Realmente me parece que es un comentario tipo “es raro que las mujeres trabajen”. Creo que cualquier persona interesada en política se interesará en las caricaturas pero, por otro lado, sí tengo que darles un poco de razón. De todas mis amigas, soy la única que revisa regularmente el cartón político. Yo las comento con un amigo que se interesa igual que yo por las noticias (CGD).

Las ideas de Lamas me han ayudado a interpretar las reacciones de los sujetos a la caricatura política a través de su “filtro cultural” de género (Lamas, 2003). Mi primera observación es de la relación entre el público y el caricaturista. Mientras los hombres hablan de su relación con el cartón en sí, las mujeres desarrollan su relación pensando en el autor, y específicamente en el autor cómo hombre casi como si tuvieran interés de amistad o de más todavía. Por ejemplo, HED mencionó: “con Helguera tengo un romance jajaja, le chuleo y me contesta” y PMV dijo, hablando de Patricio: “No lo conozco en persona pero a través de la caricatura, le tengo cariño.” Las dos seguidoras de Calderón lo han conocido en persona y era muy importante para ellas, pero los hombres que han conocido a los caricaturistas no dieron tanta importancia al asunto.

No sólo son la mayoría de los caricaturistas hombres pero también la mayoría de los políticos. Como resultado, la gran mayoría de los protagonistas de la caricatura son hombres. Claro que Martha Sahún, la primera dama, y Elba Esther Gordillo, la ex-secretaria general del PRI, han recibido mucha atención en la caricatura reciente, pero han sido pocas. Hasta los personajes no políticos de Hernández y de El Fisgón suelen ser hombres (ver Figura 6.6). Las mujeres se ven en las caricaturas de víctimas y sufrimiento pero rara vez de políticos o lectores discutiendo la política. Patricio tiene mujeres en sus

historietas pero muy pocas y casi siempre son personajes secundarios, como en *Los Miserables*. El personaje central, Bilimbique, es un niño. Su mamá y su abuela están presentes pero rara vez hablan. En *La Enchilada Completa* siempre son hombres cruzando la frontera. Es un hecho que más hombres cruzan que mujeres pero las muchas mujeres que sí cruzan nunca están representadas. Su superhéroe *HombreMan* es pues hombre, en inglés y español.

Las pocas observaciones que he escuchado con relación al tema mencionan que pocas mujeres se interesan por la caricatura política (S. Aragonés, presentación de *Humor, sociedad y otras diarreas* en la FIL de Guadalajara, 2 de diciembre, 2005). En este estudio, fue más fácil encontrar miembros del público de Patricio que sean mujeres a encontrar mujeres que siguen la caricatura de Hernández, tal vez por lo mismo, como el estilo de Patricio es más de historieta y social que del tema político del día.

Una diferencia notable en los sujetos femeninos y los masculinos es la mención de tristeza. En los ejemplos dados anteriormente, los entrevistados que mencionan la tristeza son mujeres, diciendo que es mejor reír que llorar. En cambio, los hombres hablan de cómo por lo menos se puede reír sin mencionar llorar como una opción, y refieren al coraje y la decepción, pero nunca tristeza. Además, las mujeres de este estudio están entre las menos activas en la acción política.

Los entrevistados mencionan la influencia de los hombres, especialmente del padre. Son los que tienen libros de Rius en la casa, leen el periódico y lo dejan para que lo vean sus hijos o empleados, y platican de la caricatura con sus hijos. Nadie menciona a su madre. Sólo una persona menciona platicar de la caricatura con su novia mientras que otro empezó a leer los libros de Rius por uno que le pasó una amiga.

6.4.8 La caricatura guardada

Algo que salió en las conversaciones con los entrevistados es una necesidad de coleccionar la caricatura como parte de compartirla con otros. Una entrevistada compró un libro para coleccionar sus tiras favoritas de Patricio (PMV). Otra las recorta y las junta en una carpeta (PMGM). Un estudiante pega caricaturas a sus cuadernos para que los demás las puedan ver (HDR). La que tiene pegada ahora se ve en la Figura 6.24. Le gusta que sus compañeros le preguntan sobre ella.

Los del grupo Calderón tienen una cantidad impresionante de cartones guardados en sus computadoras. En el sitio Web de Calderón los cartones publicados desde 2000 están disponibles pero de todas maneras ellos sienten la necesidad de guardarlos.

Alguien del grupo Patricio le había escrito porque quería poner una tira de *Los Miserables* en su *blog*. Como el entrevistado cuenta, en la tira los personajes aparecen “haciendo alarde de que estaban a la ultima moda en tecnología porque aprendieron a piratear discos. Como me dedico a esto de computadoras e Internet le hace más gracia a los de mi gremio” (POD) (ver Figura 6.25).

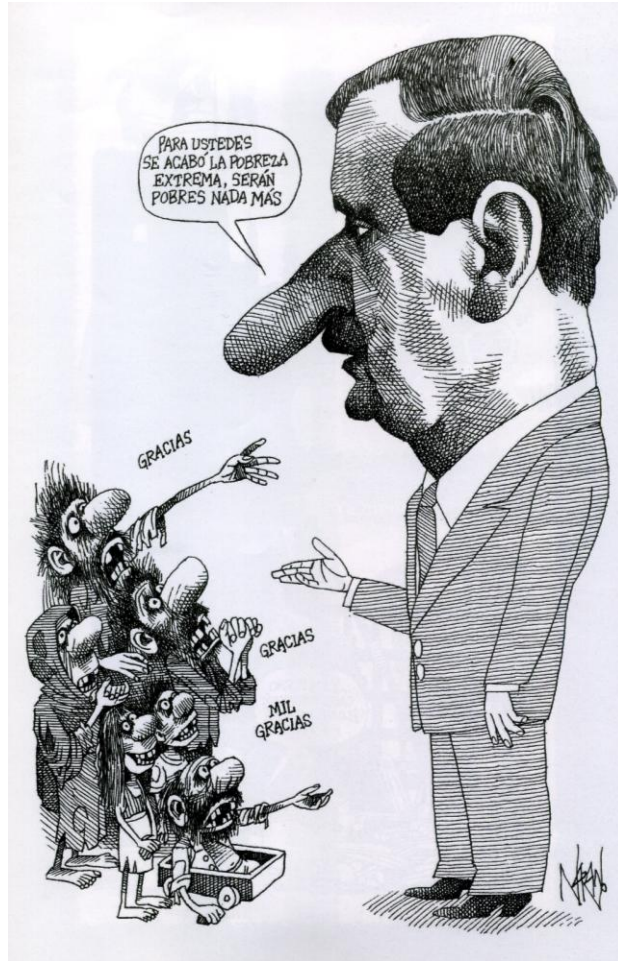


Figura 6.24 Un cartón editorial por Naranjo seleccionando para la Edición Especial #15 de *Proceso* de caricaturas tratando el Presidente Fox.

Las caricaturas que los lectores coleccionan son las que refuerzan sus creencias. CFSL dice sobre su favorita: “Resume bastante bien mi sentir respecto al dispendio de recursos y la podredumbre política que vemos a diario” (ver Figura 6.30) y CGD:

Puede ser o no cierto, y lógicamente no es la única causa, pero desde mi punto de vista ese “México Profundo” es una de las cosas que más nos molesta y que creemos que debemos superar de una forma u otra, primero a un nivel personal y posteriormente (idealmente) a un nivel general. Tiene que ver con aquellas situaciones, actitudes y costumbres del país, que de alguna manera, algunas personas pensamos que eso es lo



Figura 6.25 Una tira de *Los Miserables* de Patricio publicada en *Milenio* sobre la piratería.

que nos está atrasando en el desarrollo económico, cultural (ver Figura 6.31).

La idea de la caricatura favorita era difícil para algunos. Un entrevistado explica por qué no tiene una: “La caricatura envejece diariamente y deja de ser actual rápidamente. Si te gusta puede ser parte de tu vida diaria, pero al día siguiente debes de buscarla nuevamente” (HBM). Es interesante lo que dice porque la mayoría de las caricaturas favoritas no están ligadas a la nota del día. Por ejemplo, todos los entrevistados de Calderón mencionaron los editoriales ilustrados del domingo como sus favoritas que suelen tocar temas menos políticos y más generales de la cultura mexicana.

Los cartones editoriales que sí se quedan grabados en las memorias de los lectores son los que tienen raíces muy arraigadas en la historia y conectan con otros eventos. Por ejemplo, HED habló de algo que no era exactamente una caricatura:

En lugar de caricatura, pusieron todo negro por el Desafuero del Peje. Algunos decían algunas frases de que se murió la democracia. Sólo ha habido dos veces que se han juntado todos los caricaturistas, de *La Jornada*, *El Universal*, *Milenio*. Uno fue cuando mataron a Buendía y el otro cuando desaforaron al Peje.

El antecedente de la caricatura en negro es del año 1968 cuando Abel Quezada publicó una en *Excélsior* por la muerte de los estudiantes de la masacre de Tlatelolco. Se tituló *¿Por qué?* (Sánchez Ruiz, 2005).

El único cartón editorial mencionado como un favorito por múltiples personas era el de “Amores Perros” de Hernández de 2001 (ver Figura 6.26). Tres personas la pronunciaron como su favorita. Una dijo: “Está Fox como un perro del imperio como lo dijo Chávez. Un cachorro del imperio. Era un perro de los banqueros. Y esa caricatura se hizo mucho antes

de que Chávez dijera eso. Esa me pareció genial” (HRP). El entrevistado refiere a un comentario de Hugo Chávez, presidente de Venezuela, cuatros años después de que Hernández publicó este cartón, llamándole a Vicente Fox el “perro faldero” de George W. Bush, presidente de los Estados Unidos. Después del comentario de Chávez, salieron varias caricaturas criticándole a Chávez (ver Figuras 6.27 y 6.28). Una de los Estados Unidos y la otra de México, de Pacote (quién también firma como Fran), tienen la misma idea de que Chávez no puede decir nada, siendo él mismo el cachorro de Fidel Castro.



Figura 6.26 *Amores Perros* Uno de los cartones editoriales más populares de Hernández, originalmente publicado en *Milenio*.



Figura 6.27
Una caricatura por Michael Ramírez publicado el 17 de noviembre en *Los Angeles Times*. Está Hugo Chávez como el cachorro de Fidel Castro, a pesar de decir lo mismo de Vicente Fox en relación a Bush. Hugo Chávez (el perro) dice “Vicente Fox es el cachorro de la administración de Bush”.



Figura 6.28 Una caricatura por Pacote/Fran sobre el mismo tema de Figura 6.23 publicado un día antes en *La Voz de Michoacán*.

Este presagio de los caricaturistas, de predecir las cosas en la caricatura antes de que pasen en la vida real, es impresionante para los lectores. Otro entrevistado menciona una caricatura por Naranjo de hace 12 años (ver Figura 6.25):

Hubo una caricatura en el 94, poquito antes de que mataran a Colosio. Se ve una puerta y por abajo de la puerta, un hilito, un cable. Se ve la cara de Colosio con un micrófono. Ese fue el último discurso fuerte que dio en el aniversario del PRI. Criticó fuertemente al PRI y a los pocos ya lo asesinaron. Entonces esa caricatura a mi me impactó mucho. Yo dije - Están diciendo que Colosio es un títere. - Yo por lo que leí del

discurso dije Se está independizando del PRI. Allí quedó. - Pero sí me acuerdo de ésta caricatura. Son cosas que tú dices - Estas caricaturistas son hasta presagiadoras del futuro por la visión que tienen. Como ellos andan en el medio se enteran de todas las cosas (PMGH).

PMGH me contó de esta caricatura mientras que tomamos un café en un Sanborn's. Es decir, no había posibilidad de que estaba viendo esta caricatura de hace 12 años sin embargo fue capaz de describirlo detalle por detalle.

Los entrevistados que cuentan sobre tiras favoritas de Patricio mencionan la risa más que los de otros grupos.



Figura 6.29 *Autorizado* Un cartón editorial por Naranjo publicado el 14 de marzo, 1994 en *Proceso*, siete días antes de que el personaje, Luís Donaldo Colosio Murrieta, fue asesinado.



Figura 6.30 Principios para Principiantes Un editorial ilustrado por Calderón publicado el 9 de junio, 2002 en Reforma.



Figura 6.31 White Man's Burden Un editorial ilustrado por Calderón publicado el 9 de junio, 2002 en Reforma.