



DIAPASÓN

El cartón político como parte del *espíritu burlón* de la realidad mexicana¹

Amaury Fernández Reyes
Universidad de Colima

Resumen

En este artículo se propone reflexionar acerca del papel que juega el cartón político, también conocido en el medio periodístico como la caricatura política; texto que intenta describir algunos de sus aspectos históricos y sociales en México y reconocer la importancia que tiene para la descripción diaria de los acontecimientos políticos de la vida nacional y la conformación de opinión pública. Se parte de la premisa de que la labor de los caricaturistas representa un elemento relevante del concepto de *Zeitgeist*, ya que ellos han mostrado y muestran día a día una radiografía del espíritu del tiempo de nuestro país.

Palabras clave

Cartón político, *Zeitgeist*, opinión pública, periodismo.

¹ El término de *espíritu burlón* lo retomo de libro: *La mejor de las burlas imposibles* (Abel Quezada y otros problemas) del caricaturista Rafael Barajas "El Fisgón" (1999).



Estanque | Mariane Fach (acrílico sobre tela, 2015).

The political cartoon as part of the mocking spirit of Mexican reality

Abstract

This article intends to reflect on the role of the political cartoon or also known as the political cartoon in the newspaper environment; text that attempts to describe some of its historical and social aspects in Mexico, and recognize the importance for the daily description of the political events of national life and shaping public opinion. It starts from the premise that the work of cartoonists represents an important element of the concept of *Zeitgeist*, as they have shown and show every day a snapshot of the *Zeitgeist* of our country.

Key words

Political cartoon, *Zeitgeist*, public opinion, journalism.

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

Eduardo del Río García "Rius"

Introducción

El presente ensayo tiene como finalidad reconocer la importancia de la caricatura política, también denominada cartón político, en la difusión de noticias, al colaborar en la conformación de la opinión pública mexicana. Para ello se pretende recordar que la crónica gráfica de los acontecimientos del día a día de la realidad mexicana que sale a la luz pública por medio de la difusión de las notas periodísticas, son hechos revelados, complementados y difundidos en distintos medios nacionales por estos trabajadores del dibujo.

A la luz de lo anterior se muestra cómo los caricaturistas (re) tratan la nota periodística, así como exponer un breve recuento de la tradición de este oficio en México y reconocer el lugar que el *monero* tiene como líder de opinión *sui generis*.

Tema tratado a partir de algunos cartones que reflejan parte de la realidad política y social del país, desde la propia perspectiva de los caricaturistas, cartonistas, moneros, periodistas del dibujo, entre otras denominaciones que se les otorgan. Por lo que se pretende lograr una aproximación a la mirada de estos trabajadores del dibujo, en un país donde la cultura de la caricatura política lleva una fuerte tradición, presentada desde hace algunos siglos atrás para darnos a conocer la crónica política de todos los días.



Brevísima historia de los cartones políticos en México

Históricamente, en México el ámbito de lo político como vida pública siempre ha formado parte importante del medio periodístico, y la producción de noticias dentro de este campo ha nutrido como materia prima a los creadores de cartones políticos.

Podemos incluso remontarnos al origen de la imagen de los políticos a la etapa prehispánica cuando las distintas culturas dibujaban a los Tlatoanis, sacerdotes y reyes mesoamericanos, pero es con el advenimiento de la modernidad y la invención de la imprenta que se desarrolla lentamente el medio periodístico y, con ello, la imagen como otra de las formas de expresión comunicativa del periodismo.

Durante La Colonia comenzaron a surgir panfletos que mostraban imágenes de los Reyes y Virreyes de la Nueva España. Después, con la Independencia de México, algunos periódicos de la época comenzaron a utilizar el dibujo como una manera de hacer publicidad y difundir mensajes; sin embargo, el caricaturista Rafael del Río "Rius" (2004) reconoce, respecto a la historia de esta vertiente del periodismo en México, que el primer antecedente registrado como tal es del litógrafo italiano Claudio Linati, quien publicó en 1826 en la revista *El Iris* la primera caricatura firmada de que se tenga noticia en nuestro país. Para el cartonista Rius, el desarrollo de la caricatura en México se impulsó a través de diversos géneros, entre ellos el de humor blanco, el *reaccionario* y el de contenido político, siendo los dos últimos los más relevantes.

Durante lo que restó del siglo decimonónico y con el comienzo del siglo XX, la caricatura política ganó un lugar importante en los lectores de las diversas revistas y periódicos nacionales y regionales, por nombrar solamente algunos casos se puede reconocer el trabajo editorialista de los hermanos Flores Magón con ideas progresistas, aún antes y durante la Revolución Mexicana que dieron espacio a este tipo de manifestaciones periodísticas; también destaca el caso emblemático de José Guadalupe Posada, quien representa una genialidad del dibujo mexicano.

Durante la época posrevolucionaria y ya entrada la segunda mitad del siglo XX se encuentran otros casos emblemáticos de caricaturistas políticos, por ejemplo Abel Quezada; también podemos reconocer los trabajos de ayer y hoy de Helio Flores, Jorge Carreño, Naranjo, Covarrubias, Rafael Barajas “El Fisgón”, Bulmaro Castellanos “Magú” e Islas Allende, todos ellos de reconocida reputación.

Algunos se basan en formas narrativas de otros medios e incorporan nuevas referencias: ya sea del cine, el cómic, la historieta, la publicidad u otro tipo de expresiones artísticas, como es el caso del cineasta y caricaturista Alberto Isaac.

El ya mencionado Rius, magistralmente y de manera didáctica y sencilla, ha enseñado a diversas generaciones sobre temas difíciles de tratar y que sean comprendidos de forma argumentada y justificada, como el marxismo, la política mexicana, vegetarianismo, educación, sexualidad, imperialismo, por mencionar algunos temas que ha abordado;²² también ha trabajado de manera inteligente la caricatura política, creando historietas y personajes que reflejan parte de la idiosincrasia del mexicano. Cabe decir que muchas veces ha sido acusado de comunista y revoltoso.

Los moneros y el espíritu burlón de la democracia mexicana

Desde mi perspectiva planteo la hipótesis de que los moneros interpretan el *zeitgeist* mexicano, concepto proveniente de la filosofía alemana y principalmente utilizado por los románticos alemanes, cuya expresión que significa: El espíritu (*geist*) del tiempo (*zeit*). Dicho término se refiere a la experiencia de un *clima* sociocultural e intelectual dominante, incluido el político; es decir, el *espíritu de una nación* en términos hegelianos (*Volkgeist*) en una relación dialéctica con el proceso total del *espíritu mundial* (*Weltgeist*).

²² “Rius” trabajó en sus inicios en la publicación humorística Ja-Já y continuó en las revistas *Proceso*, *Siempre!* y *Sucesos*, entre otras. De sus publicaciones destacan: *Los Supermachos* y *Los Agachados*, que alcanzaron fama y grandes tirajes.



Los caricaturistas realizan una radiografía de este espíritu del tiempo a partir de un *espíritu burlón* que llega a las masas:

La opinión pública está repleta de sentido del tiempo, y lo que suele considerarse como el sentido del tiempo, puede saludarse como un gran logro de integración (Noelle-Neumman, 1995: 119-120).

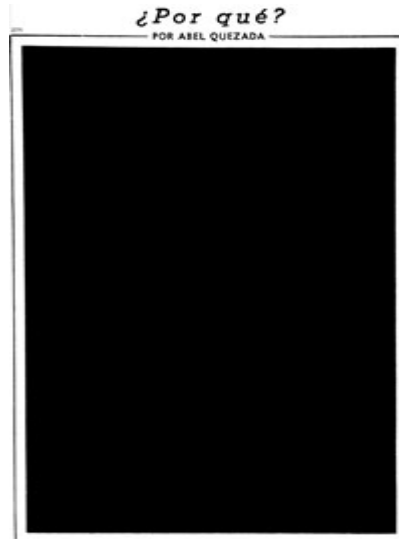
Recordemos que los mexicanos nos burlamos de la muerte pero también le tememos, nos burlamos de la realidad pero también la criticamos, nos interesamos por los aconteceres de nuestro tiempo pero también lo consideramos o ignoramos junto a nuestros contemporáneos. La caricatura también nos recuerda nuestras desgracias pero también alivia en el desahogo contra el poderoso y las situaciones desfavorables.

Los caricaturistas deben ser francos y desenfadados, y deberían crear y plasmar libremente sus imágenes; forman parte de la cultura mexicana y su aguda mirada retrata la vida social a partir de estilos propios; tratan temas cotidianos con veta humorística o crítica; hacen la crónica del México actual y del diario acontecer que, de otra manera, quedaría probablemente desapercibida y lejos de la memoria.

Son testigos e *intérpretes*, cartonistas que recogen la conciencia colectiva y moldean opiniones, casi siempre dirigidos al ciudadano común que por décadas ha sido el lector predilecto del periódico; pero ahora el lector contemporáneo gusta también de este tipo de periodismo y usa otros medios masivos de comunicación para ello, como el internet por ejemplo. Estos dibujantes enriquecen el paisaje político y social con imágenes, dan vida a los personajes de la *vida pública* en términos aristotélicos, además de que nos sorprenden con los temas que preocupan y dan cuenta de los procesos políticos.

Los trabajadores del dibujo aportan a la educación y la conciencia política con sus cartones diarios, temas en ocasiones críticos y de gran expectación, como los sentimientos de un país, tal es el caso del 2 de octubre de 1968, y otro ejemplo es el de la incertidumbre por quién sería el sucesor presidencial de Ruiz Cortines, ambos cartones realizados por Abel Quezada.

Figura 1
Representación gráfica de Quezada respecto
a los sentimientos de México por el caso del 2 de octubre de 1968



Fuente: Excélsior. Publicado el 3 de octubre de 1968.

Figura 2
Representación gráfica de Quezada respecto al candidato
no *destapado* para suceder al presidente Adolfo Ruiz Cortines



Fuente: Excélsior. Publicado el 28 de agosto de 1957.



Son críticos de nuestras costumbres que a través de su lápiz pintan la realidad y recogen un universo que se hace público y que, al hacerlo público, el cartoonista se convierte en parte de la *vox pópuli*, ya que aportan distintas miradas desde sus perspectivas y su *esfera privada*.

Algunos de ellos ganan enemigos pero también simpatías, como en el caso de Pierre-Auguste Renoir, pintor francés que relacionaba su trabajo con una actitud ante la vida. Paul Westheim expresó de él: "pinta lo que le da la gana y como le da la gana" (citado en Estrada, 1999: 13), porque reconoce que para este tipo de oficio no se deben tener obligaciones ni con la crítica ni con nadie.

Su trabajo en ocasiones hace más llevadero el día del lector. Incluso la imagen que plasma en sus viñetas la guardamos en la mente y más si nos provoca una carcajada, que casi siempre sirve para reírnos de nosotros mismos, de nuestras desgracias, de los gobernantes. A partir de la *tragicomedia mexicana*, como bien ha nombrado a la realidad mexicana el escritor y periodista José Agustín Ramírez, porque revela nuestro tiempo, el espíritu del tiempo, el espíritu burlón del tiempo (el *zeitsgeist*). Son cronistas que proporcionan la oportunidad de reírse además de las figuras públicas, pero también de la vida cotidiana, a través de su difusión en los diversos medios.

Los caricaturistas periodísticos crean sus lectores y a partir del deleite del último cartón, aligeran la realidad; recordemos que no todo lector tiene el tiempo de leer las notas completamente, pero sí de ver una imagen.

Algunos retratan al sistema político que desafía muchas veces la lógica racional en la difusión del mexicanismo, las costumbres, el relajo y el ingenio. El dibujante trabaja a partir su mirada "maliciosamente inocente" dice Rafael Barajas "el Fisgón".

El monero describe un México de paradojas y en ocasiones surrealista, que parece inventado por ellos. Es un trabajo serio, una profesión, pero no como cualquier otra sino de relevancia sociocultural. Desentrañan significados de temas y acontecimientos de importancia actual. Aunque también su trabajo a lo largo de la historia ha ayudado a la lectura. Como dicen Juan Manuel

Aurrecochea y Armando Bartra: "El Pueblo Mexicano se inició en la lectura precisamente con las historietas" (Barajas, 1999: 20). Esto se reflejará a partir del consumo masivo de las *revistas de monitos*, pero también de la industria editorial mexicana con el crecimiento del mercado de las historietas, novelas y los cuentos ilustrados. Por mencionar algunos casos de la historieta humorística mexicana se encuentran: *Los Supersabios* o *Los Mariachis*; además, muchos caricaturistas también crearon sus personajes propios al trabajar en diversas actividades alternas y llegar incluso a ser editorialistas gráficos y de revistas.

Por otra parte, algunos moneros criticaron en su tiempo el régimen político mexicano surgido de la Revolución, pero otros fueron más oficialistas y a ellos se les ha restado validez y objetividad, por parte de los analistas de los medios.

Para los trabajadores del dibujo es difícil distinguir entonces del político mexicano del de los personajes ficticios, lo que muestra que en nuestro país la realidad es muchas veces más impresionante que la fantasía y la ficción.

Así, el lenguaje y las formas en la libertad de imprenta forman parte necesaria de esta arma simbólica que históricamente ha servido incluso contra regímenes, como en el caso del Porfiriatto en su momento. Según Walter Lippmann (2003), quien controla los símbolos dominará la notoriedad pública.

Los caricaturistas gritan la verdad a partir de crear chistes aparentemente inofensivos, es decir *a quien le quede el saco*. Algunos se colocan en el gusto del público y otros desaparecen con el tiempo.

La caricatura, como ya se mencionó, poco a poco se abrió paso desde la censura hasta las bromas de sucesión presidencial y se ha caracterizado por tratar temas difíciles, generalmente son una clara burla contra el sistema y usan recursos narrativos gráficos que en ocasiones irritan a la clase política, o que incluso en ocasiones también este grupo cínicamente disfruta.

Múltiples son entonces las lecturas que pueden hacerse de los cartones dentro de ciertos parajes temáticos. Los moneros son para muchos internautas o lectores del diario en papel,



punto de referencia de los temas de actualidad, sea el ciudadano y lector común del diario o el lector ocasional, pero también para la clase política.

Recordemos además que el miedo al ridículo también puede modificar las conductas de las personas y, en este sentido, los políticos sí prestan atención a las críticas. Así, el empleo de personajes estereotípicos propuestos por Lippmann, estarán casi siempre presentes en las caricaturas políticas dentro del *zeitgeist*. Noelle-Neumann (1995: 127) opina respecto a dicha noción de este autor:

Los estereotipos favorecen la eficacia de los procesos de opinión pública. Se extienden rápidamente en las conversaciones y transmiten inmediatamente asociaciones negativas, o en algunos casos, positivas. Orientan la percepción, atrayendo la atención sobre algunos elementos —normalmente negativos— produciendo una percepción selectiva.

Sin embargo, hay que reconocer que los cartonistas utilizan estos elementos como medio básico de expresión crítica, porque estos estereotipos son fácilmente identificables para el lector mexicano y resultan ser elementos básicos de los cuales los cartonistas *echan mano*: el pobre (flaco y zarrapastroso), el rico (elegante y es-pigado), el tío Sam (un viejo canoso vestido de un traje ridículo con los colores de la bandera norteamericana), el presidente en turno (siempre destacando su defectos puntualmente), el maestro (de anteojos y en el salón de clase), el campesino (de sombrero grande y ropa de manta), el banquero (con cara de puerco y sonrisa tenebrosa), todos ellos son parte de las formas narrativas populares y del gusto por el humor, crítica que juega con el propio sistema al cual el cartonista sabe que pertenece.

Pero siempre serán los mayores representantes del poder, como los gobernadores, los secretarios del gabinete presidencial o la propia figura del presidente, quienes estarán dentro del objetivo principal de estos periodistas del dibujo.

Figura 3
Caricatura con estereotipos
comúnmente identificables para el lector mexicano



Fuente: <http://www.jornada.unam.mx/2005/09/09/index.php?section=cultura&article=a05n1cul> y <https://arantzam.files.wordpress.com/2010/01/porfisaurio.jpg>.



Con relación a lo anterior, basta recordar sólo algunos ejemplos del siglo XIX en los que periodistas satíricos como Jesús Martínez Carrión o José María Villasana se concentraban en la figura de don Benito Juárez, Lerdo de Tejada o Porfirio Díaz, divulgando ideas de crítica política y que también contribuía en la opinión pública. Como dice Monsiváis (1999: 29) "Hay que exaltar así sea críticamente a los caudillos, y conviene darle a las clases medias y al populacho la oportunidad de un retrato del paisaje".

Figura 4
Caricatura del siglo XIX
con referencia al aniversario de la Constitución



Fuente: <http://www.jornada.unam.mx/2006/02/26/Imagenes/mas-consti.jpg>.

Las tiras cómicas en ocasiones se vuelven algunas caricaturas de los estereotipos que acompañan a grandes personajes, y que separaban al pueblo y a los poderosos. Estos trabajadores del dibujo periodístico, buscan lo notable sobre lo cotidiano. El humor involuntario, la ironía, la sátira (que aclara las cosas), el sarcasmo, sea por medio del cómic y el cartón.

Los cartonistas interpretan y encuentran las contradicciones y males de la sociedad, y además divierten; así "la realidad es

una historieta" dice Monsiváis de modo involuntario, pero México es el gran cómic:

En *strictu sensu*, estos "comentarios dibujísticos de actualidad" ilustran la melancolía de la impotencia de la opinión pública (Monsiváis, 1999: 31).

Jesús Martín Barbero menciona que la desconfianza hacia las grandes palabras de la moral y la política, por parte de la cultura popular y su actitud irónica hacia la ley, produjo una capacidad de goce que ni siquiera los clérigos ni patrones pudieron amordazar, ello desde el siglo de las luces y la cultura de los romanceros.

Esta cultura popular no es sólo tradicional o heredada sino que tiene la capacidad de redefinir y reinterpretar desde ella misma acontecimientos y normas que se les imponían, de esta manera nace una nueva conciencia política:

La que orienta a los pioneros de las causas obreras y se expresaría a través de la "prensa radical" inglesa o en los pliegos sueltos y la caricatura política que en la España del XVIII y XIX realizan el encuentro de la protesta política y la cultura popular (Barbero, 1984: 12).

De esta manera se ridiculizan y ultrajan los símbolos de la hegemonía, a la autoridad de ricos y políticos "a través de la ridiculización de sus gestos y su lenguaje, en la profanación de los temas sagrados mediante un lenguaje grotesco" (Barbero, 1984: 15).

Lo anterior debe ser entendido en un contexto de antagonismos entre las clases sociales, ya que:

las clases populares son muy sensibles a los símbolos de la hegemonía [en] el campo de lo simbólico, tanto o más que el de la acción directa del motín, se convierte en un espacio precioso para investigar en él las formas de la protesta popular (Barbero, 1984: 11).

La caricatura es pues un producto que se consume desde un lugar particular, mirada por las clases populares en América Latina que forma parte de la conciencia, no se diga el importante papel que ha tenido en México.



El caricaturista como líder de la opinión burlesca

Parto de la idea de que el caricaturista es además un líder de opinión a su manera, que hace accesible la información y, en ocasiones, toca temas complejos y los transmite de manera clara, manejando y simplificando el sentido común y la idiosincrasia de la gente; esa idiosincrasia mexicana que se nutre de un humor inteligente, burlesco, en ocasiones de doble sentido y mordaz.

En este orden de ideas, Lippmann (2003) estaría de acuerdo en que se debe reducir la complejidad de los temas, simplificarla no sólo desde lo que se dice sino a partir de la manera en que se trata el tema, siguiendo la atención pública de actualidad y novedad, y eso es precisamente lo que hacen los moneros políticos: aplican la “reducción de la complejidad”, concepto que analiza más recientemente Elisabeth Noelle-Neuman (1995) al decir que para lograr la atención del lector.

El cartón político y su papel en la opinión pública

De acuerdo con Habermas (1994), la opinión pública forma parte del entendimiento humano y es un fenómeno que ayuda a explicar ideas y conductas sociales, aunque represente juicios inciertos y no completamente probados; es más que una simple falsa conciencia —como diría Marx acerca de este concepto—, y se mueve incluso entre las esferas de lo público y lo privado de acuerdo con Arendt (1993).

Gracias a la opinión pública se señalarán los saltos dialécticos del político que en un momento está a favor o en contra de algo, además del cinismo de los políticos, pero también se hará una crítica social y se mostrará, en algunos casos, la indignación explícita del pueblo.

En este sentido, el cartón es también un *bien público* y el cartonista realiza una importante labor dentro del campo de la esfera pública de la política, y esto forma parte de una sociedad

democrática que debiera contribuir a la formación de una voz crítica de la sociedad.

Carlos Zeller (2001), por su parte, es consciente de la estratificación en que socialmente se distribuye la competencia o el capital cultural en los lectores, lo que limita la participación ciudadana y reconoce que el campo periodístico ha cambiado enormemente; sin embargo, esta crisis que se presenta en algunos actores del campo periodístico refleja la necesidad de repensar la información periodística con relación a la vida pública y la democracia. Los *mass media* son ahora piezas dinámicas de la industria cultural y son claves en la estructuración de la vida política y social. Aunque este campo muestra una gran paradoja, contribuye a la reproducción social pero también genera patologías sociales que afectan la vida democrática. En este sentido, las organizaciones políticas emplean el campo periodístico como espacio natural de su competencia, *su espacio público* es lo que los ha perjudicado.

Otro aspecto negativo del ámbito periodístico es que presenta una adscripción político-ideológica de los distintos grupos de comunicación a la articulación de la "poliarquía política", como la denomina Zeller. Para el análisis del campo periodístico, este sociólogo y periodista propone tres grandes áreas a explorar con la meta de "dar un contenido más preciso a la idea de información como un bien público" (Zeller, 2001: 140).

Una de las soluciones para modificar lo anterior sería repensar el método de trabajo del periodista, al ser más autónomo sin ser condicionado por la agenda periodística; buscar y encontrar hechos relevantes sin mutilar información y hacerlos comprensivos a los receptores.

Debe explotar nuevas formas periodísticas, comprensivo por ejemplo: desafiar el *mediacentrismo*; utilizar creativamente el trabajo desde el periodismo, el de científicos sociales junto con sus métodos y teorías; considerar el trabajo de los dibujantes que se realiza en el caso de algunos países europeos y que Zeller reconoce, y que yo lo extrapolo al caso de los caricaturistas mexicanos:



El trabajo de algunos dibujantes —¿los podemos llamar humoristas?, ¿o bien, se trata de una forma periodística tan heterodoxa?— de los periódicos españoles y europeos, nos ofrece en muchos de sus dibujos un formidable ejercicio de análisis social, de periodismo complejo capaz de situar un hecho social en una perspectiva amplia y de indagar en las causas y en los efectos. Una mirada periodística en la cual las nociones de estructura de poder y de desigualdad están siempre presentes y sirven para orientar todo el análisis periodístico (Zeller, 2001: 140).

Esto es precisamente lo que los caricaturistas logran: hacer más comprensible la información al lector y utilizar creativamente su trabajo de *humoristas*. Entonces el monero se ubicará dentro del campo periodístico de acuerdo con la *teoría de los campos* de Pierre Bourdieu (1995):

En términos analíticos, un campo puede definirse como una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) —cuya posesión dentro del campo— y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera) (Bourdieu y Wacquant, 1995: 24).

Dicho *campo* estaría conformado, según considero, por editores, comunicólogos, publicistas, críticos, intelectuales, periodistas, columnistas, entre otros, que a su vez se relacionan íntimamente con el campo político y el campo de los *mass media*.

De acuerdo con Bourdieu (1995), el campo periodístico se caracteriza más que otros por ser más dependiente de fuerzas externas dentro del ámbito de la reproducción cultural, aunque su fuerza sigue siendo decisiva en el arte, la literatura, el teatro o el cine, según reconoce Zeller (2001).

A decir verdad, los medios de comunicación retoman y difunden los temas de la escena política y sociocultural, pero a la vez con la propia sociedad; estos dibujantes por lo tanto enumeran errores y usan el arte para ubicarse en el espacio simbó-

lico dentro del lenguaje público. Son comentaristas que ilustran como periodistas la opinión de su tiempo, hacen caso al rumor y construyen cartones de la idiosincrasia mexicana, que en ocasiones van fuera del sesudo artículo o notas meditadas y se apoyan en la creación, incluso algunos dentro del medio periodístico, registran cambios en las modas y modales de la política a través del tiempo.

Dice Quezada (citado por Saborit, 1999: 43) que “el político es un personaje que dice cosas raras cuando las prepara [...], cuando no las prepara nadie puede saber lo que dice”. Ellos hacen las frases, recordemos el “comes y te vas” de Vicente Fox a Fidel Castro, “ni nos perjudica ni nos beneficia, sino todo lo contrario” de Luis Echeverría sobre la relaciones con Estados Unidos de América o el “ni los veo ni los oigo” de Carlos Salinas en torno a otros contrincantes políticos. Quezada llegó a mencionar incluso que los políticos “las frases las lanzan al pueblo en discursos, declaraciones y boletines; nosotros las recogemos y el pueblo las come” (Saborit, 1999: 43).



Figura 5
Caricaturas con relación a frases
que han sido distintivas de algunos personajes



Fuente: <http://monerojosejuan.blogspot.mx/2005/11/comes-y-te-vas.html> y Hernández (2013). Aniversario. Publicado en La Jornada el 07 de mayo.

Los humoristas, trabajan con la imaginación para producir dibujos de opinión, muestran el relato de la descomposición del sistema, de la hipocresía mexicana, de la demagogia política, la forma del disfraz de sus intenciones y conquistas, y para muestra podemos observar los diversos casos de crónica gráfica.

Por último, cada caricaturista tendrá la manera personal de mostrar, a su más puro estilo, la crítica política, ya sea de manera grotesca —de acuerdo a la nota—, cruda, irónica o mordaz, en el contexto de las paradojas de la realidad política nacional.

También tendrán alguna oportunidad algunos caricaturistas para hacer una burla acerca de la similitud con otros acontecimientos históricos, como lo hace por ejemplo Gonzalo Rocha del periódico *La Jornada* en el último cartón, donde nos refresca la memoria de un hecho histórico relacionado con otro acontecimiento de la nota periodística actual.

Figura 6

Caricatura que destaca la similitud con otro acontecimiento histórico



Fuente: Rocha (2015). *Y no se olvida*. Publicado en *La Jornada* el 29 de enero.



Conclusiones

La caricatura política describe el acontecer político, y con ello el papel importante que tiene la caricatura para simplificar la información y hacer una verdadera crítica a este acontecimiento que se hizo público.

Con lo anterior considero la importancia del cartón político como un hecho sociocultural que está ahí, en los medios de comunicación y que enriquece al medio periodístico. Pienso que en este caso aplica el dicho (aunque sea un tanto cliché) que en ocasiones “una imagen dice más que mil palabras”, si es un buen cartón, aplica.

Incluso algunos caricaturistas se consideran un mal necesario para el periodismo y la política, tal es el caso de Omar Díaz Trujillo, colaborador del diario *El Universal*, quien reconoce que más que hacer monitos su trabajo es “un verdadero análisis político”, o el caso del caricaturista cubano y colaborador del diario *El Universal* Ángel Boligán, quien refiere que en su labor diaria “se juega con la habilidad metafórica y de doble sentido del dibujo para hacer una denuncia”. Por tanto, el papel que juegan los caricaturistas en el campo periodístico forma parte relevante de la crónica de la historia del diario acontecer de nuestra realidad, y serán éstos los que llegarán a las masas de lectores, aportando su peculiar visión acerca de la política y la opinión pública. De esta manera, la imaginación y la crítica de estos creadores del dibujo político registrarán, por medio de la crónica humorística, la tragedia mexicana y el *zeitgeist* nacional.

El caricaturista es entonces un periodista y líder de opinión peculiar, que se nutre del diario acontecer político y de la propia opinión pública; la caricatura pervive y al parecer lo seguirá haciendo mientras exista el oficio del cartonista y su trabajo interese e influya en la mentalidad de sus lectores; el cartón político en realidad es algo serio y cuenta con sus propias características técnicas y simbólicas que trae consigo una interesante tradición arraigada en nuestro país desde hace ya algunos siglos.

Bibliografía y hemerografía consultada

- Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Buenos Aires: Paidós.
- Barajas, R. (1999). La mejor de las burlas imposibles (Abel Quezada y otros problemas). En: *Quezada, A. El mejor de los mundos imposibles* (pp. 19-26). Los Ángeles, California: CONACULTA / Museo Rufino Tamayo: Fundación Olga y Rufino Tamayo.
- Barbero, J.M. (1984). Cultura popular y comunicación de masas. *Materiales para la comunicación popular*, 3: 3-19. Abril, Centro de Estudios sobre la Cultura Transnacional, Lima.
- Bourdieu, P. y Wacquant, J.D. (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Carbajal, A. (2015). Ojo de mar. Periódico *El Comentario*. Publicado el 4 de septiembre. Consultado el 5 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://elcomentario.ucol.mx/Noticia.php?id=1441347502>.
- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. España: Salvat.
- Del Río, E. (1984). *Un siglo de caricaturas en México*. México: Grijalbo.
- Del Río, E. (2004). *Los moneros de México. Obras de Rius*. México: Random House Mondadori.
- Estrada, G. (1999). Instituto Nacional de Bellas Artes. En: *Quezada, A. El mejor de los mundos imposibles* (pp. 12-13). Los Ángeles, California: CONACULTA / Museo Rufino Tamayo: Fundación Olga y Rufino Tamayo.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: G. Gili.
- Monsiváis, C. (1999). La sociedad de Abel Quezada. En: *Quezada, A. El mejor de los mundos imposibles* (pp. 29-36). Los Ángeles, California: CONACULTA / Museo Rufino Tamayo: Fundación Olga y Rufino Tamayo.
- Noelle-Neuman, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Ramírez, J.A. (2013). *Tragicomedia mexicana 1: La vida en México de 1940 a 1970*. México: Planeta.
- Saborit, A. (1999). Máximo Plumafuerte vs la sociedad de admiración mutua. En: *Quezada, A. El mejor de los mundos imposibles* (pp. 39-45). Los Ángeles, California: CONACULTA / Museo Rufino Tamayo: Fundación Olga y Rufino Tamayo.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Zeller, C. (2001). Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática. En: *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* (pp. 121-124). Barcelona, España: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació.

Recepción: Junio 10 de 2015

Aceptación: Octubre 26 de 2015



Amaury Fernández Reyes

Correo electrónico: amaury_fernandez@ucol.mx

Mexicano, sociólogo y doctor en ciencias sociales por la Universidad de Colima. Profesor investigador en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima. Áreas de interés: sociología de la cultura y la comunicación; juventud, identidad y prácticas sociales. Título de la publicación más reciente: *Los esquemas culturales: una propuesta teórico metodológica para el estudio de la identidad en jóvenes pescadores de Armería, Colima, México.*