



Universidad Nacional Autónoma de
México

Facultad de Estudios Superiores Aragón

**“Análisis Semiótico de la Caricatura Política en los
Periódicos Reforma y La Jornada durante las Campañas
ElectORAles rumbo a la Presidencia de México en el 2006”**

T E S I S

*Que para obtener el título de licenciado en
Comunicación y Periodismo presenta:
José Alberto Ramírez Zaragoza*

Asesor: Mtra. Isabel Ángela Luis Juárez

San Juan de Aragón, Estado de México, 2007.





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Este trabajo está dedicado a todos aquellos que hicieron posible su culminación:

A mis padres Héctor y Martha:
por su apoyo incondicional y confianza. Gracias por ser un ejemplo a seguir.

A mis hermanos Héctor y Cecilia:
con los que una vida no basta para compartir buenos momentos en su compañía.

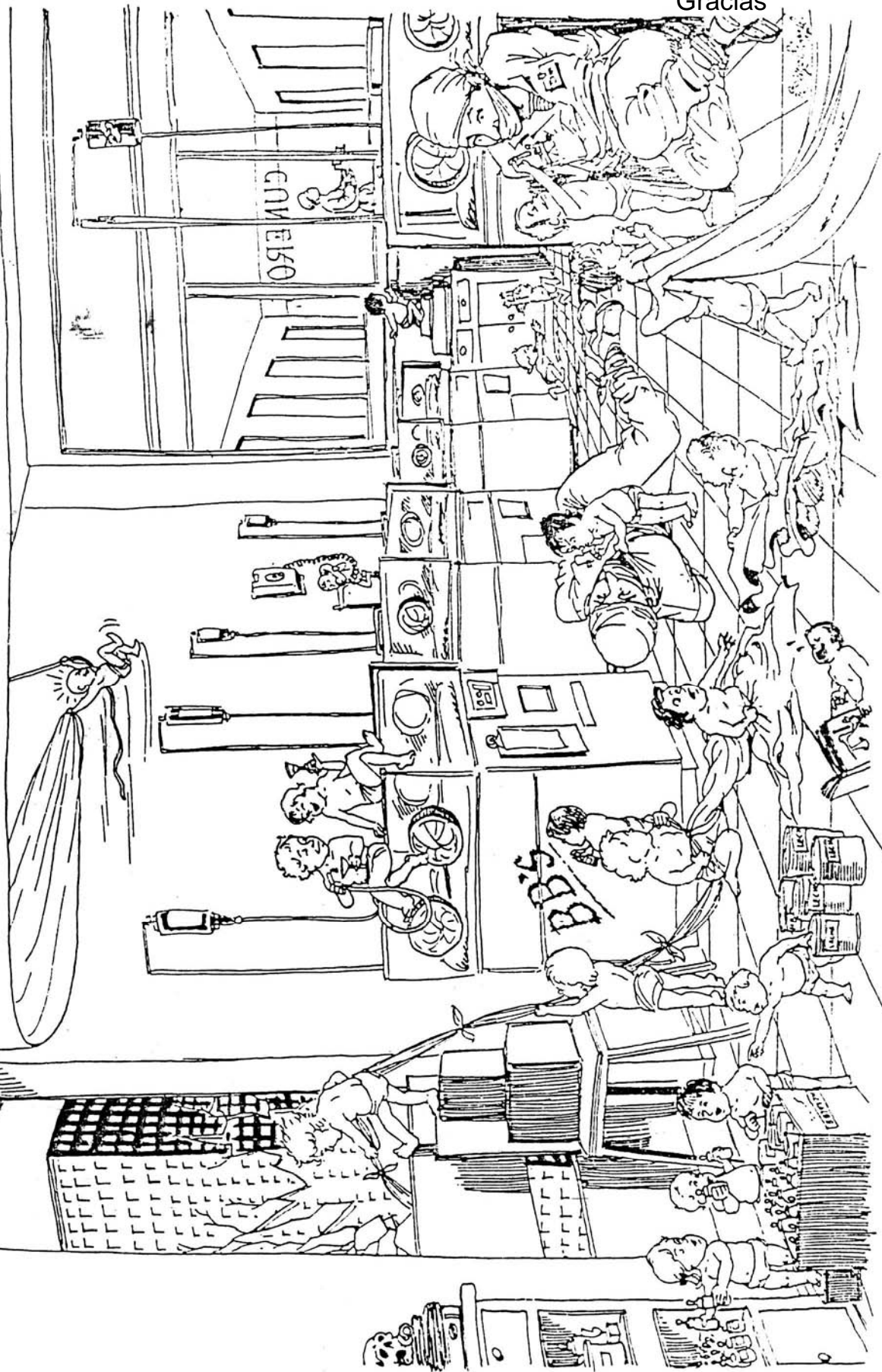
A mis amigos:
por las incontables horas de diversión y entretenimiento.

A la Maestra Isabel Luis Juárez:
cuyo profesionalismo y dedicación fomentaron en mí el gusto por la comunicación.

A la Maestra Olga Rodríguez Cruz:
quien con sus conocimientos y amistad me inició en este proyecto.

A Pedro Sol, Rruizte, Fabio, Emmanuel Vélez y El Fisgón:
moneros cuya experiencia y ocurrencias enriquecieron las páginas de esta obra.

Con un profundo agradecimiento a todos nuestros maestros ya que llegamos en pañales y terminamos como hombres de verdad.



Gracias

ÍNDICE

Introducción.	11
CAPÍTULO 1: El oficio monero y la caricatura política como medio de expresión gráfica	17
1.1. Tinta en las venas: oficio monero	17
1.1.1. Requisitos para ser un buen monero	18
1.1.2. Trazando un estilo propio	20
1.2. El monero, ¿nace o se hace?	22
1.2.1. Virtudes y desventajas del oficio	23
1.2.2. Las moneras	25
1.2.3. Censura y límites personales	28
1.3. Elaboración de una caricatura política	33
1.3.1. Proceso creativo	34
1.3.2. Los recursos gráficos: armas del monero	36
1.3.3. La intención del cartón político: crítica con humor	40
CAPÍTULO 2: La caricatura política en la actualidad	45
2.1. Definición de caricatura política	45
2.2. Breves antecedentes de la caricatura política en México	49
2.3. Cartón político: situación actual en México	55
CAPÍTULO 3: 2006, crónica de una elección	61
3.1. Trayectoria política de los candidatos del PAN, PRI y PRD a la Presidencia de México en el 2006	61
3.1.1. Felipe Calderón Hinojosa	62
3.1.2. Roberto Madrazo Pintado	63
3.1.3. Andrés Manuel López Obrador	64
3.2. Contexto político anterior al proceso electoral de 2006	66
3.2.1. Escándalos en el PRD	66
3.2.2. Escándalos en el PAN	73
3.2.3. Escándalos en el PRI	76

3.2.4. Elección de consejeros electorales para el periodo 2003-2010	79
3.3. Crónica de las elecciones presidenciales del 2006	80
3.3.1. Enero	81
3.3.2. Febrero	82
3.3.3. Marzo	84
3.3.4. Abril	86
3.3.5. Mayo	91
3.3.6. Junio	93
3.4. Fin de la contienda electoral	96
CAPÍTULO 4: Elementos teóricos para el análisis del cartón político	97
4.1. Descripción del canal de la comunicación	98
4.1.1. Diario <i>La Jornada</i>	99
4.1.2. Diario <i>Reforma</i>	100
4.2. Análisis de contenido	102
4.2.1. Definición	103
4.2.2. Unidades del análisis de contenido	104
4.3. Semiótica	108
4.3.1. Definición	109
4.3.2. El signo, el significado y el significantes	111
4.3.3. Retórica de la imagen	112
4.4. Análisis semiótico aplicado a la caricatura	119
4.4.1. Unidades significantes de la caricatura	120
4.4.2. El chiste y su estructura	129
4.4.3. Análisis del código visual	130
CAPÍTULO 5: La caricatura política durante las campañas electorales del 2006	133
5.1. Especificación de la muestra	133
5.2. Análisis semiótico aplicado a los cartones políticos de <i>La Jornada</i> y <i>Reforma</i>	141

5.2.1. Enero	142
5.2.2. Marzo	168
5.2.3. Junio	199
5.3. Resultados del análisis	234
Conclusiones	247
Fuentes de consulta	255
Anexo 1	271
Anexo 2	275

Introducción

Una de las mayores responsabilidades encomendadas al comunicólogo es la de mantener una actitud crítica y reflexiva, con el fin de evaluar los contenidos de la comunicación contemporánea. Dicha actitud exige al estudiante de comunicación adquirir el compromiso de analizar cualquier forma de expresión y manifestación humana, por compleja o simplista que ésta parezca.

Llevar a cabo un estudio acerca del cartón político se vuelve un esfuerzo significativo en la medida en que el “monero” o caricaturista político, forma parte entrañable de la tradición periodística en nuestro país. Simplemente es imposible imaginar el desarrollo del periodismo mexicano como lo conocemos hoy en día sin el oficio monero, disciplina que desde los esbozos del periodismo nacional dejó ver los peligros de tal ocupación: persecuciones, censura, chantaje, acoso y hasta la muerte.

En nuestro país el caricaturista político no es visto como un mero opinante, es una suerte de vocero popular quien hace de su viñeta una tribuna en la que los odios colectivos cobran vida. La sagacidad de estos individuos sobrepasa en muchos de los casos las investigaciones periodísticas más agudas al retratar mordaz y satíricamente la realidad política contemporánea.

El objetivo general de este estudio es analizar las caricaturas políticas de los diarios *Reforma* y *La Jornada* referentes a las campañas electorales del 2006 con el propósito de conocer su tendencia política. La hipótesis que planteo es que las caricaturas políticas publicadas en el periódico *Reforma* durante la elección presidencial del 2006 estarán enfocadas a cuidar la imagen del candidato perteneciente al partido en el poder (PAN), Felipe Calderón, las críticas de los cartones políticos de *Reforma* serán enfocadas a Roberto Madrazo Pintado (PRI) y Andrés Manuel López Obrador (PRD). En el diario *La Jornada* las críticas por parte de los moneros se orientarán a Felipe

Calderón y Roberto Madrazo, apoyando la imagen del único candidato considerado de izquierda, López Obrador (PRD).

Con el fin de abordar ampliamente el tema de la caricatura política en México, la presente investigación pretende dar a conocer el panorama actual en el que se desarrolla el cartón político en nuestro país, sus características y el proceso necesario para su elaboración; además de mostrar las ventajas y desventajas que conlleva ejercer el oficio monero. Se dispone presentar las condiciones políticas que sirvieron de marco para la publicación de las caricaturas analizadas en esta tesis. Finalmente, se expondrán los elementos teóricos necesarios para el análisis de un cartón político.

Es menester señalar que la teoría de la comunicación sobre la cual se fundamenta el presente trabajo de investigación es el estructuralismo^{*}, debido a que éste argumenta que toda forma de comunicación se compone por unidades constituyentes, capaces de ser identificadas y aisladas con el fin de conocer la multiplicidad de sus significados. En toda caricatura política podemos reconocer unidades comunes que nos permiten llevar a cabo un análisis específico sobre el contenido y relaciones de las mismas.

Durante esta investigación se ha aplicado el método inductivo al cartón político, se partió de lo particular, en este caso representado por la caricatura política, a lo general con el fin de determinar si ésta refleja la tendencia política del diario en el cual es publicada. Para alcanzar dicho objetivo fue necesario separar y estudiar exhaustivamente cada una de las partes, detalles, elementos, etc., constitutivos de una caricatura política. Además del uso del análisis de contenido en conjunción con el análisis semiótico, gracias a los cuales, una vez separadas las partes de la caricatura y establecidas las categorías necesarias, se determinó la tendencia política de las caricaturas estudiadas.

* El estructuralismo consiste en aislar dentro de categorías abstractas al contenido de la comunicación, su función es la de conocer y comprender las relaciones lógicas que forman los modelos de comunicación.

Hablar sobre el empleo del análisis de contenido en conjunción con el análisis semiótico puede sonar un tanto riesgoso y contradictorio, empero la utilización de ambos tipos de análisis se ha usado en diversos estudios sobre comunicación con resultados satisfactorios. No resulta extraño que investigadores de la talla de Miguel de Moragas Spa consideren insuficiente la aplicación del análisis de contenido sin la adopción de un esquema teórico que permita la evaluación de los resultados obtenidos. Bernard Berelson, fundador del análisis de contenido, asegura que aunque de este tipo de estudios se obtienen resultados certeros debido al criterio de cuantificación, se requiere de un modelo determinado para la interpretación de dichos resultados**

Para conocer la orientación política de los cartones publicados, durante las elecciones del 2006, en un diario considerado de izquierda (*La Jornada*), y otro de derecha (*Reforma*), se recopilaron las caricaturas políticas referentes a los aspirantes a la presidencia del 2006 en México durante los periodos clave de la contienda, es decir, el mes de enero tomado como inicio de las campañas políticas; el mes de marzo por representar el nudo o punto medio de la contienda electoral; por último, el mes de junio por ser el fin de las campañas y la culminación del proceso.

Se seleccionó a los cartonistas más representativos de cada publicación de acuerdo con su regularidad en el diario; o sea, con base en la cantidad de caricaturas publicadas durante este periodo. De *La Jornada* se obtuvo a El Fisgón, Hernández, Magú y Helguera, de *Reforma* a Paco Calderón, Rapé y Sifuentes. De este universo se contabilizó la frecuencia con que cada cartonista se refería a uno u otro asunto y de aquellas caricaturas, cuyo asunto se repite en más ocasiones, se eligió una al azar por mes (enero, marzo y junio).

** Véase Bernard Berelson, *Análisis de contenido*, p. 46 y Moragas Spa, Miguel de, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 103.

Con objeto de fundamentar el contenido de esta tesis se recabaron una serie de documentos que van desde la bibliografía, hemerografía, videografía, hasta la iconografía y cibergrafía. La observación de las caricaturas políticas jugó un papel preponderante, además de que gran parte del presente trabajo está sustentado en diversas entrevistas a los principales caricaturistas políticos mexicanos de la actualidad.

En el capítulo 1: El oficio monero y la caricatura política como medio de expresión gráfica, se exponen los detalles menos conocidos acerca del oficio de cartonista político, desde la formación de un estilo propio, los requerimientos obligados para ejercer la disciplina, la censura y las presiones políticas a las que se enfrentan los moneros, hasta el proceso de creación de un cartón político. También se aborda el tema sobre cómo la mancuerna humor y crítica forman una combinación exitosa en la caricatura política. Además existe un apartado acerca de las moneras mexicanas y su influencia en el cartón político de nuestros días.

En el capítulo 2: La caricatura política en la actualidad, se expone la definición de caricatura política con base en las características enumeradas por varios autores concedores del tema. En adición, se brindan de manera breve los antecedentes de la caricatura política en nuestro país que incluyen los periodos de la etapa independentista y primeros años de vida independiente; la época porfirista y la consecuente revolución mexicana; finalizando con la consolidación del presidencialismo mexicano. Al término del capítulo se trata el tema del cartón político durante el sexenio de Vicente Fox Quesada de voz de varios cartonistas políticos reconocidos en el gremio.

Dedicó el capítulo 3: 2006, crónica de una elección, a la descripción del clima político vivido durante los comicios electorales de ese año. Se lleva a cabo una crónica detallada de las condiciones políticas en las que se desarrolló la contienda electoral, sin dejar de lado los antecedentes directos que influyeron en los temas recurrentes de las caricaturas políticas seleccionadas para la muestra. También se realiza una breve descripción de la trayectoria política de los candidatos más sobresalientes del pasado

proceso electoral, con el fin de contextualizar los temas encontrados en las caricaturas analizadas.

En el capítulo 4: Elementos teóricos para el análisis del cartón político, se explican los elementos teóricos necesarios para la lectura e interpretación de un cartón político. Se aborda el tema del análisis de contenido y se establecen las categorías adecuadas para la presente investigación. Se explican y definen los conceptos relevantes al análisis semiótico, así como los parámetros a usar durante la aplicación del análisis. Se especifica la manera en que ambos análisis, de contenido y semiótico, serán aplicados respecto a las características propias del cartón político.

El capítulo 5: La caricatura política durante las campañas electorales del 2006, está destinado a detallar el proceso de selección y delimitación del universo competente para la investigación. Se presentan los análisis aplicados a las caricaturas políticas de los diarios *La Jornada* y *Reforma*. Por último, se brindan las gráficas y estadísticas de las que se desprenden las conclusiones definitivas.

CAPÍTULO 1: El oficio monero y la caricatura política como medio de expresión gráfica

Dentro del ámbito periodístico existe una variedad de especialidades y oficios de todo tipo, desde editores, columnistas y reporteros, hasta corresponsales, fotógrafos y, por supuesto, caricaturistas. Este último oficio es motivo de investigación de la presente tesis y llama nuestra atención debido a que es uno de los menos remunerados y reconocidos del gremio, a pesar de su relevancia para el periodismo en general.

A menudo se piensa que dibujar “monitos” para un diario es tarea sencilla, no obstante, mucho esfuerzo y dedicación, además de un buen sentido del humor son necesarios para el oficio. Del mismo modo en que cualquier periodista puede experimentar presiones como acoso, agresión física, allanamiento, amenazas, asesinato, censura, espionaje, secuestro, veto informativo, insultos, confiscación de equipo etc.; el monero no está exento a dichas vicisitudes del argot periodístico, haciendo de su oficio uno de los más bellos y azarosos del periodismo de nuestros tiempos.

1.1. Tinta en las venas: oficio monero

Día con día los llamados moneros o caricaturistas políticos, se dan a la tarea de desenredar y desnudar el acontecer político contemporáneo con el fin de que el lector se vea reflejado en su propia realidad, creando al mismo tiempo una posición analítica respecto a los asuntos políticos más relevantes del momento; todo esto bajo un tono satírico y de mofa política, labor complicada, pero llevada a cabo magistralmente por la pericia de los moneros.

Para conocer a fondo el oficio monero es menester preguntarnos: ¿qué se necesita para convertirse en un buen cartonista político? o ¿qué aptitudes deben tomarse en cuenta antes de iniciarse en este oficio? A continuación conoceremos la respuesta a

tales interrogantes de viva voz de algunos de los más importantes moneros de nuestro país.

1.1.1. Requisitos para ser un buen monero

Con frecuencia tendemos a menospreciar el trabajo de monero, simplemente nos resulta difícil tomar en serio a un oficio cuya piedra angular es el humor, no obstante, como se dice comúnmente: hacer reír es cosa seria; “cuando una responde que su trabajo es humorista gráfico, pueden responderte ‘no, me refiero a tu trabajo de verdad’”.¹

Es por eso que Lola Sánchez, caricaturista, considera que esta situación podría cambiar si en las facultades de artes y periodismo se fomentase más a la caricatura política como especialidad que como mero tema de poca mención o, en tal caso, que los periódicos se atrevieran a cambiar de fórmula para presentar los cartones.

El monero como cualquier otro periodista, debe tener una formación académica que le permita estar preparado y sobre todo mantenerse actualizado frente a las nuevas formas de hacer caricatura. En suma, el problema sobre la depreciación del oficio monero es una cuestión de idiosincrasia, es decir, de ignorancia por parte de la gente, o como Rruizte, monero del diario *Metro*, nos comenta: “Muchos piensan, ‘¿qué va a hacer mi hijo?, no quiere ir a la escuela, pues que se meta a la caricatura’. No es cierto, hay que prepararse”.

Sin duda, los inicios de todo buen monero son muy parecidos, ansiosos por dibujarlo todo y a todos, se empieza caricaturizando a los amigos y conocidos, siendo los maestros de escuela los más violentados en este despertar. Ejemplo de ello es Fabio, monero de *La Prensa*: “Era el clásico muchacho que me entretenía en las clases (...) dibujando a maestros y cuates cuando las clases me parecían muy aburridas.”

¹ Lola Sánchez, *¿Por qué hay tan pocas mujeres que hagan caricatura política?*, www.tebeosfera.com/Documento/Articulo/Olvidados/Mujeres/nodibujan.htm.

El monero representa por definición a un rebelde, una suerte de catalizador de las iras y desconformidades generalizadas de un pueblo cada vez más oprimido. Una especie de justiciero social que hace de la sorna política la más recalcitrante de sus armas. En palabras del caricaturista Pedro Sol del *Financiero*: “Es rebeldía, una forma diferente de ver la vida. Requiere de mucha observación, de saber escuchar, de saber interpretar lo cotidiano”.

Se requiere que el monero sea un dibujante experto, que esté familiarizado con nociones como el volumen, dimensión, perspectiva, etc., del objeto que plasma para evitar caer en la tendencia del “monito fácil”, caricatura sencilla que no alcanza a expresar mediante cualidades gráficas la crítica o análisis de un verdadero monero. Por ello no resulta extraño que muchos de los grandes caricaturistas políticos del país resalten la importancia del dibujo.

Aunque saber dibujar es vital para la elaboración del cartón político, se requiere de mucha imaginación y creatividad para desarrollar la idea final que englobará a los trazos, chiste y crítica, dando forma a la caricatura final. Al respecto Emmanuel Vélez, caricaturista de la revista *Lapiztola*, señala: “Que esté bien informado y que sepa dibujar. Muchos cartonistas dicen que se necesita 50% de idea y 50% de dibujo, yo digo que se necesita el 100% de idea y el 100% de dibujo”

La fórmula constituida por dibujo e idea, aunada con el manejo apropiado del humor, resultará con seguridad en un cartón exitoso para el monero. Asimismo, cuestiones como los sucesos políticos en boga deberán ser tomados en cuenta ya que el triunfo de la caricatura estará muy relacionado con la efervescencia política de tales acontecimientos.

A la facilidad para dibujar y hacer humorismo gráfico de un acontecimiento social debe añadirse un amplio bagaje cultural, sobre todo en lo que a materia política se refiere

pues para el monero representa el “pan de cada día”. Lo anterior sin dejar de lado el compromiso que se adquiere con el oficio y con los lectores. Según el cartonista Fabio:

Contrario a lo que se piensa, el principal ingrediente para ser monero no es dibujar muy bonito o inventar chistes muy graciosos; tener mucha cultura general, leer mucho, de todo y en especial de política; y tener muchísima paciencia –lo remarco- para aguantar los sinsabores que los inicios que esta carrera tiene.

Para algunos moneros el oficio representa una posición combativa en la que el cartón hace las veces de trinchera, tal es el caso de Emmanuel Vélez, mientras que para otros, en los que encontramos a Rruizte, ser monero significa poder decirles a los políticos: “a mí no me estás viendo la cara”.

Es así que el monero dota de importancia a su existencia como oficio, pues éste interviene de manera directa sobre su entorno social (y no pasivamente como pudiera pensarse) con el fin de modificar los aspectos negativos y contribuir a la creación de una peligrosa arma contra los continuos embates de la política gubernamental: la conciencia social; o en palabras del caricaturista Pedro Sol, “el caricaturista no simplemente debe formar parte de la sociedad, tiene que influir en ella para transformarla”.

1.1.2. Trazando un estilo propio

El estilo es el conjunto de rasgos y características con las que el autor individualiza su obra, haciéndola distinta de otras y reconocible para el público. Desde esta perspectiva, el estilo se reduce a una serie de expresiones que muestran la naturaleza de un mensaje genuinamente unificado, producto de su creador.

Hablar del cómo se crea y desarrolla el estilo, sobre todo en materia de cartón político, es más bien difícil dado que existen tantos estilos como caricaturistas en el mundo.

Respecto a ello el monero Fabio considera que la práctica es ideal en la creación de un estilo personal:

Se dice que un monero tiene veinte mil malos monos dentro, y el único modo de sacarlos es dibujando y publicando todos los días, y agotada esa reserva ya se puede decir que se tiene un estilo propio.

El estilo se desarrolla poco a poco con base a esfuerzo y dedicación, ensayando continuamente sobre el papel, aventurándose a experimentar toda clase de técnicas y por qué no, emulando a los grandes. Muchos moneros consagrados confiesan haber empezado su carrera copiando caricaturas de sus ídolos con el fin de adquirir soltura de mano y firmeza en el trazo. “Es perfectamente lícito copiar a otros dibujantes para practicar. (...) asimilar una variedad de estilos ayuda a evolucionar uno propio”.²

Otra manera de contribuir al desarrollo del estilo y quizá una de las más creativas, es la invención de personajes caricaturescos. Ejemplos consagrados de ello lo representan “Picheta”, de Gabriel Vicente Gahona, “Mundito”, de Leonardo Vadillo, “Chicharrín y el sargento Pistolas”, de Guerrero Edwards, “Los Agachados” de Rius, y más recientemente, La “Beba Toloache” del Fisgón, “Gus” de Art, “Sami-pistola” de Terrazas, “La Familia Pulgón” de Rruizte, los “Chimecos” de E. Rocha, etcétera.

También se puede desarrollar un estilo personal mediante la creación de personajes propios. Pero para ello hay que estudiar y analizar la figura humana, aprendiendo a cristalizarla en unos pocos trazos expresivos.³

En síntesis, se debe subrayar que hacerse de un estilo propio es vital en el negocio del cartón político, y si consideramos que el estilo es la carta de presentación del monero, encontrar un estilo fresco y novedoso se convierte en una tarea aún más importante.

Una sola mirada a la perversa pluma de Ralph Steadman*, con sus raspados y borrones que cobran vida, y uno se convence de que casi está de moda ser

² Ross Thompson y Bill Hewison, *El dibujo humorístico: cómo hacerlo y cómo venderlo*, p. 65.

³ *Ibíd.*, p. 51.

* Cartonista británico reconocido por sus caricaturas de crítica política y social, así como por ilustrar diversos libros entre los que se encuentra *Alicia en el país de las maravillas*. Además, Steadman compartió créditos con el periodista Hunter S. Thompson al ilustrar varios de sus artículos y libros.

sucio. Pero, por supuesto, ahí hay algo más. El estilo de Steadman es su marca personal, desarrollada a lo largo del tiempo, pero resulta aceptable porque lo utiliza para producir dibujos y chistes sumamente originales y penetrantes. Así pues, aunque se aspire a encontrar un estilo autobiográfico, es preciso combinarlo con ideas originales.⁴

Quizá el oficio monero sea uno de los trabajos más nobles y divertidos del ámbito periodístico, una disciplina que exige un serio compromiso consigo mismo y con los lectores para quienes, a fin de cuentas, se trabaja. Sin embargo, todo aquel interesado en convertirse en caricaturista político profesional debe ser paciente y estar preparado para soportar todo tipo de rechazos por parte de los editores. Por ello Fabio, monero de *La Prensa*, recomienda lo siguiente:

Que tomen un curso de fakirismo, para aguantar dolor y hambre. Esta carrera es muy bonita y da muchas satisfacciones, pero a cambio cobra factura en el bolsillo. (...) Que la paciencia los acompañe, padawanes moneros.

Afortunadamente el mundo de la caricatura política es diverso y no sólo se limita a los diarios de circulación nacional, ofrece una amplia gama de opciones para trabajar, desde panfletos, folletos y anuncios publicitarios, hasta revistas de mayor tiraje. Lo importante es darse a conocer.

En suma, se trata de ser constante, paciente y perseverante para pronto ocupar un lugar entre los moneros más conocidos de nuestro país. El caricaturista Pedro Sol opina: “Quien quiera dedicarse a la caricatura debe saber a lo que le tira porque el oficio es de mucha resistencia. A veces el renombre te abre puertas aunque tu dibujo no sea muy bueno”.

1.2. El monero, ¿nace o se hace?

Como en cualquier profesión, en el oficio monero también existe la duda sobre si la vocación de cartonista político viene desde la cuna o se va desarrollando con el paso del tiempo. Para algunos moneros la capacidad de retratar su entorno sagazmente se

⁴ Thompson, *op. cit.*, p. 51.

desarrolla desde la infancia, tal es el caso de José Guadalupe Posada quien a los 15 años ya había conseguido el “oficio de pintor”. Por otro lado, existe quien necesita de mayor tiempo y orientación para adquirir el oficio, como ejemplo está Guerrero Edwards quien fue apoyado por uno de los mejores moneros de México: “el chango” García Cabral.

En este apartado abordaremos las vicisitudes que la responsabilidad de ejercer el oficio de cartonista político conlleva. Trataremos el tema referente al papel de la mujer en la caricatura política, así como su situación actual en México y mencionaremos algunos datos sobre las moneras más reconocidas de nuestro país. Conoceremos las condiciones y tipos de censura a la que están expuestos los cartonistas tales como las presiones políticas, la línea editorial y los límites personales.

1.2.1. Virtudes y desventajas del oficio

Si bien es difícil colocarse como un monero de renombre, cuando por fin se logra pueden apreciarse las ventajas que trae el oficio. Con sus cartones diarios el caricaturista alegra la vida de las personas, aunque sólo sea por unos breves momentos, quienes corresponden el favor con diversas muestras de agradecimiento como la admiración y el reconocimiento a su trabajo. Para el caricaturista Fabio la mayor ventaja del oficio es poder criticar a la clase política:

Es divertidísimo que tu trabajo sea darle en la madre a los políticos de todos los colores y que te paguen por ello. Otra virtud es que llegas a ser muy querido por la gente, y hasta famoso. A la larga esta carrera es muy bien remunerada. Lo principal es poder expresar lo que gente que no conoces está pensando en ese momento acerca un tema determinado.

Da la impresión de que el monero se vuelve uno de los personajes más queridos de la tradición periodística en nuestro país, gracias a que desahoga de manera catártica los odios y resentimientos populares.

No obstante, el periodismo es un medio cerrado y el cartón político no es la excepción. Ese es uno de los grandes defectos que el oficio conlleva. Como se mencionó anteriormente, es difícil para los nuevos talentos entrar a publicaciones como *El Universal*, *Reforma*, *La Prensa* o *La Jornada*, además, la caricatura política es un medio competitivo.

La falta de espacios en los diarios del país no es el único menoscabo del oficio. Algunos moneros opinan que vender un cartón es lo peor que puede hacer un cartonista, tal es el caso de Rruizte: “Los defectos sería el barbear a alguien, si lo barbea a cambio de nada menos. Claro que cuando un hecho es aplaudible hay que hacerlo”. Aparte de ser un mal vicio en el cartón político la venta de la caricatura, por cualquier razón, perjudica la reputación del monero.

La cuestión económica desvirtúa enormemente al oficio monero, muchas veces la paga del caricaturista es baja especialmente cuando se trata de un recién iniciado. Con frecuencia algunas publicaciones tienden a explotar a los nuevos moneros bajo el argumento de brindarles una oportunidad en el medio. Fabio comenta al respecto:

No nos bajan de “los güeyes que hacen monitos, medio haraganes y medio chistosones”. Hay medios que sí te pagan bien, aunque no dejen que casi nadie entre en ellos (“*Diario Monitor*” o “*El Universal*”), y otros donde sienten que te hacen el favor de dejarte trabajar y te pagan una propinita (todos los periódicos de Vázquez Raña).

Lo anterior se deriva de una serie de estigmas o prejuicios arraigados en el terreno del periodismo, mismos que a una escala mayor propician el detrimento del oficio de la caricatura política. En este campo existe un gran número de cartonistas inconformes al respecto, quienes afirman que hasta nuestros días no se les reconoce como es debido.

Es un hecho que aunque existe un Premio Nacional de Periodismo destinado a reconocer lo mejor en materia de caricatura política, son realmente pocos los homenajeados con este galardón. Al menos esa es la opinión de Emmanuel Vélez, monero de *Lapiztola*: “No, son pocos los casos, social y económicamente hablando, en

lo particular no soy reconocido más que en ciertos sectores, muestra de ello fue el Premio a la Excelencia que gané”.

Sin embargo, la situación no es tan desalentadora como parece. El monero mexicano tiene la fortuna de ser apreciado por su público, su mayor juez; un galardón que muchos quisieran tener y que sólo los mejores poseen. “En el rubro periodístico no existe el reconocimiento merecido a los moneros, pero por parte de las personas sí”, afirma Pedro Sol.

Puntualizando, el oficio monero es una ardua disciplina que los atiborrados medios, la intensa competencia y los bajos sueldos hacen aún más complicada para los nuevos satirizadores políticos; una ocupación en la que triunfa aquel que sabe soportar con sabiduría las frecuentes embestidas del medio. El caricaturista Fabio habla sobre las desventajas del oficio:

La principal desventaja es estar indefenso contra las ofensivas de los personajes de poder, ya sea político o dentro de tu mismo medio impreso. La estabilidad laboral no es una cualidad del trabajo de monero, no hay vacaciones, seguro social, días festivos o aguinaldo. Cuesta mucho lograr que te valoren y te paguen lo que vale tu trabajo. Otra desventaja es estar en medios impresos en un país donde casi nadie lee.

1.2.2. Las moneras

Da la impresión de que en la actualidad el fenómeno de la equidad de género se hace palpable lentamente y que las mujeres, con base en una lucha infatigable, comienzan a ocupar gradualmente el lugar que se merecen en un mundo hasta hace poco dominado por hombres. Un fenómeno curioso y desconcertante a la vez parece manifestarse en el oficio monero: existen pocas mujeres caricaturistas ejerciendo el oficio. Rruizte opina al respecto:

Es un fenómeno curioso que ocurre en todo el mundo y no sólo en México. Las pocas moneras que hay son asombrosas por su crítica. No creo que se deba a la discriminación aunque en nuestro país es posible. La mujer tiene la misma capacidad que el hombre, tanto artística como intelectual y a veces más.

A primera vista podría atribuirse el hecho a una cuestión de género; sin embargo, esa sería una afirmación lanzada a la ligera. En los últimos años se han llevado a cabo diversos esfuerzos para integrar a la mujer al mundo de la caricatura política, como el Concurso Nacional de Moneras, empero sin mucho éxito. Por tal motivo, el investigador, periodista y escritor, Agustín Sánchez González, en su libro “Las moneras llegaron ya...” se dio a la tarea de recopilar los trabajos de las más sobresalientes del medio en nuestro país.

Adriana Mosquera Soto, caricaturista colombiana de *Interviú* y *Diario Metro España*, miembro del selecto grupo de moneras, más conocida como Nani, considera que por mucho tiempo la mujer ha sido impedida para expresar su opinión respecto a cuestiones políticas y sociales; por ello no resultaría extraño que apenas esté abarcando espacios en un rubro tan dominado por el hombre como lo es la opinión y la crítica política.

La mujer se ha movido en dos planos siempre. Uno, en no ser muy estridente y el segundo, en no opinar. (...) Por ello, el gran salto lo dará cuando haya moneras en los espacios de opinión sobre política de los medios, que ahora son exclusivos de los hombres.⁵

En agosto de 1996 y como un intento por convocar al mayor número posible de moneras en el país, la revista *El Chamuco* sentó las bases para el Primer Concurso Nacional de Moneras, certamen que se convertiría en los pininos para la formación de un grupo de moneras más consistente. En 1997, “señalaba que ‘durante tres meses y medio... Llegó la fabulosa cantidad de UNA participante’. Sin embargo, según la revista, en el último mes llegaron decenas de caricaturas, historietas y cartones. Justo en ese número aparecieron cartones de Luzbel, Érika Martínez, Bibi Ayala y Cintia Bolio”.⁶

Fue gracias a ese concurso que se dio el primer paso mediante el cual muchas moneras se abrieron camino en el rubro consolidándose como verdaderas profesionales

⁵ Ana Celia Montes Vázquez, “Nani”, *Lapiztola*, 2 de Febrero del 2006, p. 11.

⁶ Agustín Sánchez González, *Las moneras llegaron ya...*, p. 7.

de la caricatura. Sería imposible abordar el tema de las moneras sin mencionar a algunas de las más representativas del oficio; Guadalupe Rosas miembro de la Sociedad Mexicana de Caricaturistas, quien fuera directora del Museo de la Caricatura, también ha colaborado como caricaturista, ilustradora y viñetista de diversos medios de comunicación impresos como: *El Universal*, el suplemento cultural "El Búho" del periódico *Excélsior* y la revista *Macrópolis*.⁷

Otra gran caricaturista es Patricia Aguilar Palafox quien, bajo el pseudónimo de Landy, se hizo acreedora en 1990 al Premio Estatal de Periodismo en Tabasco y tres años después publicó "No es cosa de risa" en 1993.⁸ Por su parte, Cecilia Pego, *Pego* como se le conoce en el gremio, dio sus primeros trazos en el *Diario de Ciudad Juárez* para poco después sumarse a las filas del periódico *La Jornada* en la Ciudad de México. Es autora de *Box Populi* y de "Sardonía y su perro Chamuco".⁹

No podía faltar Cintia Bolio, caricaturista capitalina que comenzó su educación en la Escuela de Iniciación Artística del INBA. Fue hasta 1996 cuando, respaldada por Rius, Helguera, Hernández, Patricio y El Fisgón, empieza su carrera moneril formalmente al integrarse al equipo de *El Chamuco*. "Desde entonces ha colaborado en medios como *Unomásuno*, *Vértigo*, *Los periodistas*, *Cuadernillos especiales* para el UNICEF y UNIFEM, de la ONU. Actualmente colabora en *Milenio Diario*, *Milenio Monterrey* y *La Jornada*".¹⁰

Sin embargo, aún no se ha dado respuesta concreta a la interrogante del porqué existen tan pocas moneras en la caricatura política. Algunas, como Nani, parecen coincidir en que las privaciones y sacrificios que el oficio monero conlleva alejan a las mujeres de esta disciplina, incluso cuando éstas cuentan con potencial para la labor caricaturesca. "No entiendo la vida de otra manera (sin humor y la caricatura). Desde los 14 años hago tiras cómicas. Es verdad, esto significa mucho trabajo, mucho

⁷ Sánchez González., *op. cit.*, p. 7.

⁸ *loc. cit.*

⁹ *loc. cit.*

¹⁰ *Ibíd.*, p. 13.

sacrificio, tal vez por eso es que hay tan pocas mujeres caricaturistas, pero de ninguna manera se trata de una falta de sentido del humor en nosotras”.¹¹

Por último, no debemos pasar de lado la gran importancia que las moneras le añaden al oficio. Ellas, a manera de complemento, le aportan a la caricatura nuevas formas de jugar con el humor y la crítica social, además de un estilo peculiar para hacer cartón político. Pero lo más importante es que representan un ejemplo a seguir para todas aquellas mujeres caricaturistas.

¿Por qué no hay mujeres caricaturistas? Terminó este texto con la pregunta que convocó a esta asamblea de moneras. Hay quien dice que las mujeres no tienen sentido del humor, lo cual puede ser una buena provocación. Empero, la respuesta pierde sentido cuando uno mira la excelencia de todos los cartones que aquí presentamos. Esta mirada de mujer, este lápiz cargado de ironía, de belleza, de incertidumbre, de dudas, de críticas y, sobre todo, de una visión distinta de la vida...¹²

1.2.3. Censura y límites personales

Una constante en alrededor de todas las naciones en el mundo, independientemente de su sistema político, es un cierto grado censura. La historia del hombre ha sido testigo de innumerables persecuciones y cacerías de personas o grupos sociales cuya forma de pensar, contraria al sistema establecido, les acarreó el repudio de las autoridades e incluso el rechazo colectivo.

Por supuesto, nuestro país no es la excepción en lo que a censura y libertad de expresión se refiere. Como en muchas otras naciones del mundo, la censura se ha manifestado en mayor o menor medida en capítulos específicos de nuestra historia sobresaliendo nombres como Antonio López de Santa Anna, Porfirio Díaz, Gustavo Díaz Ordaz y Carlos Salinas de Gortari.

¹¹ Montes Vázquez, *op. cit.*, p. 11.

¹² Sánchez González., *op. cit.*, p. 10.

Entendemos por censura a la prohibición o detracción que una persona, grupo social, institución o gobierno realiza en contra de un sujeto. Enfocándonos en periodismo, la censura es restringir o intervenir por cualquier modo en las opiniones que el periodista publica, limitando su opinión y coartando su libertad de expresión.

A través de los años y en lo que a materia de periodismo de opinión se refiere, la censura ha sido decisiva. Atendiendo al grado de represión en un país los medios de comunicación, incluso los más combativos, tienden a regular sus comentarios de índole crítica o, en ciertos casos, optan por lanzar lisonjas al gobierno regente.

Aquellos medios que conservan su visión opositora se ven presas de persecuciones y presiones de todo tipo. “Allí donde existe alguna forma de censura de prensa, las actividades del satirizador político son inexistentes o se limitan a campos cuidadosamente delimitados”.¹³

Hasta hace unos años México padeció una larga época de represión producto de una serie de gobiernos fuertemente coercitivos. La situación político-social vivida durante el periodo de la colonia, así como los gobiernos totalitarios de Antonio López de Santa Anna, Porfirio Díaz y Gustavo Díaz Ordaz aun son recordados por su alto grado de coerción hacia los críticos del sistema político. Durante esos momentos el monero hubo de sobrevivir a las continuas persecuciones que sus caricaturas le ocasionaban en un país que parecía ir en retroceso en cuanto a libertad de expresión.

Actualmente hay ocasiones en que el caricaturista todavía debe realizar su trabajo bajo condiciones de censura por parte de la institución para la cual labora, misma que cuenta con todo el poder y la autoridad para decidir lo que se publica y lo que no. Por ello no resulta extraño que más de un monero prefiera autocensurarse y acatar los lineamientos políticos antes que perder su empleo: “...simplemente el cartón no se

¹³ Thompson, *op. cit.*, p. 119.

publica y por tanto no se les paga, (...) dejando a un lado el sentido aguerrido hacia las autoridades gubernamentales”.¹⁴

La censura puede presentarse de muchas formas, desde amenazas hacia el monero hasta extorsiones y la compra de la propia caricatura. Es entonces cuando el caricaturista político se encuentra obligado a elegir entre publicar un cartón vendido exponiendo su propia reputación o mantenerse firme en su posición aunque esto implique una mayor presión política sobre él. Al final, la ética y las convicciones personales del monero serán su mejor juez. El monero Fabio opina que se debe ser astuto para verter las críticas en los cartones a pesar de las prohibiciones:

Entonces debes optar por tener de dónde comer o dejarte llevar por tus ideales de crítico profesional e incorruptible. Suena feo, pero cuando tienes familia que mantener y un patrimonio que formar no te queda de otra. Si uno es lo suficientemente inteligente, se puede deslizar la crítica en los cartones que aparentemente no tocan a los políticos favoritos del medio en que estás.

Afortunadamente no todos los medios del país reprimen o presionan de algún modo a sus cartonistas, aunque son pocos los moneros que tienen absoluta libertad para expresarse esto refleja el avance paulatino que se está dando en los medios acerca de la libertad de prensa.

Esto no siempre fue así. En sus inicios, Rruizte experimentó diferentes clases de censura: desde llamadas anónimas donde le amenazaban de muerte, hasta un tipo de censura más “disimulada”. “En el diario *El Nacional* tenía que presentar tres bocetos: el que yo realmente quería publicar, otro medianito, y uno más babotas que casi siempre era el que se publicaba. Ahí yo no podía tocar al PRI ni con el pétalo de una rosa”.

Un caso similar es el del caricaturista Fabio quien ha sido despedido en varias ocasiones a causa del contenido de sus cartones; por ejemplo, al criticar a Ernesto Zedillo cuando era candidato del PRI a la presidencia de la República, o mientras transmitía sus caricaturas en los noticieros de Televisa Guadalajara al decir “un comentario chusco acerca del ‘Caverna’ Juan Sandoval íñiguez –gente patética y

¹⁴ Brenda Alicia Salinas Ramírez, *La caricatura política un género periodístico de opinión*, p. 65.

hocicono-, me gané que revisaran con lupa cada dibujo y comentario que hacía en pantalla. El viejo era intocable para los periódicos y televisión de GDL”.

Por tal motivo no resulta extraño que cartonistas políticos como Emmanuel Vélez se congratulen al ser despedidos de medios cerrados y reaccionarios. Para Rruizte, más que un fracaso la expulsión es vista como un halago, un premio que sólo los verdaderos moneros se dan el lujo de ostentar: “Tengo la fortuna de que me han corrido de muchos diarios, entre ellos *El Economista*”.

La línea editorial puede definirse como los límites y orientación, en cuanto a opinión se refiere, establecidos por un periódico, televisora, radiodifusora, etc., a su grupo de trabajo. De esta manera, la línea editorial es quien dictará continuamente las críticas o las loas por parte de los caricaturistas para con los personajes políticos de actualidad. En suma, una forma distinta de censura que crece lentamente, o en palabras de Edgar Liñán: “Los hechos deben ser ciertos para ser publicables, pero los intereses de los diarios responden a criterios comerciales y políticos que los modifican”.¹⁵

Estos intereses adquiridos no sólo por los periódicos, sino por muchas empresas de medios de comunicación, poseen facultades para decidir lo que es publicable ejerciendo un cierto grado de control sobre las opiniones que pudieran poner en riesgo tales intereses. Esta clase de convenios se celebran comúnmente con el ámbito gubernamental y son de especial interés durante los procesos electorales de un país, momentos en los que cuidar la imagen de tal o cual candidato es primordial. Frente a ello Fabio explica:

Si el diario tiene algún contrato de publicidad gubernamental importante en puerta le pide al monero que le baje a sus críticas –lo que da una idea de nuestra importancia como opinadores-, y si uno no acepta te corren y listo.

En el rubro periodístico existen también los intereses propios de un periódico, aquellos que marcan su tendencia política. Gracias a estas conveniencias propias los periódicos se clasifican en dos principales vertientes, los “de derecha”, publicaciones de gobierno

¹⁵ Edgar Liñán Ávila, *Géneros periodísticos: interpretaciones de la realidad*, p. 21.

enfocadas a resaltar los logros de éste, así como de justificar sus decisiones y errores; y los “de izquierda”, encargados de resaltar los aspectos negativos de un gobierno y cuestionar los elementos más controvertidos.

Aún cuando la mayoría de los diarios del país tienen una posición tomada no todos la muestran de igual manera, lo cual no imposibilita el hecho de que su tendencia política sea identificable, opinión que comparten Pedro Sol y otros cartonistas: “Sí creo que exista un sello en la caricatura que refleje algo de la personalidad del periódico”.

En mayor o menor medida la tendencia política está presente en los medios de comunicación del país, una situación que se agudiza en los diarios estatales en los que muchas veces no se tiene empacho en andar pregonando su propia orientación política. Por muy apolítico que un periódico parezca siempre será posible identificar su línea editorial leyéndolo con atención.

En medios que tienen una posición tomada, como *La Jornada*, sus cartonistas están en plena sintonía con lo que se publica, sus cartones siempre atacan a Fox y siempre los buenos son los que mantienen posiciones de izquierda o están en contra del gobierno, léase Peje o el EZLN. En diarios como *Excelsior* los cartones y editoriales siempre echaban loas al gobierno priísta. Cada medio es tendencioso en la medida de sus preferencias políticas.

La confrontación entre los lineamientos de la empresa para la que se trabaja y los estatutos propios producen en el monero una situación controvertida. La necesidad de ejercer el oficio en un medio reconocido choca con el compromiso de hablar por la sociedad.

Algunos cartonistas, como Rruizte, opinan que el cartón del monero sólo debe reflejar la tendencia de su autor sin que ésta sea necesariamente la misma del diario para el cual se publica; otros, como Emmanuel Vélez, creen fervientemente que el caricaturista debe ser apolítico, un mero observador, una suerte de “francotirador” de la sátira política quien, al ver amenazada su libertad de expresión, debe abandonar la publicación por su propio pie:

Tras 17 años en el *Unomásuno* y con la llegada de Naim Libien Kauí tuve que renunciar si no quería ver socavada mi posición, mi cartón es libre. La caricatura refleja la ideología dependiendo de los dueños del periódico.

Los límites personales son aquellos estatutos morales y éticos que al periodista le es imposible sobrepasar en su labor cotidiana, siendo la autocensura la peor limitante que un monero puede tener. En palabras de Pedro Sol: “El peor límite es la autocensura, pero tienes que acomodarte al criterio de la publicación donde trabajas”. Está de más añadir que no se deben caricaturizar sucesos falsos o sin relevancia como hechos noticiosos, la incumbencia colectiva está por encima de los intereses particulares. Acorde a ello Fabio afirma:

Ética y profesionalmente el único límite que se debe tener es no dibujar sucesos falsos o inventar chismes, uno puede hacer pedazos a un personaje pero sólo con los hechos que de él se han hecho públicos en los medios. No nos interesa dibujar sus preferencias, ahora que si entre esos gustos está la pederastia o alguna conducta corrupta, eso es noticia y es susceptible de ser dibujado.

Los límites personales basados en principios morales y éticos, además de contribuir al desarrollo de un mejor periodismo, también le añaden profesionalismo a la obra del monero quien deberá aprender a sortear con astucia las trabas que las censuras gubernamentales y las presiones editoriales le presentan.

1.3. Elaboración de una caricatura política

La realización de una caricatura política es un proceso complejo en el que intervienen diversos factores, el ingenio, la creatividad, la paciencia y un poco de suerte, aunados a las técnicas de dibujo. Tales elementos se combinan con la agudeza periodística del análisis político con el fin dar vida al cartón crítico.

Los cartonistas también cuentan con otras herramientas y técnicas establecidas en el oficio que les permiten facilitar un poco la creación de una caricatura. Factores como la exageración de rasgos físicos y los estereotipos nos remiten a concepciones estilísticas de rápida decodificación, así como cuestiones humorísticas de fácil entendimiento.

1.3.1. Proceso creativo

Diariamente damos por sentado que el cartonista nos hará reír con nuevas y mejores ocurrencias; tal es su obligación para con nosotros. Sin embargo, pocas veces nos preguntamos la manera en que el caricaturista maquina estas nuevas ideas y se reinventa a sí mismo día con día.

Para el cartonista, como para cualquier otro creativo, el proceso de creación de una caricatura es a menudo infructuoso y arduo; en ocasiones las grandes ideas escasean y la inspiración no llega por sí sola, sino que debe buscársele en todas partes. El miedo a la hoja en blanco no es un problema exclusivo del periodista o escritor y el caricaturista político no se encuentra exento a él. Según el Fisgón, caricaturista político de *La Jornada*: “para hacer un mal cartón necesitas muchas horas de trabajo, para hacer uno bueno requieres suerte”.

Al respecto Mossi aclara que lo más importante durante el proceso creativo es no obstaculizarlo con elementos negativos que afecten la concentración del caricaturista: “Para este menester es indispensable que se tenga cuidado en no poner ninguna traba al normal desarrollo de la capacidad de creación”.¹⁶

La originalidad juega un papel relevante a la hora de la creación caricaturística. Al monero no le basta con tener cuidado para no repetirse a sí mismo, labor de por sí ya complicada, sino que debe estar actualizado y estudiar los trabajos hechos por otros. Es preciso considerar que aunque a menudo se tratan los mismos temas políticos será el toque personal del cartonista quien marcará la diferencia.

Grandes dosis de una imaginación inquieta son vitales durante el proceso creativo, la facultad del autor para abstraerse de la vida cotidiana extrayendo temas de los sueños y la fantasía para vincularlos con la realidad otorga versatilidad a sus creaciones.

¹⁶ Alberto F. Mossi, *El dibujo, enseñanza y aprendizaje*, p. 84.

Básicamente, la imaginación es la capacidad que le permite al cartonista romper con lo establecido y dar frescura a sus obras. Para Fabio eso “es algo complicado de lograr aunque lo intentas todos los días”.

La creatividad es una facultad personal del autor, quien no siempre tiene un proceso establecido para la elaboración de su obra, o, en tal caso, adopta las rutinas más excéntricas y fuera de lo común para lograr su cometido. Al fin y al cabo en el proceso creativo no existe nada escrito, empero la práctica hace al maestro:

Generalmente, hay un tema (tomado de cualquier parte) que sirve de punto de partida; pero nadie sabe cómo funciona el proceso creativo. Parece que un humorista es una persona cuya mente funciona de determinada manera, que tiene la habilidad de hacer conexiones vitales. Lo mismo que al tocar un instrumento musical, cuanto más se trabaja más se mejora.¹⁷

Una forma poco usual de fomentar la creatividad es quizá la del monero Fabio, cuyas caricaturas ven la luz gracias al bullicio y el volumen de la música rock:

Hay moneros, como Naranjo, que necesita silencio absoluto o música clásica para hacer sus cartones; otros, como Boligan, dibujan de noche o de madrugada. Magú necesita kilos de tinta –literalmente- para elaborar sus obras. Mi proceso creativo es en una mesa de restaurante, necesito barullo para que las neuronas hagan sinapsis. Si estoy en casa escucho rock pesado. La música varía según el ánimo y a veces dibujo en silencio.

La música tiene efectos psicológicos y biológicos que fomentan la creatividad al estimular ciertos estados de ánimo en el oyente. Por ello, no es difícil imaginar que los creadores de caricaturas políticas requieran grandes cantidades de ella. “Según el ritmo, incrementa o disminuye la energía muscular; la música a su vez, acelera la respiración o altera su regularidad, hace variar la presión arterial y función endocrina; también disminuye el impacto de los estímulos sensoriales y tiende a reducir o a demorar la fatiga”.¹⁸

¹⁷ Thompson, *op. cit.*, p. 10.

¹⁸ Mossi, *op. cit.*, p. 102.

Probablemente por ello el cartonista político se hace acompañar por una radio, aunque no necesariamente para escuchar música, sino también para mantenerse enterado de lo que está sucediendo en la vida del país. Por ejemplo, el cartonista Pedro Sol, quien asegura basarse mucho en la radio a la hora de elaborar un cartón, o el caso de Rruizte quien emplea dos radios al mismo tiempo:

Tengo dos radios prendidos al mismo tiempo en diferentes estaciones de donde voy oyendo los temas del día y con ellos hago una lista de las noticias que me llaman la atención.

La radio es una gran fuente de inspiración al permitir el contacto con el mundo exterior, empero no es la única. Cualquier sitio puede fomentar el desarrollo de una idea ingeniosa, todo depende del tipo de humor que se pretenda crear. Si bien los periódicos, la radio y televisión proporcionan ideas a todos los caricaturistas, estudiar a la gente representa una tarea de buenos resultados:

Hay que escuchar lo que dice la gente. Observarla, fijándose en los detalles y situaciones anómalas, en los gestos de expresión, en las caras. Escuchar conversaciones en los trenes y autobuses resulta particularmente fructífero.¹⁹

Abrir los sentidos al mundo exterior fomenta el desarrollo de la capacidad de expresión, facilitando la comunicación de sensaciones, pensamientos y sentimientos que se plasman en la caricatura. Esto contribuye a la formación de un código personal basado en la comprensión y expresión tanto intelectual como emocional del autor.

1.3.2. Los recursos gráficos: armas del monero

El caricaturista profesional es capaz de dominar el dibujo para expresar con precisión una idea. Para tal fin los cartonistas políticos hacen uso de varias herramientas muy conocidas en el oficio, tales como los recursos gráficos. Éstos comprenden los elementos estilísticos destinados a adjetivar la caricatura, como la exageración de rasgos físicos y los estereotipos o lugares comunes del cartón político.

¹⁹ Thompson, *op. cit.*, p. 55.

Es importante mencionar que, aunque ambos recursos representan una herramienta indispensable durante la creación de un cartón político, su utilización desmesurada puede ocasionar caricaturas trilladas y escenarios predecibles. Los estereotipos y la exageración de los rasgos se vuelven un arma de doble filo para el monero toda vez que sientan las bases para una situación humorística y al mismo tiempo fuerzan el chiste con circunstancias chuscas preestablecidas.

Las distorsiones que el dibujante realiza de su caricaturizado son imprescindibles para el cartón político, de tal modo que no se concibe una sola caricatura en la que no se maneje un cierto grado de exageración. La distorsión de los rasgos físicos de una persona tiene sin duda fines humorísticos, aunque en muchos de los casos también pretende plasmar las cualidades psicológicas deformando las físicas.

Se trata de analizar con atención los rasgos físicos de una persona, sintetizar esta información, algo que con un poco de práctica se vuelve un proceso mecánico, y seleccionar mentalmente las facciones más sobresalientes de la cara del individuo; es decir, aquellos elementos que lo distinguen del resto de las personas y que lo hacen reconocible con facilidad.

Es un proceso lento y selectivo en el que los elementos menos importantes sólo se descartan. No obstante, la ridiculización mediante la exageración de rasgos físicos va más allá: “Se trata de captar el parecido con una persona conocida –a menudo una celebridad- y distorsionar sus rasgos y expresiones hasta que emerge un elemento ridículo. La caricatura puede llegar a convertirse en un deporte cruel”.²⁰

Cruel o no, la caricatura política pretende hacer reír, ya sea mediante la mofa, la sátira, la ridiculización o la exageración, sin importar los medios para lograrlo. La burla es un condimento inseparable de la caricatura, pensemos tan sólo que la caricatura de algún

²⁰ Thompson, *op. cit.*, p. 66.

político al que se le dibuja sin exagerar sus rasgos puede parecer más una loa que una crítica, otro ingrediente fundamental para un buen cartón político.

Si el personaje a caricaturizar posee una nariz prominente hay que hacerla más grande aún; si es pequeña se le reduce todavía más para resaltar el rasgo de manera burlesca; lo mismo sucede con los ojos, las orejas, la boca, la frente, etc. Recordemos que una cara nos da una idea clara de las características físicas y psicológicas de un individuo, si es agresivo, inteligente, recatado, atractivo, feo, joven o viejo, si está triste, contento, pensativo, enojado, etcétera.

Cabe señalar que la exageración de los rasgos es una cuestión de grado y varía de un cartonista a otro “R. S. Sheriffs*, por ejemplo, es contenido y amistoso. En el otro extremo está Gerald Scarfe**, que distorsiona violentamente con aviesas intenciones. Es un caricaturista brillante, aunque algunos lectores aborrecen su obra”.²¹

Además, cuando los caricaturizados son principalmente personajes de la política, se debe indagar sobre sus biografías con la finalidad de conocer a profundidad sus puntos débiles, como actos de su pasado político que los avergüencen o sucesos embarazosos en los que se hayan visto involucrados y se presten para ser relacionados con acontecimientos políticos de actualidad; en suma, el ego del político es a menudo el blanco ideal para el monero. Tal es el caso de Fabio: “basta con leer sus biografías y las notas de prensa sobre ellos para conocer sus filias y fobias. Normalmente son muy egoístas por lo que ridiculizarles físicamente es lo que más les duele”.

Como se dijo previamente, la exageración es válida en la medida en que nos cuenta más sobre la personalidad y psicología de un personaje; por tanto, no es un recurso gratuito manejado a la ligera, se requiere maestría para analizar la mentalidad de una persona para luego plasmarla a través de una pluma en un dibujo caricaturesco.

* Caricaturista británico afamado por sus dibujos de celebridades y su estilo abstracto. Se dio a conocer en la revista *Punch* y más tarde en el libro *Salute if You Must An Essay In Words And Pictures*.

**Cartonista originario de Londres, sus primeros trabajos fueron publicados en las revistas *Punch* y *Private eye*. Se le reconoce por haber diseñado y dirigido la animación de la cinta *Pink Floyd: The Wall*.

²¹ Thompson, *op. cit.*, p. 123.

No resulta aventurado decir que una buena caricatura se parece más a la persona que mil retratos, o según Ross, “los políticos, con el tiempo, se parecen cada vez más a sus caricaturas”.²²

Básicamente un estereotipo se refiere a la idea generalizada que existe en una sociedad particular acerca de un cierto tema, idea de carácter inalterable y aceptada por todos los integrantes de tal sociedad. “Ya desde la antigüedad clásica, Aristóteles llamaba a esos valores *lugares* en los cuales todos estamos de acuerdo, y que son tópicos a los que el orador acude para convencer”.²³

Convencer quizá siga siendo la función más importante de los estereotipos hasta nuestros días, si tomamos en cuenta que para transmitir una idea el cartonista sólo cuenta con un pequeño espacio dentro de las publicaciones por lo que debe ser breve y conciso, además de economizar trazos. Tal problema se ve resuelto gracias a la utilización de fórmulas ya probadas que generalmente resultan exitosas, o sea, los estereotipos o lugares comunes.

En el mundo del humorismo gráfico los temas de los estereotipos o clichés, como también se les denomina, son variados, situaciones en las que, a manera de actores, los políticos previamente caricaturizados escenifican su papel en el desarrollo del chiste. Así, una partida de ajedrez, tenis, fútbol, etc., una cuerda floja, el Titanic a la deriva, el paciente en la mesa de operaciones, los baños públicos, los derrumbes, etc., se vuelven los lugares comunes más empleados en el oficio monero.

Y no olvidemos los osos, las águilas y los leones que suelen representar a Rusia, EE. UU. y Gran Bretaña, aunque siempre se puede recurrir a John Bull y al Tío Sam. (...) El humorista puede recurrir también a otro truco: ligar el comentario político a *otro* suceso de actualidad. Por ejemplo, si dos países tienen una disputa, y al mismo tiempo se juega el torneo de tenis de Wimbledon, el humorista puede dibujar a los dos jefes de estado jugando un partido de tenis, y posiblemente discutiendo con el juez (que representaría a la ONU).²⁴

²² Thompson, *loc. cit.*

²³ Ana Meléndez Crespo, “Análisis de publicidad gráfica”, *Didáctica de los medios de comunicación*, p. 100.

²⁴ Thompson, *op. cit.*, p. 116.

La utilización de los estereotipos responde a un lenguaje universal utilizado por el cartonista que resulta perfectamente comprensible para el lector. Según Ross Thompson y Bill Hewison los clichés se componen por elementos conocidos por el lector que le ayudan a comprender mejor la gracia del chiste.²⁵

1.3.3. La intención del cartón político: crítica con humor

Alrededor del mundo, muchos cartonistas están de acuerdo en observar al cartón político como un arma, un instrumento de lucha social cuya principal finalidad es la de denunciar las injusticias cometidas en contra de los sectores más vulnerables de la sociedad, todo ello a través de la fuerza de la imagen; o en palabras del monero Fabio:

Hay dos objetivos principales: el primero es joder a los políticos, aunque sea en una venganza simbólica, mostrándolos tal cual son por medio de la burla y el humor venenoso. El segundo es facilitar al lector mexicano la comprensión de los hechos que afectan su entorno. Dar voz a los inconformes y apoyar causas sociales DEBE ser parte obligatoria de las caricaturas diarias.

Para otros dibujantes la intención de la caricatura política no persigue fines nobles, sino todo lo contrario, la descalificación y la destrucción son los principales objetivos de los caricaturistas para con la clase política, “la mayoría tienen una intención malévola: desprestigiar y ridiculizar. Indudablemente en este caso la pluma se carga con ácido y el artista tiene propósitos destructores, para lo cual no vacila en recurrir a otros elementos o símbolos”.²⁶

¿Pueden los chistes políticos hacer caer un gobierno o desencadenar una revolución?, se pregunta Ross Thompson en su libro *El dibujo humorístico*. Es poco probable, responde sin desestimar el poder que en ocasiones una simple caricatura desencadena entre las altas esferas del poder.

En esencia, cada caricatura pretende causar una reacción tanto en el público como en la clase política; es decir, todo cartón político busca una intención: criticar. La fuerza de

²⁵ Thompson, *loc. cit.*

²⁶ *Ibíd.*, p. 122.

un buen cartón no está en la loa sino en la crítica, ésta es su verdadera naturaleza. Así, la caricatura política tiene como finalidad inducir a la reflexión y despertar conciencias, o en palabras de Rruizte: “Hacer pensar, para que a la gente no se la lleven tan fácil al baile”.

Debemos entender que la caricatura, como medio de comunicación, sirve para transmitir una idea. Es el vehículo mediante el cual el cartonista expresa su opinión, por ello la crítica juega un papel preponderante en el cartón político. Es ella quien lo distingue de un dibujo humorístico, y quizá ella quien le ha asegurado un lugar dentro de las páginas de los diarios mexicanos.

Son pocos los gobiernos del mundo que no poseen sus propias anécdotas respecto a críticas de cartonistas políticos. De acuerdo con Ross Thompson en el siglo XVIII las caricaturas del inglés George Cruikshank en contra de la Casa Real obligaron a ésta a ofrecerle un soborno de 100 libras para obligarlo a no dibujar a Su Majestad. Por supuesto, Cruikshank declinó la oferta.²⁷

Da la impresión de que las críticas y el mal gobierno van de la mano, parece que conviven en una relación simbiótica en la que una no se concibe sin la otra. El mal gobierno de la clase política fomenta los cuestionamientos y la crítica de los moneros que tanto desaprueban. “Los políticos se encargan de ridiculizar el ejercicio de la política. Nosotros nos limitamos a dibujar sus desfiguros”, aclara el monero Emmanuel Vélez.

Las críticas a los gobernantes resultan perfectamente comprensibles si consideramos que son ellos quienes marcan el rumbo del país y deben sus cargos a la elección popular, por lo cual sus decisiones no sólo pueden sino deben ser continuamente cuestionadas. Por tanto, la crítica no se vierte en el cartón político al azar, responde a la necesidad de fomentar la creación de un juicio analítico en el lector, su papel es el de

²⁷ Thompson, *op. cit.*, p. 122.

crear opiniones, promover el debate, crear polémica y contribuir a la formación de libre-pensadores.

Contrariamente de lo que se piensa, criticar a la clase política no es una tarea fácil, se necesita cierta fineza y mucho ingenio para lanzar diatribas lo suficientemente inteligentes y sagaces para golpear justo donde al político le duele más; dicho de otra manera, es cuestión de dar una bofetada con guante blanco, “la crítica podría ser una mentada, pero se trata de ser sutil”, advierte Emmanuel Vélez. Esto sólo se logra mediante otro factor ineludible en una caricatura política: el humor.

Si bien es cierto que la crítica da base a una verdadera caricatura política, es un hecho que ésta no se encuentra completa sin el recurso humorístico. El humor en sí es burla, es chiste, es gracia, es la actitud que pretende divertir sacando provecho de una realidad para causar risa, ridiculizando y deformándola para crear situaciones chuscas. El humor es el envoltorio bajo el cual viaja la crítica social de los llamados caricaturistas serios, a pesar de sus continuas bromas:

Estos son los caricaturistas que castigan y destruyen; son la brigada seria. Pero hay también otros caricaturistas políticos más geniales, los que desinflan y critican por medio de la burla y el humor, y podría decirse que gracias a ello su obra es igualmente eficaz. Pero en cualquier caso, los artistas de estos grupos no pueden llegar muy lejos sin poseer una cierta fluidez en el campo de la caricatura, porque su principal materia prima son las personalidades del mundo político.²⁸

Pero más allá de un mero envoltorio, el humor representa el gancho que asegura la victoria del cartón político como líder de opinión. Sin humor no hay crítica, mucho menos caricatura. Incluso los cartones más solemnes son algo irreverentes; el concepto de humor se encuentra inmerso en el de caricatura. Por tanto, no existe cartonista que no reconozca la relevancia del humor en la caricatura política, para Fabio es lo que “hace que el cartón político tenga alma, cuerpo y razón de ser”.

²⁸ Thompson, *op. cit.*, p. 117.

Se debe tener en mente que no todo el mundo reacciona de igual manera frente a un cierto chiste, lo mismo sucede en el mundo del cartón político, el efecto no es el mismo en todas las personas. Lo anterior responde a cuestiones que van desde la postura ideología del lector, hasta concepciones puramente psicológicas diferentes en cada persona, además de la forma en que el caricaturista articula o codifica su obra.

El humor es algo muy subjetivo; la gente no responde de la misma manera ante algo gracioso, porque cada uno está condicionado por la experiencia acumulada y reacciona de un modo particular. (...) Hay que recordar que el sentido del humor no es algo con lo que se nace. Hay que cultivarlo y aprender las reglas sobre la marcha (...)²⁹

Aunque el humor es un concepto plenamente subjetivo, un punto a favor de la caricatura es su facultad natural para ser graciosa. La caricatura como medio de expresión es más propicia para contar un chiste que las palabras por sí solas. En el dibujo los trazos se aglutinan y forman imágenes mentales reconocibles al instante, símbolos gráficos acompañados de textos cortos cuya efectividad al narrar un chiste puede ser devastadora.

El dibujo es una placa más sensible a lo cómico que el verbo. Su inestabilidad humorística es transversal, como traslúcida y fragmentable a voluntad: una carga adhesiva repulsiva (en afectividad, opiniones, creencias, caracteres...) demasiado fuerte corre el riesgo de producir un giro de disyunción fatal, de brutal opacidad: el mal gusto, lo incomprensible... el escándalo; la simultaneidad visual de sus signos, así como su fuerza de enganche, reabsorben, mediante un estallido, la duración diacrónica de su propia dimensión narrativa. (...) la comicidad del dibujo es el roce de una media vuelta, es como la aurora de la comicidad de las palabras: le aporta la infancia del arte.³⁰

Cada vez son más los autores que se convencen de que el humor comienza desde las altas esferas políticas y termina de condensarse entre las viñetas de los moneros. No obstante, queda la duda de cómo pueden los cartonistas mantener la viveza en sus sátiras aun cuando no se encuentren de humor para hacerlas. Algunos recomiendan hacer ejercicios en la mente y practicar a menudo, mientras que otros, como el Fisgón,

²⁹ Thompson, *op. cit.*, p. 9.

³⁰ Violette Morin, "El dibujo humorístico", *Análisis de las imágenes*, p. 163.

creen fervientemente que hacer reír es cosa seria: “siempre es difícil pero aunque no estés de humor lo trabajas profesionalmente”.

Otros consideran que el humor puede dominarse a través de una observación analítica del acontecer político, fuente inagotable de chistes y humor para todo buen monero. “Todo sale de las estupideces de los políticos quienes suelen decir montones de cosas hipócritas y cínicas. Entre sus contradicciones existen paradojas y ahí es donde se halla el chiste. Es una técnica al final de cuentas”.

Lo que es un hecho es la viabilidad del humor como difusor de ideas. No resulta extraño que se utilice en abundancia en industrias como el cine, la televisión y, sobre todo, en la publicidad. Al parecer el humor tiene la capacidad de sumar voluntades e imponer ideas eficazmente.

Finalmente, podemos darnos cuenta de que ambos conceptos, crítica y humor son una combinación insuperable, unidos constituyen una forma de expresión efectiva a la que se suma la potencia de la imagen caricaturesca. Empero, existe quien recomienda una fórmula para que esta combinación brinde mejores resultados, según Rruizte: “El pilar del cartón político es la crítica con humor”.

CAPÍTULO 2: La caricatura política en la actualidad

Con el surgimiento del periodismo la opinión pública se ha fortalecido dotándose de una importancia considerable que interviene en las decisiones políticas de un país. Es un hecho que con el nacimiento del periodismo surgió la caricatura política, una de las mayores y más eficaces armas de opinión pública.

Como forma de expresión el cartón político ha logrado consolidarse en el gusto del público a través de los años y por todo el mundo. En nuestro país es tal su aceptación que todo periódico que se precie de serlo alberga entre sus páginas una serie de caricaturas que a manera de editoriales gráficos opinan sobre el acontecer político-social del momento. Basta con dar una hojeada a las caricaturas de José Guadalupe Posada* o a los cartones del Ahuizote** para ubicarnos en un periodo específico de la historia de nuestro país.

Gracias a la caricatura política es posible conocer, por ejemplo, el clima político que se vivió durante el triunfo del PAN ante el PRI en los comicios celebrados en México en el año 2000, además de interpretar el desarrollo del gobierno de Vicente Fox en los seis años subsecuentes. De este modo, chusco e irreverente, los cartones nos cuentan la historia de una nación, una historia que se esboza día con día en las páginas de todos los diarios.

2.1. Definición de caricatura política

Definir al cartón político no es una tarea fácil. Existen tantas definiciones como moneros, artistas y humoristas gráficos hay en el gremio. Sin embargo, pueden encontrarse puntos de acuerdo entre esta amplia gama de definiciones que conducen a la manifestación de los diversos rasgos integrantes de una caricatura política.

* El México porfirista de fin de siglo y la revolución mexicana.

** Primeros años del México independiente.

La caricatura es el dibujo o descripción que ridiculiza. La palabra caricatura proviene del italiano *caricare* que significa “cargar”, siendo el mismo Leonardo da Vinci quien inventó el término. Básicamente la caricatura es una expresión sintética de la personalidad de un individuo a partir de sus rasgos internos.¹

De acuerdo con el investigador mexicano Juan Manuel Aurrecochea, autor de libros como *El episodio perdido-historia del cine mexicano de animación* y *Puros Cuentos*, la caricatura política no es más que:

Una reconstrucción minuciosa y crítica, que aunque fragmentada, de los acontecimientos políticos y sociales; una saga burlesca cuyos personajes son los hombres públicos, acerbamente caricaturizados, y un puñado de héroes ficticios, generalmente pícaros populares, que representan a los oprimidos y por medio de los cuales éstos asumen vicariamente su venganza sobre los poderosos.²

La sátira tiene como objetivo ridiculizar a algo o alguien. Juega un papel preponderante en la definición de cartón político toda vez que la intención de este último es la de criticar:

La caricatura, (...), es esencialmente una de las formas de sátira, es decir, una manera de desenmascarar, criticar o atacar a una persona, familia, partido, clase social, institución, gobierno, situación, nación o etnia, destacando por lo común sus aspectos negativos o ridículos. (...) es una sátira que se expresa fundamentalmente a través de una representación gráfica, casi siempre acompañada por una leyenda escrita o por uno o varios ‘globos’, ‘fumetos’ o inscripciones.³

La caricatura política entendida como una manifestación artística y cultural representa una forma de comunicación. Por esa razón muchos autores hacen hincapié en la función comunicativa de la caricatura debido a la existencia de un emisor, un mensaje y un receptor.

¹ Carlos Abreu Sojo, *Periodismo Iconográfico, Clasificaciones sobre la caricatura*, www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre/4506abreu.htm,

² Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra, *Puros Cuentos, historia de la historieta en México*, p. 38.

³ Abreu Sojo. *loc. cit.*

De acuerdo con ello el caricaturista político Kemchs fundador de la revista *Lapiztola* y ex director del Museo de la Caricatura, nos dice: “La caricatura es un medio de comunicación por lo que tiene que haber un emisor y un receptor”.⁴

Pedro Sol monero fundador del Museo de la Caricatura, ex presidente de la Sociedad Mexicana de Caricaturistas y Profesor Honorífico del Humor (Humoris Causa) en la Universidad de Alcalá de Henares en Madrid, nos comenta al respecto:

La caricatura política es un instrumento gráfico en el que se puede sintetizar e interpretar sin solemnidad alguna situación en el medio periodístico. Es crítica, es gracia, es un instrumento de comunicación.

La opinión es un punto imprescindible en la definición de caricatura política. Un cartón político carente de opinión es inconcebible, simplemente no tendría razón de ser. La opinión es el todo, la esencia de la caricatura. En ella se engloban elementos tales como la crítica y el humor.

El cartón político hace las veces de tribuna, es decir, se convierte en la plataforma ideal para que el monero, en su faceta de vocero social, haga manifiestos los reclamos y llamadas de atención por parte de la sociedad, dirigidos a todas aquellas figuras de autoridad que no cumplen con sus obligaciones satisfactoriamente. Para el cartonista Fabio, acreedor en 1993 al primer lugar de caricatura política en el Concurso de Periodismo del diario *Siglo XXI*, la caricatura política hace las veces de expiación para el lector:

Es un comentario editorial con humor basado en dibujos y texto. Como periodista, la caricatura es una plataforma para expresar ideas, propuestas y principalmente opiniones acerca de las noticias de actualidad; es la catarsis del lector –dañado y enojado por las acciones de sus representantes-.

Más que un instrumento, la caricatura política es vista como un arma. Por tal razón los gobiernos y grupos opositores hacen hasta lo imposible por restringir estas formas de

⁴ Diálogos en confianza, *Historia de la caricatura*, Once TV.

expresión periodística.* “La caricatura es un arma formidable, es un reto, una impugnación: fuerza de reforma social, su sentido inmediato sería, indudablemente, causar risa, pero es éste al mismo tiempo su más seguro triunfo”.⁵

Hasta aquí hemos visto diversas definiciones de caricatura política brindadas por personas allegadas al tema. Cada tesis aporta algo diferente a las otras haciendo de su conjunción una tarea ardua aunque no imposible. La importancia de sintetizar las partes en un todo surge con la necesidad de contar con una definición de cartón político integral y bien unificada con la cual podamos llevar a cabo la presente investigación sin correr el riesgo de caer en divagaciones.

Con base en las definiciones anteriormente citadas, resaltan ciertos elementos tales como: “dibujo o descripción que ridiculiza”, “expresión sintética”, “sátira, crítica que sirve para atacar a la autoridad”, “medio de comunicación” e “instrumento gráfico con fines humorísticos”.

De acuerdo a lo anterior, el cartón político se define como el instrumento gráfico de comunicación que ridiculiza y satiriza mediante el dibujo a una persona, familia, partido, clase social, institución, gobierno, situación, etc., con fines críticos y humorísticos.

En conclusión cabe señalar que para algunos caricaturistas políticos ésta sería la esencia de lo que el cartón político representa, sin embargo, para otros, como Emmanuel Vélez monero de *Lapiztola*, la caricatura política no es más que “un mal necesario que conlleva una importancia primordial en el periódico”.

* Una muestra del poder y alcance del cartón político lo representan las caricaturas acerca del profeta Mahoma, publicadas el 30 de septiembre de 2005 por el diario danés *Jyllands-Posten*, mismo que recibió una amenaza de bomba a causa de dichos dibujos los cuales levantaron fuertes críticas por parte de varios países islámicos.

⁵ Elvira García, *La caricatura en seis trazos*, en Brenda Alicia Salinas Ramírez, *La caricatura política un género periodístico de opinión* p. 11.

2.2. Breves antecedentes de la caricatura política en México

Desde sus orígenes el hombre ha mantenido una necesidad latente: representar su entorno. Muestra de ello es que todas las civilizaciones del mundo antiguo desde Grecia, Mesopotamia y Egipto, hasta los incas, aztecas y mayas, integraron en sus lenguajes representaciones gráficas empleando ideas, signos y códigos; en definitiva, formas de comunicación visual que utilizaban el dibujo con sentido propio, carácter descriptivo, expresivo, etcétera.⁶

La caricatura política no es nueva, nace a la par de los primeros indicios de disconformidad social ocasionados por el abuso del poder; es decir, con la necesidad de criticar y ridiculizar a las figuras de autoridad. El cartón político es un arte viejo. En su época, Aristóteles hacía referencia al “infame Poson”, primer caricaturista del que se tiene referencia en Occidente.⁷

El cartón político como lo conocemos hoy en día aparece formalmente en Europa durante las últimas décadas del siglo XVIII y las primeras del XIX, gracias a las condiciones políticas y los movimientos revolucionarios que se desarrollaban en Europa, tales como la Ilustración y la Revolución Francesa.⁸

Es parte del advenimiento de la democracia y del avance de la libertad de prensa y de expresión. Al inicio del siglo XX, Thomas Rowlandson, en Inglaterra, se daba ya gusto ridiculizando en sus dibujos personajes de la nobleza, a actores y escritores; en Francia, la publicación de *La Caricature* fue entonces un éxito, como después lo fue *Puck* en Estados Unidos. De entonces acá, la sátira política se ha convertido en toda una industria en los países desarrollados.⁹

Rompiendo esquemas y barreras territoriales, la caricatura de índole político viajó a otros países. Uno de ellos México, donde encontró su mayor apogeo de la mano de grandes maestros como José Guadalupe Posada y Ernesto García Cabral. Fue durante los inicios del siglo XIX y a lo largo de los últimos años de la agonizante Colonia que

⁶ Mossi, *op. cit.*, p. 24.

⁷ Aurrecoechea, *op. cit.*, p. 13.

⁸ El Fisgón y Helguera, *El Sexenio me da risa: la historieta no oficial*, p. 9.

⁹ *loc. cit.*

México presenciaría el nacimiento de una nueva arma de opinión pública: la caricatura política.

La ridiculización de la figura del poder mediante el uso de la caricatura es inherente a las primeras ideas de independencia del país, siendo las revistas, panfletos y diarios de tipo liberal reprimidos y perseguidos por el colonialismo español que veía seriamente amenazados sus intereses. Si bien la censura de la colonia dificultó el desarrollo del cartón político, éste fue el clima ideal para que la caricatura crítica se abriera paso hasta el cambio político que representó la Independencia de México.

La caricatura significó más que una burla gráfica o una mera crítica para el movimiento independentista, su fuerza recayó en plasmar los odios e inconformidades de un pueblo a punto de levantarse en armas. “La caricatura política, fue la expresión del sentimiento renovador y del pensamiento político progresista (...) combatió contra las injusticias y desmanes de las dictaduras, años después fue consumada nuestra independencia”.¹⁰

Durante los primeros años de vida del México Independiente, la caricatura política desarrolló un papel preponderante en el periodismo de la época (mismo que veía su primera luz como tal entonces), convirtiéndose en el recurso más afamado de la mofa política. Para la década de 1830, con la ascensión de Antonio López de Santa Anna al poder como gobernante absoluto, el cartón político atravesó sus primeros obstáculos.

Ya en la época de don Antonio López Santa Anna, ‘Su alteza Serenísima’, la caricatura hacía estragos en la legitimidad de sus gobernantes. La prensa que se desarrolló en México al inicio de la segunda mitad del siglo XIX fue más una prensa de opinión que de información.¹¹

Para entonces un numeroso grupo de ilustradores se dio a la tarea de representar el “nuevo” México mediante imágenes, destacando Luis Garcés, Hipólito Salazar, Hesequio Iriarte, Constantino Escalante, Joaquín Heredia, Santiago Hernández, José

¹⁰ Dulce María Vargas Romero y Bárbara Damaris Alvarado Santos, *La intención de la caricatura política en los medios impresos*, p. 7.

¹¹ El Fisgón y Helguera, *op. cit.*, p. 15.

María Villasana, Manuel Manilla y Vicente Gahona, entre otros, quienes plasmaron su realidad de diversas y muy características formas empleando el dibujo.¹²

Son muchas las publicaciones de la época en las que aparecieron las caricaturas más famosas de la Independencia. *Don Simplicio*, *La Orquesta* y, por supuesto, *El Ahuizote*, azotaron al gobierno con sus cartones deviniendo en una nueva serie de periódicos y revistas con fines enfocados meramente al análisis político. Con ello surgiría en México un nuevo estilo de hacer periodismo de opinión.¹³

En este período sobresale Gabriel Vicente Gahona, originario de Mérida, Yucatán, un caricaturista, pintor y grabador quien tras estudiar en Europa de 1846 a 1847, regresó a México donde fundó *Don Bullebulle*, un semanario en el que ensayaría el personaje al que poco después le arrebataría el nombre: Picheta. Gahona se convirtió en el primer caricaturista que firmó con seudónimo. También fundó *La Burla*, además de impartir clases de dibujo y grabado.¹⁴

Con sus debidos altibajos, la caricatura política siguió su desarrollo sin más eventualidades serias, si bien los caricaturistas eran arduamente perseguidos en ocasiones debido a los irreverentes mensajes de sus caricaturas, las contrariedades mayores vendrían acompañados por la llegada de un general al poder: don Porfirio Díaz.

La dictadura porfirista significó un cambio en la atmósfera en que se desarrolló el periodismo mexicano. Porfirio Díaz fue particularmente duro con la prensa crítica -multas y cárcel eran el pan cotidiano de los periodistas y dibujantes críticos-, lo cual no impidió que ésta se mantuviera, y la caricatura persistió como un elemento sustantivo en su arsenal contra el presidente 'necesario', los 'científicos' y el régimen en general.¹⁵

Durante las tres décadas de política represiva y totalitaria de Díaz hubo años pacíficos que contribuyeron a la creación de una prensa más noticiosa y oficialista, así como de una caricatura política prácticamente neutra. Como era de esperarse, tanto la oposición

¹² Aurrecoechea, *op. cit.*, p. 30.

¹³ *Ibíd.*, p. 41.

¹⁴ Camilo Heras, "Picheta", *Lapiztola*, p. 9.

¹⁵ Aurrecoechea, *op. cit.*, p. 148.

periodística como los moneros combativos no desaparecen del todo aunque se ven obligados a esconderse, acosados por la censura y represión de la intolerancia de Díaz.

Tras el fortalecimiento de la oposición y su posterior transformación en revolucionaria armada, los moneros -muchos de ellos trabajando para periódicos oficiales y grandes consorcios periodísticos- regresaron definitivamente a las filas de los periódicos liberales. Finalmente, al caer la dictadura de Díaz el cartón político se recuperó de la que sería la época más descarada de represión informativa y una vez más volvió a las andadas.

En el México post-revolucionario la caricatura política se fortalece y sus críticas se endurecen, caricaturistas políticos como Clemente Islas Allende representan la ruptura y al mismo tiempo la continuidad entre revolución y porfirismo.

En 1913 participa en *Multicolor*, dentro de la segunda época de éste, sustituyendo a otro gran caricaturista: Santiago R. de la Vega. *Multicolor* es considerada como una de las más importantes revistas de caricaturas en donde se atacó a los principales caudillos revolucionarios; Madero, Zapata, Carranza y Villa, entre otros, fueron retratados con verdadera saña.¹⁶

En este período la caricatura, como medio de comunicación impreso, fue un factor innovador gracias a la falta de medios de difusión masiva como la radio o la televisión, y pronto se popularizó dentro de la sociedad mexicana. En pleno siglo XX, el interés de la sociedad por este tipo de imágenes aumentó a tal punto que desató, tanto en analfabetas como en ilustrados, un notorio consumismo gráfico.

El pueblo mexicano se inició en la lectura precisamente con las historietas. A fines de los años treinta y durante la década de los cuarenta, millones de compatriotas que aún no habían experimentado los placeres de la letra impresa, perdieron su virginidad literaria sumergiéndose en las seductoras páginas de las revistas de monitos.¹⁷

¹⁶ Agustín Sánchez González, "Islas Allende, caricaturista de la transición", *Lapiztola*, p. 6.

¹⁷ Aurrecoechea, *op. cit.*, p. 38.

Uno de los moneros más sobresalientes de la década de los cincuenta es Vadillo quien hizo su debut en la revista *Siempre* para más tarde alcanzar el reconocimiento de la gente gracias a su famoso personaje Mundito, “un pequeño de gran nariz [que] nos platicaba cada semana las notas más importantes (...) La crítica mordaz a la política, a los partidos y a la vida nacional se evoca en esta fina tira (...)”.¹⁸

Otro gran caricaturista político de la época es Rafael Freyre, un monero veracruzano quien colaboró en distintas publicaciones, tales como: *México al Día*, *Revista de Revistas* *Últimas Noticias de Excélsior* y *Jueves de Excélsior*. Participó durante siete años en el programa de televisión *Duelo de Dibujantes* acompañado por los moneros Ernesto García Cabral, Ernesto Guasp, y Alberto Isaac. Quizá su sello más distintivo sea la simpática ranita con la que firmaba sus cartones.¹⁹

Tiempo después, durante el controversial año de 1968 y con el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, el cartón político experimentó un renacimiento oponiéndose de nueva cuenta a la represión, o en palabras del historiador Lorenzo Meyer, “la caricatura política inteligente, aguda, genuinamente crítica, volvió por sus fueros al mundo del periodismo; producto del autoritarismo presidencial posrevolucionario, siendo Eduardo del Río (Rius) el portaestandarte de este renacimiento”.²⁰

Soportando los embates de los subsecuentes sexenios priístas, la caricatura política demostró estar hecha para resistir y sobrevivió incluso al gobierno de Carlos Salinas, uno de sus mayores perseguidores. Caricaturistas sobresalientes de este período son Helguera y Rafael Barajas, mejor conocido como El Fisgón, quien “heredó en mucho su manera de sentir la política de las ideas de índole republicano-liberal, que por parte de su familia materna fueron adoptadas en los tiempos en los que las provincias del norte de España, como Cataluña, resistían a la dictadura de Francisco Franco”.²¹

¹⁸ Camilo Heras, “Los Grandes del Humor, Vadillo y su Mundito”, *Lapiztola*, p. 13.

¹⁹ Rafael Freyre, *Freyre*, p. 6.

²⁰ El Fisgón y Helguera, *op. cit.*, p. 16.

²¹ Franco Ponce Velásquez, *Los monos de los políticos y lo político de los monos. El Fisgón, entrevista de semblanza*, p. 9.

Memorables publicaciones de cartón político nacieron durante el sexenio salinista emulando a su predecesor *El Ahuizote*, la revista *El Chahuistle* hizo de Carlos Salinas y Fidel Velásquez los personajes más caricaturizados de la historia, un título que les sería arrebatado tiempo después por Vicente Fox Quesada.

Con la llegada de Ernesto Zedillo a la presidencia las cosas dieron un giro drástico: la libertad de expresión por la cual habían luchado diversos sectores de la sociedad comenzaba a hacerse latente. A pesar de ello, la revista de caricatura política *El Chahuistle* desapareció por causas de fuerza mayor dejando un vacío entre sus lectores. Después de su edición número 100, la mordaz revista dijo adiós debido a la mala administración de su editora.²²

Es posible apreciar la importancia de los cartones que se publican día con día en todos los periódicos de nuestro país, los cuales forman gradualmente un bagaje cultural imprescindible para conocer las condiciones políticas y sociales de un período determinado de la historia. Las caricaturas políticas retratan diariamente la imagen de un México que de algún otro modo pasaría desapercibido.

Para cerrar este apartado resta subrayar que tanto el periodismo como la caricatura política escriben y contextualizan la historia de una nación, por ello resulta imposible poder imaginar la existencia del uno sin el otro, o en palabras de la escritora Elena Poniatowska:

Las imágenes de los excelentes caricaturistas de la prensa mexicana (desde José Guadalupe Posada y el Chango García Cabral hasta Abel Quezada y los moneros de hoy en día) son referencia obligada para conocer el pasado y tratar de entender el presente. (...) la caricatura política es inseparable del periodismo, si no es que de la historia”.²³

²² Camilo Heras, “2º Congreso de la Caricatura”, *Lapiztola*, pp. 8-11.

²³ *Qué hay de nuevo*, <http://investigacion.org.mx/lared/enefeb99/quehaydenuevo.html#L>.

2.3. Cartón político: situación actual en México

El cartón político ha evolucionado en gran manera desde su aparición en nuestro país durante la etapa Independentista. La calidad con la que los moneros mexicanos desempeñan su labor día a día les ha ganado un lugar en el periodismo contribuyendo al reconocimiento de la caricatura política como un género de opinión más dentro del ámbito periodístico.

Muestra de lo anterior es el hecho de que numerosas publicaciones, como diarios y revistas, incluyen entre sus páginas uno o más cartones de índole política. Diarios como *La Prensa*, *El Universal*, *La Jornada*, *El Financiero*, *Reforma* y revistas como *Proceso* o *Siempre*, por mencionar algunas, han optado por abrirle al cartón político los espacios que se merece.

En la prensa mexicana de nuestros días, es difícil encontrar un conjunto de editoriales políticas que superen en profundidad y precisión a algunos de los diagnósticos críticos que presentan cotidianamente un puñado de moneros (...) Estos editoriales dibujados, pues no son otra cosa las caricaturas políticas de los moneros, van directo al grano, y de una sola mirada el lector capta y asimila, sin esfuerzo, su mensaje.²⁴

Seguramente el apogeo de las caricaturas políticas se deba a que cada sector y/o aspecto de nuestra sociedad está relacionado de alguna u otra manera con el sistema político. Éste nos atañe en la medida en que regula cada aspecto de nuestra sociedad, desde la educación hasta la salud.

En nuestro caso y en el de otras naciones la cultura, la economía, y hasta la educación giran en torno a la política, razón por la cual no debe extrañar que proliferen las caricaturas con ese tinte.²⁵

De acuerdo con El Fisgón, y a manera de recomendación para mejorar el periodismo en el siglo XXI, se debe necesariamente entender la labor periodística del siglo XIX:

²⁴ El Fisgón y Helguera, *op. cit.*, p. 13.

²⁵ Carlos Abreu Sojo, *Periodismo Iconográfico, Clasificaciones sobre la caricatura*, *loc. cit.*

Y muchas de las causas que debemos enarbolar son las mismas de los caricaturistas del siglo XIX: la democracia, los derechos humanos, la independencia sindical, la justicia social, la crítica a las políticas económicas antipopulares, la crítica a la corrupción y al abuso del poder donde sea.²⁶

En nuestro país se cuenta con grandes caricaturistas políticos o moneros, la lista es larga y está integrada por Rius, Helguera, El Fisgón, Pedro Sol, Rruizte, Sifuentes, Naranjo, Fabio, Hernández, Paco Calderón, Rocha, Magú, Emmanuel Vélez, Apebas, Rapé, Chubasco, Helio Flores, Trino, Kemchs, entre otros cartonistas encargados de la difícil tarea de arrebatarle una sonrisa diaria al lector.

Muestra del talento que existe en nuestro país lo representan la serie de premios otorgados a nivel internacional a nuestros moneros, los cuales gracias a su estilo inigualable se han ganado el respeto y el reconocimiento de los cartonistas extranjeros.

Durante el sexenio de Vicente Fox Quesada y en plena recta final de su mandato, el panista dejó ver un último año de gobierno cansado y fatigoso, un sexenio que pasará a la historia por las controversias y los desatinos de sus políticos. Si durante las elecciones del año 2000 se hubiera atisbado siquiera que tras la figura altanera y retadora de Fox se escondía un candidato similar a los priístas, quizá el resultado habría sido diferente.

En el histórico año 2000 el pueblo mexicano, con el hartazgo de toda una tradición priísta en el poder, decidió ponerle fin a la sucesión y eligió al candidato del PAN quien enarbolaba las disconformidades y los anhelos de una sociedad cada vez más empobrecida por los malos gobiernos. Así, al ritmo de “Hoy, hoy, hoy”, Fox se convirtió en el candidato de la transición.

La gente estaba dispuesta a aceptar cualquier cosa con tal de sacar al PRI de Los Pinos, y Fox estaba dispuesto a decir cualquier cosa con tal de ganar. Un sector del electorado le dio un “voto útil” antipriísta, a pesar de que Fox

²⁶ Arturo Jiménez, “Rafael Barajas ‘El Fisgón’”, *La Jornada*, México, DF, *La Jornada*, 28 de junio de 2003, Cultura, p. 7a.

representaba los intereses de sectores tan reaccionarios como la Iglesia católica, Provida, los banqueros, etc.²⁷

Así comenzó el primer gobierno de la alternancia, es decir, después de haber permanecido setenta años en el poder el PRI era desbancado por otro partido. Desde su comienzo el gobierno de Fox dejó de manifiesto que seguiría la misma línea que sus predecesores priístas, sobre todo apegándose al sistema neoliberal y manteniéndolo a lo largo del sexenio.

De todos son conocidos (y padecidos) los enormes problemas que tiene México, problemas que venimos arrastrando desde hace cientos de años. Algunos son así de viejos, otros los sufrimos desde que nuestros ineptos y nada estadistas gobernantes decidieron, por todos nosotros, meter al país en la economía del neoliberalismo y el TLC.²⁸

De obligada incumbencia periodística, quizá el logro más pregonado por Fox durante los seis años de su gobierno haya sido la libertad de expresión. En el argot periodístico y más precisamente en el terreno del cartón político se hallan opiniones de lo más variadas. Moneros como Fabio concuerdan en que a pesar de que la libertad para manifestar las opiniones ha aumentado, las presiones contra periodistas no han desaparecido del todo:

Ahora el chiste es ver quién es más venenoso contra la figura presidencial y Fox tiene que aguantarse. Pero las presiones contra periodistas siguen, como el caso de la poblana Lydia Cacho, hostigada por denunciar las perversiones sexuales de un empresario poblano amigo del gobernador de Puebla.

Otros caricaturistas políticos aseguran que el aumento en la libertad de expresión no se debe a las acciones emprendidas por algún político o partido en especial, sino todo lo contrario; dicha conquista es producto de un trabajo conjunto entre sociedad y periodistas.

Tal es el caso de Paco Calderón, monero de *Reforma*, quien afirma que en México se ha vivido una mayor libertad de expresión desde hace ya varios años, sin que esto sea

²⁷ El Fisgón, Hernández y Helguera, *El Sexenio se me hace chiquito*, p. 39.

²⁸ Eduardo del Río, Rius, *Recetarius, 100 Propuestas para tratar de salvar lo que queda de México*, p. 7.

privativo del primer gobierno panista. “Sí claro, en México –y no te estoy hablando de ahora, con el régimen de Fox, sino de años atrás– hay mayor libertad de expresión. Hay peor periodismo, pero más libertad de prensa.”²⁹

Aunque Vicente Fox lleva los seis años de su mandato congratulándose por la libertad de expresión, para muchos esto no es ninguna realidad. Uno de ellos es Emmanuel Vélez, “caricaturimono de altura”, como él mismo se define, detractor de la “libertad de expresión foxista”, quien a manera de anécdota nos comenta sus experiencias con el autoproclamado gobierno del cambio:

En un desayuno en los Pinos al que fui invitado junto con otros compañeros, Fox nos dijo que él ya había desayunado. Se me ocurrió preguntarle, ¿señor Presidente qué se siente haber sido tan popular para pasar a ser tan impopular? El presidente se acerca para despedirse de nosotros y me estrecha la mano con una sonrisa burlona en el rostro. Poco después me corrieron de Vértigo.

Cartonistas políticos de la talla de Rafael Ruiz, mejor conocido dentro del medio como Rruizte, creen que la libertad de la que gozan los periodistas hoy en día se debe a que el presidente “no lee los periódicos para ser feliz”, como le dijera Fox a una señora durante una gira presidencial.

Hay más libertad de expresión porque él no lee. Pero no es gracias a él, la apertura se dio desde Zedillo, a pesar de que él censuró a los *Hechos de peluche* y no permitió que se utilizara un muñeco que lo representara. Con el anterior era peor, yo nunca lo dibujé porque ese sí le disparaba hasta a sus cuates.

Si bien es innegable que en la actualidad se vive en México un clima en el que existe mayor apertura para que los medios de comunicación expresen sus críticas y opiniones acerca del acontecer político aún no se puede cantar victoria. Casos de periodistas “desaparecidos” siguen ocurriendo frecuentemente en el país.

La situación se agrava especialmente en diversos estados de la República Mexicana donde los medios de comunicación, prensa y radio, principalmente, son presionados por

²⁹ Jacobo Bautista y Maríaisabel Mota, *Francisco José Calderón*, http://www.lideresmexicanos.com/articulos.php?id_sec=32&id_art=84&id_ejemplar=0.

las autoridades estatales coartando así la libertad de expresión. Lo anterior nos deja ver los alcances de dicha libertad. Para el cartonista Pedro Sol la libertad de expresión de Vicente Fox sólo ha servido en detrimento de la figura presidencial: “El presidente es pan comido todos los días, lo que Fidel Velásquez había ganado como el hombre más caricaturizado lo es ahora Fox. Desde hace tiempo él está esperando tirar la toalla”.

El comentario anterior muestra un fenómeno interesante en cuanto a periodismo y libertad de prensa se refiere. Da la impresión de que éste ha caído en demasiados excesos y vicios que a la larga podrían traer consecuencias negativas al cartón político. Es decir, sus desvaríos como político y la libertad para criticarle le valieron a Fox su presencia diaria en las caricaturas de todos los periódicos, atiborrando las páginas de estas publicaciones y en algunos casos hasta hartando al lector. Al respecto, Fabio opina:

De que la libertad es mayor no se puede negar, pero hay que aprovecharla de mejor manera. José Hernández, monero de *Milenio* antes y ahora en *La Jornada*, a diario publicaba una caricatura de Fox, por lo que su trabajo terminaba por cansar hasta al opositor de Fox más recalcitrante.

Lo cierto es que después de haberse desempeñado en uno de los sexenios más controversiales en la historia de México, la salida del presidente Fox deja un gran vacío en el mundo de la caricatura política, así como en los cartones de los moneros mexicanos, o en palabras de Pedro Sol: “El presidente dice tantas burradas que nos quita el chiste”.

Kemchs afirma que cada vez es más difícil realizar un cartón político debido a que los moneros se ven superados en muchas ocasiones por la realidad política que raya en lo absurdo. “Lo que pasa es que ahora ya los políticos nos están ganando en humor. Nada más pones al político y la declaración textual que hizo y logras un ‘súper cartón’”.³⁰

El último año del gobierno foxista fue decisivo para el PAN en las elecciones del 2 de julio de 2006. Fox tuvo que convencer al electorado de que su partido era el indicado

³⁰ Diálogos en confianza. *loc. cit.*

para seguir en el poder, o en sus propias palabras “uno no cambia de caballo a mitad del río”.

Los primeros seis años de gobierno panista se han ido ya, años en los que se vieron todo tipo de ardides de índole priísta, desde el Fobaproa hasta el desvío de fondos de Lotería Nacional y el enriquecimiento ilícito de los hijos de Marta Saghún, e incluso la propia campaña electoral de Vicente Fox en el 2000.

Poco antes de las elecciones, el PRI presentó documentos que sugerían irregularidades financieras en la campaña de Fox, pero esta denuncia se perdió en la efervescencia de la contienda, posteriores investigaciones periodísticas han demostrado que sí había cosas chuecas.³¹

En enero de 1998 se formó una asociación mejor conocida como *Amigos de Fox*, cuyo fin primordial era el de recaudar fondos para la campaña electoral de Vicente Fox, presidida por su amigo Lino Korrodi. Lo que no se sabía hasta tiempo después era que “Los Amigos de Fox” encubrieron el origen de muchos de los fondos que financiaban la campaña panista.³²

Durante los comicios celebrados en el 2006, los partidos políticos de mayor presencia en el país hicieron lo posible por atraer votantes a sus filas esperando no incurrir en los errores del pasado. El PRI con la imagen de Madrazo que pretendía regresar a los Pinos en el 2006, el PAN desgastado de un Calderón que deseaba dar continuidad al proyecto foxista y el PRD de López Obrador que tenía mucho por demostrar.

Al final de la contienda el candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, resultó vencedor no sin antes haber protagonizado las elecciones más cerradas y competidas de la historia de nuestro país. Por ello y a manera de confort nos quedamos con la reflexión de Rius: “Después de Fox, debemos concluir que cualquiera puede ser presidente en México”.³³

³¹ El Fisgón, Hernández y Helguera, *op. cit.*, p. 48.

³² *loc. cit.*

³³ del Río, Rius, *op. cit.*, p. 12.

CAPÍTULO 3: 2006, crónica de una elección

Durante el desarrollo de cualquier estudio es necesario contemplar una delimitación espacio-temporal adecuada al tema de interés, que le permita al investigador aplicar con eficiencia sus métodos y técnicas al asunto elegido. Habiendo seleccionado de antemano a México como universo para el objeto de estudio, el periodo comprendido de enero de 2006 a junio del mismo año resulta apropiado para la presente investigación debido al contexto político manifestado durante este tiempo.

La delimitación temporal realizada para este trabajo responde a las características de las condiciones políticas y sociales acaecidas durante el lapso citado, de particular interés para la caricatura política. Tales condiciones hacen referencia al proceso electoral vivido durante el 2006, en el que los diferentes agentes de la vida política mexicana mostraron una considerable participación e interés.

3.1. Trayectoria política de los candidatos del PAN, PRI y PRD a la presidencia de México en el 2006

Dado que los medios de comunicación siguieron de cerca las campañas presidenciales del 2006 por su incumbencia nacional, los cartonistas políticos hicieron lo propio destacando aquellos acontecimientos o factores de la contienda electoral que llamaron su atención. Es lícito pensar que los candidatos participantes se mantuvieron a menudo bajo la lupa de los moneros.

Este hecho nos obliga a conocer la trayectoria política de los aspirantes a la presidencia, con el fin de contar con un marco de referencia para estar al tanto de elementos relevantes a los candidatos, aspectos que pudieran ser mencionados por los cartonistas. A continuación se ofrece una breve reseña de la vida política de Felipe Calderón abanderado del PAN, Andrés Manuel López Obrador del PRD y Roberto Madrazo del PRI.

3.1.1. Felipe Calderón Hinojosa ¹

Felipe Calderón Hinojosa nació el 18 de agosto de 1962 y es originario de Morelia, Michoacán. Hijo del matrimonio de Carmen Hinojosa de Calderón y Luis Calderón Vega, fundador, dirigente e historiador del Partido Acción Nacional (PAN). Está casado con Margarita Zavala Gómez del Campo y tiene 3 hijos.

Es abogado por la Escuela Libre de Derecho, maestro en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y egresado de la maestría en Administración Pública en la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard. En el Partido Acción Nacional, Felipe Calderón se desempeñó como Secretario de Estudios (1987), Secretario Nacional Juvenil (1991), Secretario General (1993). Fungió como representante del PAN ante el Instituto Federal Electoral (1994 - 1995) y en 1995 fue candidato a gobernador del Estado de Michoacán.

Para el periodo 1996-1999 resultó electo presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PAN. Sirvió como representante a la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (1988-1991) y diputado federal en la LV Legislatura (1991-1994). En el año 2000, fue diputado federal de la LVIII Legislatura y designado coordinador del Grupo Parlamentario del PAN (2000-2003). Durante el año 2002, ocupó el cargo de presidente de la Junta de Coordinación Política. A nivel internacional, se desempeñó como vicepresidente de la Organización Demócrata Cristiana de América (ODCA).

A partir de marzo del año 2003, Felipe Calderón recibió el nombramiento de director general del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (Banobras). En septiembre de 2003, el entonces presidente Vicente Fox Quesada lo invitó a formar parte de su gabinete como secretario de Energía.

Más tarde, Felipe Calderón se auto-postuló para la candidatura a la Presidencia por el PAN, lo cual es visto con malestar por parte del presidente Vicente Fox. Poco después

¹ Fuente: <http://www.presidencia.gob.mx/felipecalderon/>.

Felipe Calderón renunció a la Secretaría de Energía aduciendo supuestas presiones de parte del Ejecutivo. Tales hechos son narrados por Calderón en su libro titulado *“El Hijo desobediente”*.

A finales del 2005 y contando con el 58% de la votación, Calderón derrotó al secretario de Gobernación, Santiago Creel, y al gobernador de Jalisco, Alberto Cárdenas Jiménez, en una elección interna donde se elegiría al candidato del PAN para la contienda electoral del 2006. El 4 de diciembre de 2005 Calderón aceptó la nominación de su partido.

3.1.2. Roberto Madrazo Pintado ²

Nació el 30 de julio de 1952. Es hijo del Lic. Carlos Alberto Madrazo Becerra y la Profra. Graciela Pintado Jiménez. Está casado con la psicopedagoga, Lic. Isabel de la Parra Trillo.

Roberto Madrazo es abogado de profesión egresado de la UNAM. En 1979 ingresa a la Barra Nacional de Abogados. En 1971 funge como jefe del bufete jurídico gratuito de la Delegación Álvaro Obregón, en el Distrito Federal. De 1979 a 1981 se desempeña como asesor del regente capitalino. Ese mismo año es ascendido y nombrado delegado político, en la Delegación Magdalena Contreras. Es electo en tres ocasiones legislador del Estado de Tabasco.

En 1976 gana las elecciones como diputado federal por el Segundo Distrito de Tabasco. Durante el período '88-'91 es senador de la República. De 1991 a 1993, en la Quincuagésima Quinta Legislatura, ocupa nuevamente una curul, ahora por el Primer Distrito del Estado de Tabasco.

Ha sido delegado del PRI en los estados de Chihuahua, Michoacán y Nuevo León; así como secretario de Promoción y Gestoría, en el trienio '84-'87, y de organización, a

² Fuente: <http://www.terra.com.mx/especialesnoticias/articulo/127878/>.

partir de 1988, al lado de Luis Donald Colosio, con quien llevó a cabo la XIV Asamblea Nacional de este organismo.

En noviembre de 2005, Roberto Madrazo ganó la contienda interna en el PRI y fue elegido candidato de este partido para representar al PRI en la contienda electoral del 2006. En las elecciones internas Madrazo derrotó a Arturo Montiel, gobernador del Estado de México, quien había sido elegido por el grupo Unidad Democrática, mejor conocido como TUCOM (Todos Unidos Contra Madrazo), constituido por Tomás Yarrington, Enrique Martínez y Martínez, Enrique Jackson, Manuel Ángel Núñez Soto, Eduardo Bours, Miguel Alemán Velasco y José Natividad González.

La derrota de Montiel se debió a la baja que sufrió su popularidad tras ser revelado un desvío de recursos para la adquisición de varias propiedades en el Estado de México. A pesar de que existía un tercer pre-candidato del PRI, Everardo Moreno Cruz, éste no contó con el apoyo de ningún grupo y eventualmente fue derrotado frente a Madrazo. Días más tarde de la elección de Madrazo, el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) se aliaría con el PRI para conformar la llamada Alianza por México.

3.1.3. Andrés Manuel López Obrador ³

Andrés Manuel López Obrador nació en 1953, en Tepetitán, municipio de Macuspana, Tabasco, es hijo de Andrés López y Manuela Obrador, comerciantes. Es licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México. Su carrera política comienza en 1976 cuando decide apoyar la candidatura del poeta tabasqueño Carlos Pellicer para senador por el estado de Tabasco.

En 1977 es director del Instituto Indigenista de Tabasco. En 1984 asume la Dirección de Promoción Social del Instituto Nacional del Consumidor. Para 1988 se une a la Corriente Democrática que encabezan, entre otros, Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo. En agosto de ese año asume la candidatura para gobernador del estado de Tabasco por el Frente Democrático Nacional. Tras perder la elección, asumió la

³ Fuente: <http://www.lopezobrador.org.mx/documentos/trayectoria.php>.

presidencia estatal del recién creado PRD y encabezó un éxodo a la Ciudad de México por las irregularidades cometidas por el PRI en las elecciones municipales de 1991.

Al crearse en 1989 el PRD, es nombrado presidente de este instituto político en Tabasco. En 1994 sus partidarios lanzan nuevamente su candidatura para gobernador de Tabasco. La elección fue ganada por el candidato del PRI, Roberto Madrazo Pintado. López Obrador apeló la legitimidad de los comicios y encabezó en 1995 un segundo éxodo hacia el Zócalo de la ciudad de México en la llamada “Caravana por la Democracia”.

Contiende por la Presidencia Nacional del Partido de la Revolución Democrática el 17 de abril de 1996 contra Heberto Castillo y Amalia García. Resulta vencedor y ocupa el cargo del 2 de agosto de 1996 al 10 de abril de 1999.

Crítico del rescate bancario, mejor conocido como Fobaproa, López Obrador, gana las elecciones del 2 de julio de 2000 en el DF superando a Santiago Creel, candidato del PAN. Toma posesión como jefe de Gobierno del Distrito Federal el 5 de diciembre de 2000.

Instaura en el Distrito Federal programas para otorgar apoyos mensuales a adultos mayores, funda la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y construye el segundo piso del Periférico. El 29 de julio de 2005 pide licencia al cargo de jefe de Gobierno del Distrito Federal para buscar la candidatura a la Presidencia de la República.

Durante las elecciones internas del PRD, el llamado líder moral del partido, Cuauhtémoc Cárdenas, quien buscaba su cuarta nominación no logra conseguir el apoyo necesario y finalmente decide no registrarse como pre-candidato. En consecuencia López Obrador, contando con el apoyo de gran parte de la militancia del PRD, es elegido candidato para las elecciones presidenciales del 2006 por el PRD, PT y Convergencia, una alianza que llevará por nombre *Coalición Por el Bien de Todos*.

3.2. Contexto político anterior al proceso electoral de 2006

En el año de 2000 el Partido Acción Nacional se convirtió en el primer partido político distinto al PRI en ocupar la presidencia de México tras setenta años de gobierno priísta. A partir de entonces comenzaron a fraguarse las condiciones determinantes para que las diversas fuerzas políticas enfocarán sus esfuerzos proselitistas con miras al 2006.

Durante el primer sexenio panista los actores que marcarían el rumbo de los comicios del 2006 comenzaron a aparecer en la escena política de nuestro país. Para los partidos políticos representaría la oportunidad de afianzarse en el gobierno como en el caso del PAN, estrenarse como titulares en el Ejecutivo, situación del PRD o el retorno del PRI al poder.

3.2.1. Escándalos en el PRD

El 3 de marzo de 2004, Federico Döring, entonces diputado del PAN, asistió al estudio de televisión donde se transmitía el programa de Televisa *El Mañanero*, conducido por Víctor Trujillo, bajo el papel del payaso Brozo. Sin dar muchos detalles, Döring afirmaba tener un video revelador que le fue otorgado por alguien que prefería mantener su identidad oculta por temor a represalias:

Y recibí yo un video que me permití traerle como obsequio. (...)Yo creo que cuando veas te darás cuenta que es un asunto que no me puedo reservar para mi conocimiento (...) esto que tenemos aquí es la mejor prueba de la hipocresía y del doble discurso de una mafia orquestada desde el gobierno de la ciudad para ordeñar a contratistas en la conformación de un fondo de campaña para proyectos políticos de Andrés Manuel López Obrador, y estos sicarios están al mando de Andrés Manuel y el capo de capos es Andrés Manuel López Obrador.⁴

En el video se muestra al perredista René Bejarano, entonces presidente de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del DF, introduciendo fajos de billetes en un maletín que le fue dado por el empresario Carlos Ahumada Kurtz. “Para fortuna

⁴ *Telecomplot, de videoescándalos, ética para payasos y un decretazo*, canalseisdejulio.

de todos el protagonista del episodio grabado, (...) René Bejarano, se encontraba en ese momento en otro estudio dentro de las mismas instalaciones de Televisa”.⁵

Tras despedir a Döring, Brozo hizo pasar a Bejarano para, después de haberle mostrado el video, reprocharle su actitud: “Para ti, éste va a ser el día más triste de tu vida, para otros está siendo el día más feliz de su vida. (...) ¡Estamos ya hasta la madre de que esas situaciones sucedan!, ¿y no merecemos una explicación?, ¡no, no, no, no me pendejeés por favor!”.⁶

El video de Bejarano se une al de Gustavo Ponce, secretario de Finanzas del Gobierno del DF en 2004, quien fue videograbado mientras apostaba en el casino Bellagio, de Las Vegas, Nevada, en Estados Unidos; dicho video fue transmitido el 1 de marzo de 2004 a través de El Noticiero conducido por Joaquín López Dóriga. Según el procurador del DF, Bernardo Bátiz, la dependencia a su cargo mantenía una investigación al respecto por el fraude de más de 30 mdp contra el Gobierno del DF.⁷

Un tercer video pondría nuevamente bajo la lupa al Gobierno del Distrito Federal a cargo de Andrés Manuel López Obrador. El 8 de marzo de 2004 Carlos Imaz, jefe delegacional de Tlalpan en ese momento, fue también videograbado recibiendo dinero del empresario Carlos Ahumada.⁸

Los videos fueron filmados y editados por Carlos Ahumada mediante cámaras escondidas al interior de sus oficinas. El empresario fue presentado a miembros del PRD por Rosario Robles, ex jefa de Gobierno del DF. Desde entonces el nombre del empresario argentino Carlos Ahumada, comenzó a tomar presencia en el gobierno capitalino como contratista.

⁵ *Telecomplot, de videoescándalos, ética para payasos y un decretazo, loc. cit.*

⁶ *loc. cit.*

⁷ “Un video destapa fraude por 30 millones de pesos contra el GDF”, *La Jornada*, México, DF, 2 de marzo de 2004, Política, p. 6.

⁸ *Andrés Manuel López Obrador*, http://es.wikipedia.org/wiki/Andr%C3%A9s_Manuel_L%C3%B3pez_Obrador.

También es cierto que un avión de Ahumada apareció cargado de armas el 4 de julio de 2003 en el aeropuerto de Toluca. En la aeronave viajaba el entonces delegado de Álvaro Obregón, Luis Zuno Chavira. Pese a la gravedad del delito el joven empresario no fue molestado y sus amigos no encontraron motivo para desconfiar de él, ni la dirigente de izquierda [Rosario Robles], ni este extremo derecho [Macedo de la Concha].⁹

López Obrador se deslindó de tales escándalos argumentando que se trataba de un complot orquestado por Carlos Ahumada y sus opositores políticos: Vicente Fox, presidente de la República, Carlos Salinas, ex presidente de México, Diego Fernández de Cevallos, senador del PAN en el 2004, y el entonces procurador general de la República, Rafael Macedo de la Concha, quien es visto el 18 de enero de 2004 jugando un partido de fútbol con Ahumada. “El fútbol los une y pone el marco para mostrar la imparcialidad del general Macedo”.¹⁰

Con el fin de evitar ser procesado, Carlos Ahumada viaja a Cuba donde es capturado por el gobierno cubano y permanece aislado algunas semanas mientras el gobierno de Cuba videograba sus declaraciones respecto de los videoescándalos; por estas razones el gobierno mexicano y cubano prácticamente rompen relaciones. En las grabaciones, Ahumada revela la injerencia de Carlos Salinas, Rosario Robles, Macedo de la Concha y Diego Fernández de Cevallos en el asunto de los videoescándalos:

Porque Salinas me pidió que viera a Diego Fernández y le platicué a Diego Fernández de lo que se trataba y me dijo que sí, inclusive que le interesaba mucho. Él me dijo que ya había hablado con el secretario de Gobernación, con el procurador (...) es la pelea del 2006, eso es lo que ganamos, o sea, prácticamente sacar a Andrés Manuel de la carrera presidencial.¹¹

Tras recibir acusaciones por desfalco al gobierno capitalino y por supuestas presiones en su contra, Rosario Robles tuvo que dejar su cargo siendo reemplazada por Leonel Godoy Rangel y más tarde renunció al PRD. Carlos Imaz fue declarado culpable y

⁹ *Aventuras en Foxilandia*, canalseisdejulio.

¹⁰ *Los Dueños de la Democracia*, canalseisdejulio.

¹¹ *Aventuras en Foxilandia*, loc. cit.

multado, Gustavo Ponce fue detenido y encarcelado. Posteriormente ambos fueron expulsados del PRD.¹²

En lo que respecta a René Bejarano, éste, una vez que fue desaforado en la Cámara de Diputados, decide entregarse y es encarcelado el 8 de noviembre. El 6 de julio de 2005 sale del Reclusorio Sur tras depositar una fianza de 171 mil pesos y finalmente es expulsado del PRD.¹³

A principios del año 2005, López Obrador, fungiendo como jefe de Gobierno del DF, goza de una amplia popularidad en las encuestas, hecho que lo apuntala como un personaje presidenciable con muchas posibilidades de ganar la contienda electoral a la Presidencia de la República del cercano 2006. Caso contrario ocurre con el gobierno de Vicente Fox Quesada, cuya popularidad va en descenso.

El tabasqueño crecía en las encuestas hasta parecer inalcanzable en la carrera presidencial. Claro, siempre que no tuviera tropiezos graves, y los tropiezos empezaron. Primero fue un oscuro litigio, un señor de nombre Enrique Arcipreste exigía al gobierno capitalino el pago de mil 800 mdp (...)¹⁴

Arcipreste exigía mil 810 mdp como indemnización por la expropiación del predio conocido como Paraje San Juan. De acuerdo con los antecedentes, en 1998 Arcipreste reclamó la indemnización por la expropiación del terreno ubicado en Iztapalapa y en 1999 la administración local perdió el caso. En septiembre de 2003 “(..) López Obrador pidió a la SCJN crear una comisión especial para revisar el caso, petición que fue rechazada, aunque atrajo el caso para fijar el monto del pago”.¹⁵

Más tarde, la administración de López Obrador se libraría de pagar el monto reclamado por Arcipreste cuando, tras la investigación de la Secretaría de la Reforma Agraria, se descubrió que las 300 hectáreas de terrenos expropiados por el Gobierno del DF

¹² *Andrés Manuel López Obrador, loc. cit.*

¹³ *Telecomplot, de videoescándalos, ética para payasos y un decretazo, loc. cit.*

¹⁴ *Aventuras en Foxilandia, loc. cit.*

¹⁵ Fabiola Cancino, “Arcipreste sí cometió fraude, insiste AMLO”, *El Universal*, México, DF, 26 de febrero de 2005, México, p. A9.

pertenecían a la nación, con lo que la resolución judicial a favor del demandante quedó anulada.¹⁶ Un asunto semejante de mayores proporciones estaba a punto de suceder.

El 10 y 14 de noviembre de 2000, el gobierno capitalino decidió restar al predio denominado EL Encino 7.5 mil metros cuadrados de cada extremo para abrir un camino hacia el Hospital ABC, un mes antes de que López Obrador asumiera la jefatura del Gobierno del DF. El 11 de junio de 2004, la Secretaría de la Reforma Agraria “anunció oficialmente que el predio El Encino es propiedad privada y que dejó de ser dominio de la nación desde 1924”.¹⁷ Dicho predio era propiedad de Federico Escobedo Garduño, socio de la Compañía Promotora Internacional Santa Fe.¹⁸

El Poder Judicial de la Federación otorgó una "suspensión definitiva" a favor del dueño de El Encino, que había sido expropiado en el año 1989 por el Gobierno del Distrito Federal. La resolución obligaba al gobierno de la ciudad a suspender la construcción de una calle de acceso al Hospital ABC sobre dicho terreno. El gobierno capitalino no acató la determinación de la corte.¹⁹

La magnitud del asunto se polemizó desatando un conflicto entre los gobiernos de la capital y de la República. La razón: el posible desafuero* de López Obrador. Siendo sujeto a proceso legal y aunque no fuera declarado culpable, López Obrador no podría registrarse como candidato a la presidencia de la República para el 2006.

El 6 de abril de 2005, y después de haber convocado a sus seguidores a un mitin de protesta contra su desafuero para el 24 de abril en el Zócalo de la Ciudad de México, Obrador anuncia que abandonará su cargo como jefe de Gobierno del DF con el fin de preparar su defensa.

El embate contra el gobernante capitalino continuará, López Obrador prepara la batalla final y nombra a su Estado Mayor, todos oriundos del PRI y algunos muy

¹⁶ Guillermina Guillén y Fabiola Cancino, “SRA: Compete al GDF indagar sobre El Encino”, *El Universal*, México, DF, 12 de junio de 2004, México, p. A10.

¹⁷ *loc. cit.*

¹⁸ Ella Grajeda, “El Encino, una larga disputa”, *El Universal*, México, DF, 19 de mayo de 2004, México, p. A11.

¹⁹ *Andrés Manuel López Obrador, loc. cit.*

* Retiro de la inmunidad jurídica, un privilegio que puede ser removido si se solicita por una autoridad judicial, y si dicha solicitud es aprobada por voto mayoritario en la Cámara de Diputados.

cercanos a Carlos Salinas como Manuel Camacho y como Socorro Díaz, la dama que en 1988 entregó la banda presidencial al usurpador [Carlos Salinas]. (...) Adiós a la izquierda electoral.²⁰

El 7 de abril la Cámara de Diputados aprueba el retiro del fuero a López Obrador con 360 votos a favor (del PRI y PAN), 127 en contra (del PRD, Convergencia, PT y algunos del PRI) y dos abstenciones.

Como consecuencia se llevan a cabo manifestaciones en contra del desafuero de Obrador en diversas ciudades alrededor del mundo, tales como Nueva York, España, París y Londres. El respaldo a Obrador no se hace esperar y personajes públicos como Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo*, la escritora Elena Poniatowska y el escritor y periodista Carlos Monsiváis, se pronuncian en contra del desafuero del jefe de Gobierno capitalino. Obrador se declara dispuesto a ir a la cárcel aunque tiene derecho a salir bajo fianza.

El 20 de abril de 2005, el Ministerio Público Federal le impone a Obrador una fianza de 2 mil pesos, misma que fue pagada por Gabriela Cuevas (actual jefa Delegacional de Miguel Hidalgo en el DF) y Jorge Lara, entonces diputados locales del PAN; además, en el pago de la fianza cooperaron Felipe Calderón, Carlos Relista y José Espina. Los diputados nunca notificaron dicha resolución a López Obrador argumentado haber actuado de buena fe y con el fin de que Obrador no “se hiciera la víctima”.²¹

El PRD protestó ante la Asamblea Legislativa del DF argumentando que:

Al pagar la fianza por un delito donde no había un detenido consignado o remitido al MPF, se impedía al acusado ser partícipe y testigo de la consignación del expediente y se le dejaba sin posibilidad de enfrentar personalmente el proceso penal, lo que lo descartaba como aspirante a la presidencia de la República. La fianza fue posteriormente cancelada por el juez que llevaba el caso.²²

²⁰ *Aventuras en Foxilandia, loc. cit.*

* Porfirio Muñoz Ledo funda, junto con Cuauhtémoc Cárdenas, el PRD en 1989 a su salida del PRI y tras el fraude electoral de 1988. En el 2000 abandonó el partido cuando Cárdenas buscó la postulación a la candidatura del PRD a la Presidencia, más tarde buscó la candidatura por otro partido empero sin mucho éxito; al ver perdida su aspiración Muñoz Ledo le da su apoyo al candidato de la Alianza por el Cambio, Vicente Fox.

²¹ Silvia Otero, “Frenan PGR y PAN el arresto de AMLO”, *El Universal*, México, DF, 21 de abril de 2005, México, p. A2.

²² *Andrés Manuel López Obrador, loc. cit.*

A través de una salida con tintes políticos, el capítulo del desafuero concluye el 28 de abril de 2005 con un mensaje del presidente Fox a la nación en el que se compromete a revisar el expediente de consignación del jefe de Gobierno del DF:

Quiero informarles que he decidido aceptar la renuncia que me ha presentado el Procurador General de la República, Rafael Macedo de la Concha. (...) La Procuraduría revisará de manera exhaustiva el expediente de consignación del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, buscando preservar dentro del marco de la ley la mayor armonía política del país.²³

El 4 de mayo la PGR anuncia que, a pesar de tener pruebas en contra de Obrador y considerarlo presunto responsable del delito de desacato a la orden de un juez federal, no ejercerá acción penal en su contra.²⁴

Nunca firmé ningún documento ni ordené que no se respetara la suspensión del amparo otorgado al presunto dueño del predio El Encino. Por el contrario, hay constancias de que todos los servidores públicos responsables del caso cumplieron con su deber.

(...) Un empresario me contó que el 10 de junio del año pasado, en una reunión en casa de Rómulo O'Farril, ese grupo compacto de intereses creados le dijo al ciudadano presidente, palabras más, palabras menos: "Nos has quedado mal. No has podido llevar a cabo las privatizaciones ni la reforma fiscal. Pero eso ya no es lo que nos importa; ahora lo único que te pedimos es que por ningún motivo permitas que ese populista de Andrés Manuel llegue a la Presidencia".²⁵

Dicha reunión se llevó a cabo el 10 de junio de 2004 organizada por el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios y promovida por Claudio X. González, quien forma parte de los consejos de administración de ocho importantes empresas y es presidente de Kimberly Clark de México, además aunque "José Luis Barraza es el presidente nominal del Consejo Coordinar Empresarial, (...) don Claudio es el hombre fuerte de esa organización".²⁶ Un nombre que estará presente a lo largo de toda la campaña electoral.

²³ "Mensaje íntegro de Fox", *El Universal*, México, DF, 28 de abril de 2005, México, p. A15.

²⁴ Silvia Otero, "PGR cierra caso AMLO; recupera el fuero", *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2005, México, p. A8.

²⁵ "Texto íntegro de defensa de AMLO en la Cámara de Diputados", *El Universal*, México, DF, 7 de abril de 2005, México, p. A11.

²⁶ *Los Dueños de la Democracia*, loc. cit.

3.2.2. Escándalos en el PAN

Vamos México es una fundación creada en el año 2001 por la señora Marta Sahagún poco después de que ésta contrajera nupcias con el entonces presidente de México, Vicente Fox. Mediante un concierto del músico británico Elton John, ofrecido en el castillo de Chapultepec, *Vamos México* vio la luz. En un artículo publicado en febrero de 2004 por el diario londinense *Financial Times*, se evidenciaba la falta de transparencia en el manejo de recursos así como los gastos excesivos de la *Fundación Vamos México*.

De acuerdo con el *Financial Times*, Marta Sahagún se muestra a menudo en público distribuyendo donaciones con lo que “parece ansiosa por emular a Eva Perón, cuya popularidad en Argentina provino en parte de su fundación contra la pobreza”:

La fundación se volvió un foco de atención para las críticas tras la publicación en enero de una investigación del *Financial Times*, que la señora Fox trató de reprimir. En respuesta, dijo que el reporte estaba “lleno de mentiras, calumnias y difamaciones” y publicó las declaraciones financieras auditadas para el 2001 y 2002.²⁷

En junio de 2004 se presenta un nuevo escándalo relacionado con la *Fundación Vamos México*. La Lotería Nacional de México había donado 150 mdp a alrededor de veinte fundaciones dirigidas por familiares del presidente Vicente Fox.²⁸

(...) *Transforma México*, un fondo privado, fue creado bajo la administración de Fox para canalizar los fondos de la lotería hacia caridades. Con ello, se evadía la ruta normal para enviar las recaudaciones de la lotería a la tesorería federal, quien se supone las usaría para asistencia pública.

Laura Valdés, directora de la Lotería Nacional, es hermana de Elena Valdés, miembro de la administración de *Vamos México*. Los críticos dicen que *Transforma México* y *Vamos México* han donado a las mismas pequeñas organizaciones benéficas dirigidas por parientes del señor Fox.

En una carta abierta, la señora Fox negó cualquier vínculo con la Lotería Nacional o haber tenido comunicación con su director. Ella dijo: “Niego categóricamente cualquier insinuación o imputación de los senadores del PRI”. También negó que una carta del 2002 de la señora Valdés dirigida a “Mi querida Martita”, obtenida por senadores, mostrara algún vínculo entre su fundación y la

²⁷ Sara Silver, “La fundación de la primera dama de México bajo escrutinio”, *Financial Times*, <http://search.ft.com/ftArticle?queryText=vamos+mexico&y=7&aje=true&x=15&id=040614008419&ct=0>.

²⁸ *Los Dueños de la Democracia*, loc. cit.

Lotería Nacional, y “mucho menos que hubiera cualquier desviación de recursos”.²⁹

Como respuesta, Laura Valdés directora de la Lotería Nacional renunciaría a su cargo, esto “(...) bastó para que el asunto no volviera a ocupar a los medios y la justicia”.³⁰

A comienzos de 2005 la periodista de origen argentino, Olga Wornat, publica el libro *Crónicas malditas*, donde asegura que los hijos de Marta Sahagún, Manuel, Jorge y Fernando Bribiesca, se enriquecieron mediante el tráfico de influencias durante el sexenio de Fox. En la Cámara de Diputados los legisladores crearon una comisión investigadora del posible tráfico de influencias con el que los hijos de Sahagún abrían obtenido contratos de obra pública del gobierno federal.³¹

El 22 de junio de 2005, Manuel Bribiesca, hijo mayor del primer matrimonio de Marta Sahagún, presentó una demanda por daño moral contra la periodista Olga Wornat.³² Más tarde, la comisión investigadora de la Cámara de Diputados descubrió un posible vínculo entre los Bribiesca y el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit). El entonces director del instituto, Víctor Manuel Borrás, negó tal aseveración y afirmó que no existía relación alguna entre los Bribiesca y la empresa Construcciones Prácticas, empresa registrada por la dependencia como oferente de vivienda a los trabajadores derechohabientes y la cual, según un acta constitutiva entregada por Borrás, es propiedad de Miguel Khoury y Jorge Munin.³³

En julio de 2005, un nuevo libro sobre el supuesto tráfico de influencias de los Bribiesca es publicado. Con el título *La familia presidencial. El gobierno del cambio bajo sospecha de corrupción*, Anabel Hernández y Arellí Quintero aseguran que Manuel Bribiesca habría aprovechado su relación para cometer fraudes contra proveedores y

²⁹ Sara Silver, “Auditor investiga a la primera dama de México”, *Financial Times*, <http://search.ft.com/ftArticle?queryText=vamos+mexico&y=7&aje=true&x=15&id=040630008197&ct=0>.

³⁰ *Los Dueños de la Democracia*, loc. cit.

³¹ Ruth Rodríguez, “Se defienden hijos de Marta; ‘estamos aquí’”, *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2005, México, p. A8.

³² “Hijo de Sahagún demanda a Wornat por daño moral”, *El Universal*, México, DF, 23 de junio de 2005, México, p. A9.

³³ Sergio Javier Jiménez, “Infonavit niega contratos con los hijos de Sahagún”, *El Universal*, México, DF, 13 de julio de 2005, México, p. A11.

competidores, y para obtener contratos avalados por el Infonavit para entregar casas por debajo de las especificaciones.³⁴

En octubre de 2005, Martha Lucía Micher (PRD), presidenta de la comisión de la Cámara de Diputados que investiga la legalidad de los contratos entregados a la empresa Construcciones Prácticas, asegura que existe relación de negocios entre Manuel Bribiesca y Miguel Khoury, a través de otra empresa constructora llamada Urbanización Inteligente.³⁵

Tres días después, el empresario Miguel Khoury negó haberse aprovechado de su amistad con Bribiesca para hacer negocios con entidades gubernamentales, aunque aceptó que el hijo de Sahagún sí participa en Urbanización Inteligente. “La información difundida el miércoles por la legisladora perredista ubica a Khoury y Bribiesca en la adquisición de mil 700 casas del IPAB, a un costo de tres mil pesos por vivienda”.³⁶

El 27 de enero de 2006, la Cámara de Diputados concluyó que "Sí hubo tráfico de influencias de los Bribiesca [emperero] (...) no habría denuncias penales".³⁷ El asunto de los Bribiesca permanecerá presente por todo el 2006 al grado que Felipe Calderón, entonces candidato del PAN a la presidencia de la República, se deslindó del caso.

El 9 de febrero de 2006, Vicente Fox llamó “atropello brutal” a la actuación y declaraciones de la comisión legislativa de la Cámara de Diputados que investigaba el presunto tráfico de influencias de los Bribiesca. Según Fox, la dependencia se dedicó sólo a denostar.³⁸ El 13 de febrero de 2006, Fox llama “cuentos chinos” a tales

³⁴ Jorge Zepeda Patterson, “La familia presidencial”, *El Universal*, México, DF, 7 de agosto de 2005, Editoriales, p. 6.

³⁵ Jorge Teherán, “Documentan nexos de hijo de Sahagún con empresa”, *El Universal*, México, DF, 4 de octubre de 2005, México, p. A13.

³⁶ David Aponte, “Yo compre sólo 275 casas del IPAB: Khoury”, *El Universal*, México, DF, 7 de octubre de 2005, México, p. A10.

³⁷ Enrique Méndez, “Sí hubo tráfico de influencias de los Bribiesca: diputados”, *La Jornada*, México, DF, 27 de enero de 2006, Política, p. 3.

³⁸ Blanca Patricia Galindo, “Fox: ‘atropello brutal’ en el caso Bribiesca”, *El Universal*, México, DF, 10 de febrero de 2006, México, p. A10.

acusaciones y afirma que la polémica fue levantada por la oposición con fines electorales.³⁹

El martes 28 de marzo de 2006, un juzgado civil falla en contra de la escritora Olga Wornat encontrándola culpable de haber dañado el honor de Manuel Bribiesca.⁴⁰ La periodista calificó de aberración jurídica la sentencia del juez mientras que Marta Sahagún dijo que ante la calumnia y la difamación “lo mejor es acogerse a las leyes mexicanas”.⁴¹

El 23 de septiembre de 2007, Elías Cárdenas, diputado federal encargado de las pesquisas de la Cámara sobre las actividades de los hermanos Bribiesca, declaró que “Jorge Alberto y Manuel Bribiesca Sahagún se beneficiaron con un monto de 6 mil millones de pesos, derivado de los fraudes detectados en los contratos obtenidos por Oceanografía –de la cual son dueños– con Pemex”.⁴²

3.2.3. Escándalos en el PRI

Elegido por el grupo denominado Unidad Democrática, mejor conocido como Tucom (Todos Unidos Contra Madrazo), Arturo Montiel, entonces gobernador del Estado de México, entra formalmente en la contienda interna del PRI por la candidatura a la presidencia. Aceptando el designio del Tucom, Arturo Montiel se convierte en el principal rival de Roberto Madrazo para las elecciones internas del PRI.

El Tucom, integrado por Tomás Yarrington, Enrique Martínez y Martínez, Enrique Jackson, Manuel Ángel Núñez Soto, Eduardo Bours, Miguel Alemán Velasco y José Natividad González, cuenta con el respaldo de una de las figuras más poderosas de la política del PRI: Elba Esther Gordillo Morales, presidenta del Sindicato Nacional de

³⁹ José Luis Ruiz, “Acusación a los Bribiesca, puros cuentos chinos”, *El Universal*, México, DF, 14 de febrero de 2006, México, A14.

⁴⁰ “Embajada Argentina ofrece ayuda a Wornat”, *El Universal*, México, DF, 30 de marzo de 2006, México, p. A9.

⁴¹ Claudia Bolaños, “Tribunal de Justicia del DF falla a favor del hijo de Marta”, *El Universal*, México, DF, 29 de marzo de 2006, México, p. A10.

⁴² Roberto Garduño, “Acusan a PGR de ocultar querellas contra los Fox y Bribiesca Sahagún”, *La Jornada*, México, DF, 23 de septiembre de 2007, Política, p. 9.

Trabajadores de la Educación (SNTE), cargo que le fue otorgado en 1989 por Carlos Salinas de Gortari.⁴³

Poco tiempo después de que Unidad Democrática formalizara la elección de Montiel el 4 de agosto de 2005, varios asuntos competentes al gobierno del priísta relacionados con corrupción y enriquecimiento ilícito comenzaron a salir a la luz pública. La legalidad del gobierno de Arturo Montiel fue puesta en duda a causa del sueldo que percibía, así como los viajes al extranjero que el gobernante realizaba para promover la entidad:

En cinco años de gobierno, Montiel gastó más de 38 millones de pesos en 67 viajes al extranjero (...) El gobernador Arturo Montiel gana al mes 153 mil 536 pesos netos, pero su salario bruto asciende a 217 mil 172 pesos mensuales, es decir más de lo que gana el presidente Vicente Fox, que percibe en ese mismo período 158 mil 027.⁴⁴

A estas acusaciones le fue añadida la compra irregular de terrenos y depósitos bancarios elevados en efectivo por parte de su esposa Maude Versini y sus hijos Juan Pablo y Arturo, denuncias por las cuales la Procuraduría del Estado de México abrió una averiguación en su contra.⁴⁵ En consecuencia, Arturo Montiel optó por dimitir en la contienda por la candidatura presidencial del PRI, dejándole el camino libre a Madrazo.

La resolución terminó por incomodar al grupo opositor de Roberto Madrazo, siendo Elba Esther Gordillo la mayor de sus rivales. La animadversión existente entre los dos personajes se originó cuando Gordillo, fungiendo como coordinadora del PRI en la Cámara de Diputados, no pudo concretar una negociación que pretendía generalizar el cobro de IVA en alimentos y medicinas debido a la oposición del grupo encabezado por Roberto Madrazo.⁴⁶

El descontento para con la lideresa magisterial por parte de ciertos sectores del PRI, entre ellos los más allegados a la figura de Madrazo, está muy relacionado con los

⁴³ Luis Hernández Navarro, “Nueva Alianza, nuevos problemas”, *La Jornada*, México, DF, 1 de febrero de 2005, Política, p. 14.

⁴⁴ “Arturo Montiel Rojas (perfil)”, *El Universal*, México, DF, 4 de agosto de 2005, México, p. A16.

⁴⁵ Nayeli Cortés, “Madrazo saca a Montiel de Candidaturas al Congreso”, *El Universal*, México, DF, 10 de febrero de 2006, México, p. A11.

⁴⁶ Ciro Pérez Silva, “El 15 de julio Elba Esther Gordillo dejará la Secretaría General del PRI”, *La Jornada*, México, DF, 19 de enero de 2006, Política, p. 8.

acercamientos de Gordillo hacia políticos del PAN, tales como Vicente Fox y Marta Sahagún. El desencanto con Elba Esther alcanza su punto máximo el 28 de enero de 2005 cuando el SNTE funda el Partido Nueva Alianza. Gordillo, en funciones en el PRI, negó haber participado en la creación de dicho partido.⁴⁷

La disputa se acrecentó cuando en 2005 Elba Esther Gordillo no obtuvo el respaldo de Madrazo para relevarlo en la dirigencia nacional del PRI, y la cúpula de este partido eligió a Mariano Palacios Alcocer en su lugar. Como resultado, el 15 de julio de ese año Gordillo anunció su renuncia como secretaria general del PRI, acusando a Madrazo de haberse apoderado del partido. Ese mismo día Roberto Madrazo abandonó la presidencia del tricolor para contender por la candidatura presidencial.⁴⁸

Durante la contienda electoral de 2006 se desató una guerra de declaraciones entre Elba Esther Gordillo y el candidato del PRI a la presidencia, Roberto Madrazo. Este último declaró que Gordillo no estaba en el PRI y que “ojalá (...) encuentre otro partido para ser candidata a la presidencia, para poder debatir con ella”⁴⁹; a lo que Gordillo amenazó con hacer todo lo posible para que Madrazo no fuera presidente.

Tiempo después de su renuncia como secretaria general del PRI, y luego de reconocer haberse reunido con Felipe Calderón, la figura de Elba Esther Gordillo daba la impresión de ser bien recibida en las filas del PAN:

El dirigente Isaac Uribe, también miembro del PAN, dijo que si la lideresa toma una decisión en estos días y opta por ingresar a ese partido será bienvenida pues, asentó, "a quien le dan pan que llore".⁵⁰

Elba Esther Gordillo Morales fue expulsada formalmente de las filas del PRI el 13 de julio del 2006.

⁴⁷ Luis Hernández Navarro, “Nueva Alianza, nuevos problemas”, *loc. cit.*

⁴⁸ Ciro Pérez Silva, “El 15 de julio Elba Esther Gordillo dejará la Secretaría General del PRI”, *loc. cit.*

⁴⁹ “Haré todo lo posible para que Madrazo no sea presidente: Elba Esther”,

<http://www.dossierpolitico.com/vernoticiasanteriores.php?artid=4341&relacion=Precampa%C3%B1asPRI>.

⁵⁰ Oscar Ochoa, “Acelera pugna Gordillo-Madrazo reacomodos en el SNTE”, *El Universal*, México, DF, 19 de noviembre de 2005, México, p. A10.

3.2.4. Elección de consejeros electorales para el periodo 2003-2010

El 31 de octubre de 2003, en medio de una acalorada votación, fueron electos los integrantes del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) para el periodo 2003-2010 gracias a los votos a favor del PAN, PRI y PVEM en la Cámara de Diputados; "(...) un golpe devastador a la endeble democracia mexicana. (...) los diputados del PAN y del PRI imponen su mayoría para entregar el IFE a un grupo de filo-priístas".⁵¹

El economista egresado del Instituto Tecnológico Autónomo de México, Luis Carlos Ugalde Ramírez, fue sugerido por el PRI y contó con el respaldo de 360 legisladores (PRI, PAN, PVEM y Convergencia) para presidir el IFE. "Alejandra Latapí, Virgilio Andrade Martínez, Lourdes López Flores (entre los propuestos por el PRI), Marco Antonio Gómez Alcántara (por el PVEM), Arturo Sánchez Gutiérrez, Teresa González Luna, Andrés Albo y Rodrigo Morales (por el PAN)".⁵²

Los legisladores del PRD y PT, en medio de protestas, sometieron al pleno de la Cámara de Diputados una lista alterna de consejeros electorales, cuatro de los cuales serían reelectos, con el fin de evitar lo que calificaron como "la partidización del próximo IFE y la venganza por las multas de los casos Pemexgate y Amigos de Fox".⁵³

El PRD y el PT se manifestaron en contra de los consejeros debido a la procedencia de éstos, así como sus vínculos con otros actores del ambiente político:

La consejera Alejandra Latapí Renner fue empleada del Consejo Coordinador Empresarial y del propio señor [Claudio X.] González. Otro consejero, Andrés Albo, proviene de Banamex del círculo inmediato de otro empresario prominente: Roberto Hernández y (...) Virgilio Andrade, formó parte del equipo de Carlos Salinas de Gortari en los años 90. (...) El presidente del IFE Luis Carlos Ugalde

⁵¹ *Democracia para imbéciles*, canalseisdejulio.

⁵² Jorge Herrera, "El nuevo IFE, bajo la sombra del PRI y el PAN", *El Universal*, México, DF, 1 de noviembre de 2003, México, p. A8.

⁵³ *loc. cit.*

había tenido nexos con Elba Esther Gordillo y con Felipe Calderón y Rodrigo Morales es amigo íntimo del ex-candidato del PAN.⁵⁴

Luis Carlos Ugalde afirma no tener más compromiso que con la legalidad y se compromete a conducir el IFE con transparencia. Durante su gestión, se suscita un escándalo en el IFE cuando se descubre que en el 2006 los consejeros gastaron 1.5 millones de pesos en viáticos para viajes nacionales e internacionales según datos del IFE.

La consejera Alejandra Latapí gastó casi 300 mil pesos en viáticos, de los cuales 215 mil correspondieron a tres viajes realizados a Madrid, Bruselas y Estrasburgo.

La consejera Lourdes López gastó 250 mil pesos en sus viajes, con la particularidad que ninguno de ellos fue al extranjero. El informe indica que el consejero Arturo Sánchez gastó 221 mil 712 pesos, de los cuales casi 40 por ciento correspondió a un viaje a Varsovia, donde ejerció 83 mil pesos.⁵⁵

3.3. Crónica de las elecciones presidenciales del 2006 *

La elecciones presidencial del 2006 fue una de las contiendas más competidas en toda la historia de nuestro país, en ella se observaron diversas estrategias de campaña y propaganda política. Se manifestaron eventos que, aunque no se relacionaban directamente con las campañas políticas, sí intervinieron en cierto grado en su desarrollo.

A continuación conoceremos en mayor medida los acontecimientos relativos al proceso electoral del 2006 y la manera en que estos fueron llevándose a cabo. Mediante la siguiente crónica se abordarán los principales actos de campaña de los tres candidatos anteriormente citados, los movimientos en el gabinete presidencial y partidos en general, así como la postura del ejecutivo frente a las elecciones y otros factores de incumbencia al clima político.

⁵⁴ *Los Dueños de la Democracia, loc. cit.*

⁵⁵ Alonso Urrutía, “Consejeros electorales gastaron \$1.5 millones en viáticos, en 2006”, *La Jornada*, México, DF, 21 de marzo de 2007, Política, p. 10.

* Este apartado ha sido elaborado con información del diario *El Universal* con el objeto de llevar a cabo el seguimiento de la contienda electoral a través de un medio distinto a los que aquí se analizan. Para mayor información véanse las fuentes de consulta.

3.3.1. Enero

El 2 de enero de 2006 existe disconformidad en la Secretaría de Desarrollo Social por la llegada de Ana Teresa Aranda, al respecto algunos subsecretarios abandonan la dependencia al considerar que el “nivel académico [de Aranda es] de preparatoria abierta”.

El domingo 8 de enero, tanto Patricia Mercado, candidata del Partido Alternativa Social, como Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD, acuden al IFE a solicitar su registro como candidatos. Un día después, Roberto Campa es elegido para representar al Partido Nueva Alianza en la contienda electoral, Campa afirma que Elba Esther Gordillo, la dirigente del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, no figurará en las listas del partido. Tras haber dejado el cargo de directora de la Sedesol, Josefina Vázquez Mota* se integra al equipo de campaña de Felipe Calderón, candidato del PAN. Vázquez Mota asegura que no usará información de programas sociales con fines electorales y entrega formalmente la dependencia a Aranda el 11 de enero.

El 12 de enero, Felipe Calderón pide registro ante el IFE como candidato a la Presidencia de la República por el PAN. Roberto Madrazo hace lo propio el 15 de enero y el 16 afirma que la figura de Benito Juárez es inspiradora para los mexicanos. Tres días más tarde presenta su declaración patrimonial.

Para el 19 de enero las campañas políticas inician formalmente. Las encuestadoras Mitofsky y Covarrubias publican las primeras encuestas de la contienda. López Obrador lleva la delantera con 12 puntos por encima de Calderón y 17 sobre Madrazo. En tanto, Fox promueve pensiones de jubilados.

* Además de fungir como secretaria de Desarrollo Social durante el gobierno de Fox, Vázquez Mota fue coordinadora general de la campaña presidencial de Calderón. En 1999 publicó el libro *Dios mío hazme viuda por favor*. Actualmente se desempeña como secretaria de Educación Pública.

El 20 de enero, Felipe Calderón, recibe rechiflas durante un discurso en el Estado de México. En Ecatepec, Madrazo se ve obligado a recortar su discurso después de que miles de acarreados abandonan la reunión. Al día siguiente, Calderón se deslinda de los hermanos Bribiesca bajo el argumento “mis manos limpias”. En Saltillo, Madrazo acepta que el PRI se vio afectado por los escándalos de Arturo Montiel y Elba Esther Gordillo.

El 22, el PRD elige como candidato al gobierno de Guanajuato a Ricardo García Ocegüera, amigo de Vicente Fox. En la ciudad de México, el PAN elige a Demetrio Sodi, ex perredista, como candidato para contender en las elecciones del DF. En Guadalajara, Calderón asegura que honrará la memoria de Benito Juárez.

El 25 de enero, Roberto Madrazo detiene un acto en Hidalgo ante el abucheo de universitarios. López Obrador, en alusión a Benito Juárez, ofrece crear un gabinete al margen de “amiguismos”, es decir, sin partidismo ni compadrazgo.

3.3.2. Febrero

El primero de febrero, Calderón, durante una visita a una maquiladora, es cuestionado por una costurera quien le pide que se investigue a los Bribiesca. Calderón responde asegurando combatir la corrupción “caiga quien caiga”. En Jalapa, López Obrador denunció a Vázquez Mota por manipular la información sobre infraestructura asistencial del gobierno federal a favor de Calderón. Roberto Madrazo aseguró que no sería relevado; Manuel Bartlett, senador del PRI, respondió diciendo que de no ser sustituido Madrazo conducirá al PRI al hundimiento.

En Mérida, el 5 de febrero, López Obrador sostiene que Fox infla a Calderón “pero éste no levanta ni con la levadura que le ponen a los gansitos”. El tabasqueño advirtió que durante su gobierno se acabarían los privilegios para los grandes consorcios “que no tienen llenadera”. Antes de reunirse con el gobernador Lázaro Cárdenas Batel -a quien no descartó invitar a su gabinete-, Felipe Calderón denunció que muchas campañas michoacanas de carácter local pudieron haber sido financiadas por el narcotráfico.

El 14 de febrero, Madrazo reconoce haber caído 14 puntos en las encuestas sobre preferencias electorales a causa del escándalo relacionado con Montiel, también aprovechó para señalar que el movimiento de Obrador le apuesta al “caos”. El 19 de febrero, el IFE aprueba el acuerdo de neutralidad que prohíbe a ejecutivos federal, estatal y municipales la difusión de obra pública 40 días antes de los comicios.

El 20, Felipe Calderón aseguró que entre los aportantes de su campaña no se encuentran los hermanos Bribiesca. Un día después, el ex jefe del gobierno español, José María Aznar, llega a México para apoyar la candidatura de Calderón. El ex mandatario español señaló que el populismo "es un viejo enemigo de la modernidad, que hoy aparece con nuevos ropajes". Al respecto, la Secretaría de Gobernación advirtió a Aznar sobre observar estrictamente las leyes mientras se encontrara en territorio nacional, en tanto, Aznar ya volaba de regreso a Madrid. El PAN consideró que las declaraciones de Aznar no fueron Intervencionistas. Según Manuel Espino, líder del blanquiazul, sólo se trató de un “gesto de amigo”.

El 23 de febrero, la Secretaría de Gobernación sustituye en spots la frase: “si seguimos por este camino mañana México será mejor que ayer”, por: "Este programa es público. Queda prohibido su uso para fines electorales", a causa de la inconformidad por parte de “algunos sectores políticos”. La Suprema Corte de Justicia de la Nación ordenó suspender la transmisión de los spots aunque la frase haya sido cambiada.

El 27 de febrero, Josefina Vázquez Mota, coordinadora política de la campaña de Felipe Calderón, denunció que Obrador “designó a Martha Pérez Bejarano, secretaria de Desarrollo Social del Distrito Federal” para apoyarlo en su campaña. Ese día, PRI y PRD recriminaron a Luis Carlos Ugalde, titular del IFE, por no haber actuado a tiempo en el asunto de Aznar. Los partidos consideraron que éste violó la constitución al apoyar al candidato del PAN. Un día después, el presidente Vicente Fox criticó a los políticos que buscan sacar provecho de programas a favor de gente de la tercera edad. Obrador reitera su intención de asistir solamente a un debate e invita a los empresarios a no tener miedo al cambio de política económica.

3.3.3. Marzo

El primero de marzo, Roberto Madrazo afirmó que sería el fin para el PRI perder la contienda electoral. Ese día, Felipe Calderón reconoce haber cometido errores durante la campaña y los atribuye a su manera de actuar distinta de cómo realmente es, lo cual lo obliga a adoptar una nueva estrategia política.

El 2 de marzo, López Obrador sugirió que los candidatos del PRI y PAN conformen una alianza para elegir un solo candidato del "PRIAN". Ese día, un joven de camisa roja, quien se negó a identificarse, recriminó a Felipe Calderón durante un acto de campaña en el Estado de México. El panista le respondió que tiene las manos limpias.

El 3 de marzo, en Mexicali, Vicente Fox saludó a una multitud de jóvenes haciendo la "V" de la victoria como acostumbraba durante su campaña en el 2000. Al día siguiente y debido a los resultados obtenidos, Francisco Ortiz, coordinador de imagen y mercadotecnia, sale de la campaña del PAN como reajuste de la misma.

El 5 de marzo, Roberto Madrazo advierte que la elección se definirá en los tribunales debido a que López Obrador impugnará los resultados ante los órganos electorales. El priísta explicó que Obrador acostumbra pelear con movilizaciones los triunfos que no obtuvo. Ese día, Rafael Moreno Valle Rosas, presidente de la Gran Comisión del Congreso local en Puebla, renunció a su cargo y al partido, junto con dos diputados locales, Leticia Jasso Valencia y Hugo Alejo Domínguez, así como uno federal, Guillermo Aréchiga Santamaría, por considerar que el partido está secuestrado por una "camarilla" que violenta sus derechos. Madrazo culpó de este acontecimiento a Vicente Fox y Elba Esther Gordillo.

El 7 de marzo, tras retomar la divulgación hecha por Carmen Aristegui, López Obrador reconoció que no espera que los banqueros votaran por él, argumentando que Banamex ya había aportado financiamiento a la campaña de Calderón mientras que Bancomer estaba por hacerlo. Rafael Moreno Valle Rosas y Guillermo Aréchiga Santamaría, quienes recién habían renunciado al PRI, son nombrados candidatos del PAN al Senado en Puebla.

El 8, Obrador aseguró que no excluirá a banqueros de su gobierno pero no estaría a su servicio. El 9 de marzo, Felipe Calderón se reúne con Robert J. Dotson Castrejón, quien después del 2000 fue requerido por el IFE a causa de su participación en *Amigos de Fox*. El 10 de marzo, Calderón aseguró que la reunión con Castrejón no fue para solicitar dinero para su campaña, si éste desea aportar recursos los recibirá en el marco de la ley. El PAN solicitó al IFE iniciar una investigación sobre el presunto financiamiento de grupos venezolanos a la campaña de Obrador.

En Puebla, el 11 de marzo, Obrador advirtió que su triunfo el 2 de julio sólo representa un peligro para el ex presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari. Dos días después, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aseguró que la calificación de la elección será inobjetable y rotunda, aun cuando la diferencia en el resultado sea mínima. En Sonora, el presidente Fox reiteró que “no se debe cambiar de caballo a mitad del río”. Este día, Madrazo se refirió a López Obrador y su partido como “primo-hermano del PRI”.

El 15 de marzo, López Obrador llama al presidente Fox a callarse: "Le digo al ciudadano presidente que ya deje de estar gritando como chachalaca. (...) Cállese, (...) con todo respeto le digo". A ello, Calderón acusó de autoritario al abanderado del PRD y de satanizar a los inversionistas y empresarios. El 17 de marzo, Fox respondió a Obrador diciendo que el país ha dejado atrás al autoritarismo y "que nadie pretenda callar a uno solo de los mexicanos (...)”.

El 18 de marzo, Felipe Calderón, en compañía de Alejandro Díaz Barroso, líder de la Coparmex en Hidalgo, anuncia su nueva estrategia de campaña, la cual consistirá en decirle a Obrador frases como “Obrador es un peligro para México”. Tres días después y con motivo de la celebración del bicentenario del natalicio de Benito Juárez, Fox dijo que la mejor manera de honrarlo es “dejar a un lado la soberbia, el mesianismo y servir a la patria con humildad”. Ese día, Hugo Chávez, primer mandatario de Venezuela, acusó a “la derecha mexicana” de usar su imagen para impedir el triunfo electoral de López Obrador; este último no hizo ningún comentario. La controversia se originó luego

que el PAN desplegara un spot donde se usaba la imagen de Chávez para compararla con Obrador.

El 27 de marzo, López Obrador justifica la frase “cállate chachalaca” dirigida al presidente Fox en días anteriores, bajo el argumento de que le “ganó el calor”; es decir, “la pasión”. Dos días después, en el aeropuerto de Culiacán, el profesor Ricardo Zataráin Zambrano le gritó a Obrador “Antidemócrata, farsante, mentiroso”, a causa de la postulación del ex priísta y ex líder de la Confederación Nacional Campesina (CNC) sinaloense, Víctor Gandarilla. Más tarde, Obrador fue cuestionado sobre si los ex-priístas se “purifican” al incorporarse a su causa, a lo que el tabasqueño contestó negativamente.

El 31 de marzo, en Argentina el empresario mexicano Carlos Slim lamentó el “populismo y la fatiga social” que reinan en América Latina y aseguró que la política polariza la sociedad. En Aguascalientes, Felipe Calderón consideró que el debate originado por la aprobación de la ley federal de Radio y Televisión es irrelevante para las campañas electorales. En Puebla, López Obrador opinó que la aceptación de la ley de medios se debió a la rentabilidad política con miras al 2 de julio y con el fin de favorecer a los candidatos. Después señaló no conocer al mandatario de Venezuela, Hugo Chávez, y mucho menos recibir dinero del venezolano para financiar su campaña. Fox celebró la admisión de la ley de medios bajo el argumento de que en su gobierno existe absoluta autonomía de los poderes de la unión.

3.3.4. Abril

El primero de abril, López Obrador calificó de vacilada las encuestas en las que Felipe Calderón, aparece en primer lugar de popularidad, según el tabasqueño tales encuestas fueron pagadas por el PAN. En Papantla, el perredista hizo un llamado a priístas y panistas “de abajo” para que se sumen a su campaña, a lo que una mujer gritó: “Ya están adentro”.

En Guanajuato, Óscar Garza Romo, representante del Consejo Coordinador Empresarial de la ciudad, le reclamó a Felipe Calderón la política aplicada por la

administración panista federal y local. Madrazo criticó el repunte de Calderón atribuyéndolo a “polvos mágicos”, adicionalmente acusó al PRD de montar una estrategia para golpear al IFE y llevar la elección a un conflicto electoral.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) propone ratificar la orden que consiste en suspender los anuncios en los que Fox difundía sus logros. Tras la desbandada en el PRI, Roberto Madrazo se limitó a responsabilizar a la dirigencia nacional de tal deserción.

El 2 de abril, López Obrador arremetió contra la banca y le cerró la puerta a un encuentro con sus representantes. Este mismo día se da a conocer que Roberto Madrazo es el aspirante que más recursos ha destinado para promover su imagen en televisión abierta. Los cinco candidatos a la presidencia coincidieron en que debe evitarse la participación de cualquier extranjero en el proceso electoral.

El 3 de abril la Suprema Corte ratificó la suspensión de spots en los que Fox difunde sus obras de gobierno. Fox solicitó revocar dicha decisión con el fin de proseguir con la difusión de sus anuncios. Madrazo respaldó la decisión de la Suprema Corte y aprovechó para afirmar que los inversionistas ven como un peligro el proyecto económico de López Obrador.

El 4 de abril, Felipe Calderón visita la Universidad Iberoamericana y es recibido por estudiantes que protestan en contra de la probación de la Ley de Radio y Televisión. Tras reconocer que la frase “cállate chachalaca”, dedicada al presidente Fox, le resultó adverso en las encuestas, López Obrador ofreció una tregua de declaraciones con Fox. En Veracruz, Fox respondió arremetiendo contra el perredista diciendo que “En este país desde el 2 de julio de 2000 nadie calla a nadie”. En Coahuila, Roberto Madrazo acepta haberse reunido en varias ocasiones con Cuauhtémoc Cárdenas, líder moral del PRD.

El 5 de abril, Fox afirma no intervenir en el proceso electoral por lo que la tregua con Obrador está dada, además aseguró que sus mensajes no van dirigidos al perredista. Ese día, Cárdenas justifica su reunión con Madrazo tildándola de una muestra del

avance democrático del país, hasta ese momento Cárdenas no se había reunido con Obrador.

El 6 de abril, Leonel Cota Montaña, dirigente nacional del PRD, señaló que el descenso de López Obrador en las encuestas no se debió a la integración de ex priístas y ex panistas a la campaña del tabasqueño sino a la “guerra sucia” de sus adversarios.

Para el 7, Obrador lanza un spot donde aparece la escritora Elena Poniatowska, quien llama a los candidatos a no calumniar. Este día, Luis Carlos Ugalde, titular del IFE, dijo que en el supuesto caso de que la diferencia entre el primer y segundo lugar sea del 1% el resultado de la elección será dado hasta el próximo miércoles.

El 8 de abril, en Michoacán, Obrador acusó a Banamex y al banquero Roberto Hernández de financiar la campaña del PAN; además, aseguró que en su encuesta se encuentra por encima de Calderón por más de diez puntos. Felipe Calderón respondió diciendo que el financiamiento de su campaña es lícito y que la gente ya está hasta el *gorro* de perredistas.

El 9 de abril, se da a conocer que Felipe Calderón es hasta ese momento el candidato que más recursos ha destinado para anuncios en radio y televisión. Tras un discurso de Obrador en Michoacán, un grupo de mujeres le despliega una manta con la leyenda: "AMLO estamos contigo pero recuerda, quien traiciona una vez traiciona siempre: Camacho, Ebrard, Díaz, Núñez, Guadarrama, etcétera. No críes cuervos que te sacarán los ojos. Por el poder el pueblo y para el pueblo de México ni un voto a diputados y senadores corruptos".

El 10 de abril, López Obrador acusa a Televisa de desprestigiarlo al crearle una imagen de autoritario. En una entrevista, Fox llamó a los mexicanos a cerrar filas una vez que se sepa el ganador de la contienda electoral el 2 de julio. Este día, Calderón acusó de cobarde a López Obrador por esconderse “tras las faldas” de Elena Poniatowska. Madrazo rechazó la crítica del PAN contra Poniatowska y exhortó a Calderón y Obrador a dejar atrás la confrontación.

El 16 de abril se da a conocer que López Obrador se coloca como el candidato con mayor presencia en la radio y televisión, de acuerdo con el IFE. Al día siguiente, Fox dijo “mi gobierno vomita la demagogia, el populismo, el engaño y la mentira”, esto tras 51 giras realizadas por el mandatario hasta abril de 2006 y a menos de 80 días de las elecciones. Poco después, el mandatario dijo que nadie, “absolutamente nadie”, debe poner en duda el trabajo y la credibilidad del IFE.

En Sedesol, Ana Teresa Aranda, titular de la dependencia, aceptó que alrededor de 4.5 millones de beneficiarios de los diversos programas sociales podrían ser objeto de manipulación política durante el proceso electoral. En Aguascalientes, Vicente Fox defendió el modelo económico aplicado durante su gobierno y dijo que “sólo hay que cambiar de jinete y no de caballo”.

El 20 de abril el IFE obliga al PAN a retirar el spot en contra de López Obrador a causa de una frase relacionada con René Bejarano, que podría ser considerada como calumnia. Un día después, Calderón opinó que era su derecho hablar sobre el endeudamiento del DF durante la administración de Obrador.

El 22 de abril, dos nuevos spots en contra de Obrador que critican su negativa de no asistir al debate son lanzados por el PAN, a pesar del retiro de cuatro anuncios en contra del perredista por disposición del IFE apenas dos días antes. Al día siguiente, un grupo de estudiantes pertenecientes al grupo La Rouche protesta en contra de Calderón durante uno de sus eventos de campaña y son retirados del lugar por personal del candidato.

El 24 de abril, académicos y ONG denuncian que la Sedesol retrasó, en beneficio del PAN, un estudio que revela la manipulación electoral de los programas sociales, tales como Liconsa y Oportunidades. Ese día López Obrador justificó su inasistencia al debate como parte de su estrategia de campaña y con el fin de evitar ataques provenientes de sus adversarios. El primer debate electoral se lleva a cabo el 25 de abril sin la presencia de Obrador.

El debate duró dos horas, durante las cuales los candidatos le dedicaron mayor atención a las descalificaciones, con excepción de Patricia Mercado, quien se enfocó a hablar de sus propuestas. Roberto Campa de Nueva Alianza lanzó ataques contra Madrazo, a los que éste respondió llamándolo “títere” de Elba Esther Gordillo. Calderón, quien hasta entonces sólo había hablado de sus propuestas, mostró una foto del edificio en Miami donde el priísta tiene un departamento. Madrazo contestó enseñando una hoja en blanco y asegurando que esos eran los logros de Calderón. Más tarde, Campa mostró documentos en los que se revelaba la supuesta evasión de impuestos por parte de Roberto Madrazo.

Un día después, Jesús Ortega, coordinador general de la campaña de López Obrador, tildó de “debatito” al encuentro celebrado la noche anterior. Manuel Camacho Solís*, coordinador de las Redes Ciudadanas de la campaña de Obrador, opinó que fue preferible que su candidato perdiera uno o dos puntos en las encuestas a asistir a “una carnicería” por parte del PRI y el PAN. Ese día Roberto Madrazo presentó una denuncia penal en la PGR contra Roberto Campa por acusarlo de no pagar impuestos. Madrazo reconoció que los documentos presentados por Campa son auténticos pero fueron manipulados.

El 27 de abril, Calderón lanza tres nuevos spots en los que se resalta la ausencia de López Obrador al debate. Al día siguiente, un joven de nombre Alfredo Soto le recriminó a Obrador la inclusión de ex priístas a su equipo de campaña, “podemos ganar sin ex-priístas”. Madrazo denunció que Fox se prepara para una elección de Estado debido, según el priísta, a que la “marea roja” se acerca a Los Pinos. El 30 de abril, se da a conocer que Felipe Calderón duplicó la cantidad de spots emitidos en los medios, seguido por López Obrador.

* Camacho Solís estudió en la UNAM donde conoció a Carlos Salinas de Gortari. Cuando éste fue designado secretario de Programación y Presupuesto en 1982, Solís ocupó la Subsecretaría. En 1988 ejerció la Coordinación General de la campaña de Salinas; más tarde, tras la “caída del sistema”, Camacho Solís fue el encargado de negociar con Cuauhtémoc Cárdenas, sin conseguir ningún acuerdo. Durante la administración salinista, Camacho fue designado jefe del Departamento del DF. Finalmente, renunció al PRI el 13 de octubre de 1995.

3.3.5. Mayo

El 2 de mayo, en compañía de los empresarios Marcos Martínez Gavica, de la Asociación de Banqueros de México; Alberto Núñez Esteva, presidente de Coparmex; Héctor Rangel Domene, del Consejo Coordinador Empresarial; Lorenzo Servitje, dueño de Bimbo; y Claudio X. González, Felipe Calderón se comprometió a crear un millón de empleos al año.

El 3 de mayo, Ana Teresa Aranda, titular de la Sedesol, visita la casa de Felipe Calderón, éste aclara un día después que el motivo de la visita de Aranda fue para reunirse con Margarita Zavala, esposa de Calderón. Este día, López Obrador lanza un contraataque con spots donde se denuncian los casos de corrupción relativos a los Bribiesca, los *Amigos de Fox* y Diego Fernández de Cevallos. Tras la petición de los dirigentes de los partidos sobre que Fox evite opinar respecto al proceso electoral, el Ejecutivo insistió en que en el país “nadie debe callar a nadie”.

El 8 de mayo, López Obrador es abucheado en el Auditorio Nacional debido a la presencia de Roberto Vega Galina en su campaña. A pesar del llamado del IFE a los gobernantes a guardar neutralidad, Vicente Fox advierte que seguirá inaugurando obras bajo su discurso sobre la continuidad.

El 12 de mayo, el equipo de López Obrador denuncia que Felipe Calderón estaba utilizando ilegalmente el padrón electoral en la página www.felipe.org.mx, con el fin de crear una red de simpatizantes. Al siguiente día, Obrador advierte que Elba Esther Gordillo está presionando al gremio magisterial para que vote por Felipe Calderón. Este último niega haberse reunido con Gordillo desde hace meses.

El 14 de mayo, por primera vez López Obrador es superado por Felipe Calderón en las encuestas sobre preferencia electoral. Madrazo pierde cuatro puntos. Dos días después, Carlos Abascal, secretario de Gobernación, aseguró que no se estaba preparando una elección de Estado, ni tampoco se intentaba inducir el “voto del miedo”.

El 17, Jorge Emilio González, presidente del PVEM, denunció que se reunió tres veces con Vicente Fox en las que éste trató de disuadirlo para apoyar al candidato del PAN a la presidencia. Bajo el argumento de tratar el tema de la “elección de Estado”, Obrador pide audiencia con Vicente Fox, misma que le es negada por el gobierno de la República. Calderón tachó de hipócrita y agresivo a Obrador por dicha solicitud, y pidió que el perredista se disculpe con el Ejecutivo antes de pedir diálogo con él.

El 19 de mayo, Roberto Madrazo se pronunció a favor de formar una alianza con López Obrador con tal de impedir la “elección de Estado” orquestada, dijo, por Vicente Fox. Obrador no descartó tal posibilidad y aseveró que eso lo deberían ver los partidos. “¡De uno por uno o en bolita... ¡Ni juntos nos van a ganar!”, respondió Felipe Calderón a sus adversarios tras asegurar que no le extrañaría dicha alianza, “son primos hermanos”; consideró que el único foco rojo existente es que el “derrotado” no acepte los resultados y mantenga el cuento de la elección de Estado. El 22 de mayo, Guadalupe Acosta Naranjo, secretario general del PRD, descartó cualquier alianza con el PRI, luego de que se dieran acercamientos entre PRI y PRD, mediante David PENCHYNA y Camacho Solís, respectivamente.

El 23 de mayo, el Tribunal Electoral ordenó al PAN retirar tres spots donde se denigra la imagen de López Obrador. Un día antes, el PRD entregó a la Secretaría de Gobernación un documento en el que consideran la posibilidad de un fraude electoral debido a la “atmósfera” del proceso y la intervención de Vicente Fox.

Para el 27 de mayo, el PRI anuncia la expulsión del senador Manuel Bartlett* y Elba Esther Gordillo, el primero por promover el “voto útil” a favor de Obrador y la segunda por su apoyo a la campaña del PAN. Dos días más tarde, Camacho Solís declaró que Bartlett no tiene cabida en la campaña de López Obrador. Poco después el mismo Obrador aseguró que no juzgaría a Bartlett por su papel durante el presunto fraude de

* Durante la elección de 1988, en la que Carlos Salinas resultó presidente, Manuel Bartlett se desempeñaba como secretario de Gobernación y tenía a su cargo la Comisión Federal Electoral, misma que reportó la “caída del sistema” durante los comicios de dicho año.

1988 que habría arrebatado el triunfo a Cuauhtémoc Cárdenas. El 31 de marzo, en San Juan Tlacotenco, Morelos, Fox dijo involuntariamente que el “tabasquismo” afecta, lo cual generó la risa de los asistentes.

3.3.6. Junio

El primero de junio, el IFE decidió dejar de transmitir los spots del PRD que denigran y calumnian a Felipe Calderón relacionándolo con la firma del Fobaproa. Al día siguiente, Calderón consideró absurdo que el IFE obligara al PAN a sacar del aire los spots donde se acusa a Obrador de ser un peligro para el país. El 5 de junio, los tres candidatos aumentaron la cantidad de sus spots en medios electrónicos.

El 6 de junio, Roberto Campa (Panal), Roberto Madrazo (PRI), y Felipe Calderón (PAN), se comprometieron a respetar los resultados de la elección, ni López Obrador (PRD), ni Patricia Mercado (Alternativa), hicieron comentarios al respecto. Por la noche, todos los candidatos se reunieron para debatir.

El segundo debate se distinguió por el intercambio de ataques entre candidatos. Madrazo criticó el gobierno de Fox por descalificar el pasado, mientras Felipe Calderón exigió a Obrador explicar los ingresos de su chofer Nicolás Mollinedo. Cerca del fin del debate, López Obrador dijo tener en su poder un expediente donde se muestra que el cuñado de Calderón, Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo, tuvo ingresos no declarados a Hacienda por 2 mil 500 millones de pesos, debidos al otorgamiento de contratos de orden federal a Zavala cuando Calderón fungió como secretario de Energía.

El 7 de junio, Calderón calificó la acusación de Obrador como "una puñalada trapeera", mentiras que según el panista le costarían carísimas en términos legales. Diego Zavala negó haber recibido contratos millonarios y ser evasor fiscal. La empresa Hildebrando, de la cual Zavala es accionista, recibió contratos por 165 mil pesos de Luz y Fuerza del Centro, por 5 millones de Pemex Exploración y Producción y 60 millones también de Pemex.

El 8 de junio, el PRD lanza un spot acerca del supuesto tráfico de influencias de Felipe Calderón para con su cuñado. Minutos antes de que dicho spot apareciera al aire, el candidato panista apareció en un mensaje para decir que no tenía nada que ocultar. Al día siguiente, el IFE niega tener contratos con la empresa Hildebrando en la aplicación y operación del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP). Ese día, Madrazo negó haber quedado fuera de la contienda. Cuauhtémoc Cárdenas aceptó haberse reunido con Obrador aunque no especificó el motivo de tal encuentro.

El 10 de junio, se revela que la empresa Hildebrando tuvo acceso en 2004 al padrón de beneficiarios de programas sociales de Sedesol cuando Josefina Vázquez Mota era titular de la dependencia. Ese día, Hacienda reconoció que los documentos presentados por el PRD respecto al caso de Diego Zavala son verdaderos. Calderón responde que el asunto de su cuñado ha quedado aclarado y que su papel no es el de defenderlo o condenarlo.

El 12 de junio, el IFE acepta realizar una auditoría administrativa y contable al padrón, programa de resultados preliminares y conteo rápido, esto debido a la supuesta relación de Diego Zavala con el IFE en esas áreas. Un día después, durante un evento en la Delegación Benito Juárez, Calderón fue acompañado por Roberto Gómez Bolaños *Chespirito*, y su esposa Florinda Meza. Esta última pidió apoyar al panista argumentado: "¿Quieren que todo el país se convierta en un tianguis? ¿Qué se vuelva a la corrupción?".

El 14 de junio, el PAN presenta supuestas pruebas de peculado y desvío de recursos hacia la campaña presidencial de López Obrador ante la Fepade. Dichas pruebas están constituidas por notas de un diario nacional y hojas sin membrete ni sellos oficiales, que aseguran son del gobierno del DF.

El 21 de junio, López Obrador llama a los empresarios a no temer a su gobierno argumentando que les iría mejor. En las encuestas del día siguiente existe un empate entre Felipe Calderón y López Obrador mientras que Madrazo, a pesar de haber subido 4%, continúa en tercer lugar. Un día más tarde, el IFE envía un comunicado al Consejo Coordinador Empresarial (CCE) a causa de la difusión de dos promocionales en los que

se plantea la necesidad de que se mantengan políticas que se han ejercido a lo largo de diez años, "porque apostarle a algo distinto en el proceso electoral implicaría retroceso", argumento que, de acuerdo al IFE, favorecería al candidato del PAN, además de que viola el artículo 48 del código electoral federal que dice: "es derecho exclusivo de los partidos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales". Como respuesta, José Luis Barraza, a nombre de la CCE, aseveró que no quitarían dichos anuncios.

El 23 de junio, el PAN acepta no contar con pruebas contundentes sobre el presunto peculado y desvío de recursos hacia la campaña presidencial de López Obrador. Calderón solicitó que Gustavo Ponce, ex secretario de Finanzas de Obrador, sea interrogado por la Procuraduría General de la Justicia, al ser considerado clave para sustentar su denuncia. El 24, Obrador dijo saber quiénes son los que promueven desde la iniciativa privada la campaña en su contra, "no son empresarios en estricto sentido, son traficantes de influencias". El 26, Obrador arremetió contra los líderes del CCE a quienes definió como "delincuentes de cuello blanco".

El 27 de junio, durante un evento en Tlaxcala, Calderón dijo: "Yo no voy a ahuyentar la inversión y las empresas de México como el candidato del PRD, haré que venga la inversión para que haya empleo bien pagado para todos". El presidente del CCE, José Luis Barraza, tachó de infundadas e irresponsables las declaraciones de López Obrador y dijo que el perredista: "genera serias inquietudes en el sector productivo sobre su real percepción con respecto a la importancia de este sector para el país".

El 28 de junio, Felipe Calderón cerró su campaña en Jalisco convocando a respetar los resultados y diciendo que sería presidente "péjele a quien le peje". López Obrador criticó, sin dar nombres, a los que promueven seguir por el "mismo camino", y aseguró: "No vamos a provocar ninguna crisis".

3.4. Fin de la contienda electoral

La noche del 2 de julio, Luis Carlos Ugalde notificó a la población que en ese momento no podía definirse a un ganador. El 6 de julio, tras el conteo de la totalidad de las actas seccionales en cada distrito electoral, el IFE declaró vencedor a Felipe Calderón Hinojosa con 15 millones 284 votos, es decir, 35.89% de la votación, 250 mil votos más que su más cercano competidor, López Obrador, quien obtuvo 14 millones 756 mil 350 de los sufragios, 35.31% de la votación. Felipe Calderón y su equipo de campaña celebraron su triunfo en el Auditorio Nacional, donde fueron acompañados por Carlos Slim, Lorenzo Servitje y Claudio X. González.

Ante este resultado, López Obrador y sus seguidores manifestaron su inconformidad bajo el argumento de un fraude electoral, así como su deseo de un recuento total a causa de irregularidades encontradas durante la votación. El resultado fue turnado al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), quien decidió abrir el 9% del total de paquetes electorales. Tras la anulación de algunas casillas impugnadas por la Coalición por el Bien de Todos, la ventaja de Calderón se redujo de 250 mil votos a 230 mil. El tribunal declaró válida la elección, aunque reconoció que las declaraciones del presidente Vicente Fox pusieron en riesgo dicha validez.

El 5 de septiembre de 2006, el tribunal emitió un fallo inapelable a favor de Felipe Calderón, quien se convirtió así en presidente electo de México. López Obrador llamó a sus seguidores a desconocer la resolución del tribunal con lo que grupos de manifestantes, que buscaban el recuento total de votos, se instalaron en la Avenida Reforma impidiendo el paso vehicular con el fin de presionar al gobierno para que éste accediera al recuento de los sufragios. La protesta se prolongaría durante varias semanas.

CAPÍTULO 4: Elementos teóricos para el análisis del cartón político

La caricatura política, como cualquier otro género de opinión en periodismo, es en sí comunicación. De acuerdo con el proceso de la comunicación, el emisor, representado por el caricaturista, está encargado de emitir los mensajes gráficos o, en este caso caricaturas, a través de una serie de signos obtenidos tanto de la realidad como de la imaginación; signos que serán decodificados e interpretados por el receptor para completar el proceso con el intercambio de roles, es decir, la retroalimentación o *feedback*.

El proceso comunicativo se inicia cuando el caricaturista tiene la necesidad de expresarse respecto a un tema. Para manifestar su opinión elabora una caricatura política, la cual representa el mensaje. Con ello el cartonista adquiere el rol de emisor. Para que el contenido de su cartón llegue a un sector amplio de lectores –léase receptores-, el humorista gráfico requiere de un canal de la comunicación. En este caso, dicho canal está representado por los diarios, revistas, gacetas y demás medios informativos. Una vez que el destinatario ha recibido y decodificado el mensaje, toca su turno de convertirse en emisor, desarrollar sus propios contenidos y transmitirlos. Entonces se ha dado una comunicación exitosa.

Esto no siempre sucede en la práctica. De acuerdo con la investigadora Georgina Guerra, autora del libro *El comic o la historieta en la enseñanza*, comúnmente en los medios de comunicación se confunde el *proceso comunicativo* con el *acto comunicativo*, acto meramente unidireccional en el cual al receptor le es imposible dar su respuesta, limitándose únicamente al consumo de información.¹ Tales deficiencias en el proceso de la comunicación se derivan de varios factores, uno de ellos es la falta de educación para interpretar el lenguaje visual.

¹ Georgina Guerra, *El comic o la historieta en la enseñanza*, p. 19.

Cada forma expresiva de la comunicación tiene un objetivo, ya sea que éste se halle latente o manifiesto dentro de su contenido. Un individuo incapacitado para denotar y connotar los mensajes en los que se ve inmerso se encuentra indefenso y es manipulable con facilidad. Tal es la preocupación de un gran número de estudiosos por educar a la sociedad para que ésta sea capaz de reflexionar y criticar los mensajes visuales en una civilización que cada vez rinde un mayor culto a la imagen.

Hablar de análisis del cartón político nos remite irremediabilmente a abordar el tema de los análisis de contenido y semiótico. En el presente capítulo se pretenden establecer los conceptos, categorías y unidades necesarias para el análisis de la imagen, con el fin de aplicarlas posteriormente a la caricatura política y conocer el contenido expresado dentro de su discurso.

4.1. Descripción del canal de la comunicación

Para completar exitosamente el proceso comunicativo todo mensaje debe ser transmitido mediante un canal con el fin de llegar hasta su destinatario: el receptor. La elección del tal elemento es determinante para el caricaturista, de ésta depende que su caricatura sea leída por más personas o un grupo específico de ellas. Para el desarrollo de esta investigación fue necesario describir las características propias del canal de la comunicación a analizar, es decir, los diarios.

En este caso hemos seleccionado a los diarios *Reforma* y *La Jornada* como canales ideales debido a características tales como tiraje, representatividad y postura ideológica (ampliaremos este tema en el capítulo 5 cuando hablemos sobre la especificación de la muestra). En seguida se brinda datos sobre ambas publicaciones tales como fundador, breve reseña histórica, tiraje, colaboradores y director actual.

4.1.1. Diario *La Jornada*

El diario *La Jornada* fue fundado el 19 de septiembre de 1984, en medio de fuertes condiciones de censura informativa en el país. “No había por entonces en el país –salvo las excepciones de *Proceso*, el *Unomásuno* y algunas publicaciones marginales– medios realmente independientes del poder. Una red de complicidades, sumisiones y conveniencias, hacía la prensa una parte orgánica del régimen”.²

Los primeros integrantes del diario *La Jornada* provienen de las filas del diario *Unomásuno*, quienes deciden abandonar dicha publicación a causa de las diferencias suscitadas con la dirección del diario. Tales periodistas habían dejado anteriormente el periódico *Excélsior* tras presentarse fuertes presiones por parte del gobierno de Luis Echeverría Álvarez.³

La Jornada vio la luz en la imprenta de Alberto Bitar gracias a las aportaciones iniciales de artistas plásticos como Rufino Tamayo y Francisco Toledo. Su fundador y primer director fue el ex senador por el PRD Carlos Payán. Por entre las páginas de *La Jornada* han pasado periodistas y escritores como Gabriel García Márquez, Octavio Paz, Carlos Fuentes, Carlos Monsiváis, Umberto Eco, Gunter Grass, entre otros.⁴

En nuestros días *La Jornada* cuenta con un tiraje de 107 mil ejemplares diarios, entre algunos de sus colaboradores más destacados se cuentan Elena Gallegos, David Brooks, Alma E. Muñoz, Laura Poy Solano, Gloria Muñoz Rivera, Hermann Bellinghausen, Blanche Petrich, Elena Poniatowska, Robert Fisk, Julio Hernández López, Pablo González Casanova, Noam Chomsky, Subcomandante Marcos, José Saramago, Julio Boltvinik, Adolfo Gilly, Luis Hernández Navarro, Octavio Rodríguez Araujo, Margo Glantz, Carlos Montemayor, José Emilio Pacheco, José María Pérez

² Carmen Lira Saade, *La sociedad en el espejo de las princesas*, <http://www.jornada.unam.mx/info/>.

³ *La Jornada*, http://es.wikipedia.org/wiki/La_Jornada.

⁴ Carmen Lira Saade, *loc. cit.*

Gay, Mario Benedetti, Carlos Monsiváis, Luis Javier Garrido, Rolando Cordera Campos y René Drucker Colín.⁵

La actual directora de *La Jornada*, Carmen Lira Saade, estudió periodismo en la UNAM y fungió como subdirectora del diario hasta ser electa directora formal de *La Jornada* tras el retiro de Carlos Payán.⁶

Debido a las características en torno a su origen, así como a los contenidos vertidos en sus páginas, a menudo *La Jornada* ha sido tildada como un periódico de izquierda:

Durante muchos años, se ha caracterizado por sus caricaturistas, sus críticas hacia el gobierno federal, el apoyo a las llamadas "causas populares" y la homogeneidad de su línea editorial de izquierda, (...) existen conexiones políticas en el origen de la publicidad del diario: semanalmente se publican suplementos publicitarios de varias páginas contratados por el gobierno de Cuba sobre el turismo a la isla, y es el principal medio escrito beneficiado por la publicidad institucional o política del gobierno del Distrito Federal, perteneciente al PRD.⁷

Cabe señalar que *La Jornada* fue puesta en línea en el año de 1995, mediante un contrato comercial en el que su *website* se aloja en la Universidad Nacional Autónoma de México. Desde entonces, el contenido de *La Jornada* en Internet (www.jornada.unam.mx) ha sido de acceso gratuito a todos sus archivos.

4.1.2. Diario *Reforma*

El diario *Reforma* fue fundado por el empresario regiomontano Alejandro Junco de la Vega, el 20 de noviembre de 1993, año en el que también se forma Grupo Reforma, empresa a la cual pertenece dicha publicación junto con otros medios impresos.⁸

Grupo Reforma tuvo sus inicios en la ciudad de Monterrey, Nuevo León en 1938, entonces conocida como Editora Sol, una pequeña compañía creada por Rodolfo Junco

⁵ *La Jornada*, loc. cit.

⁶ *Carmen Lira Saade*, http://es.wikipedia.org/wiki/Carmen_Lira_Saade.

⁷ *La Jornada*, loc. cit.

⁸ *Reforma*, <http://www.reforma.com/>.

de la Vega y cuyo primer diario fue *El Sol*, mismo que se publica actualmente como tabloide en Monterrey.⁹

El segundo periódico publicado por Grupo Reforma fue *El Norte*, el cual comenzó a editarse en la Ciudad de México en 1993 cambiando su nombre a *Reforma*, mote tomado de la conocida avenida del Distrito Federal, Paseo de la Reforma, y cuyo fin era el de conseguir una mayor integración y popularidad entre los capitalinos.¹⁰

En 1994, el diario *Reforma* fue boicoteado por la Unión de Voceadores del DF, quienes se oponían a la venta de este diario en los puestos de periódicos de la capital mexicana. Como respuesta, “muchos editorialistas y personalidades del medio político y artístico, literalmente salieron a las calles de la Ciudad de México a vender copias del *Reforma* en protesta por la medida tomada por el sindicato”.¹¹ Desde entonces se conformó una red de empresas pequeñas, algunas de ellas independientes, que distribuyen el diario hasta nuestros días.

Actualmente, el diario *Reforma* es dirigido por Alejandro Junco de la Vega y Rodolfo Junco de la Vega, hijos de don Rodolfo Junco de la Vega; tiene un tiraje de 155 mil ejemplares diarios y cuenta con la participación de Jorge Castañeda, Miguel Ángel Granados Chapa, Enrique Krauze, Sergio Aguayo Quezada, Carmen Aristegui, Germán Dehesa, Armando Fuentes Aguirre, Federico Reyes Heróles, Jonathan Heath, Everardo Elizondo, Lorenzo Meyer, Denise Dresser, José Woldenberg, Sergio Sarmiento y María Amparo Casar, entre otros.¹²

Debido a las posiciones de varios de sus colaboradores, así como a los contenidos de sus páginas, el diario *Reforma* es considerado un diario de derecha: “una de sus

⁹ *Diario Reforma*, http://es.wikipedia.org/wiki/Diario_Reforma.

¹⁰ *Grupo Reforma*, http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_Reforma.

¹¹ *loc. cit.*

¹² *Diario Reforma*, *loc. cit.*

características es la clara identificación política e ideológica de sus editorialistas con la derecha”.¹³

El *Reforma* cuenta con una página de Internet de paga (www.reforma.com), en la que pueden ser vistos los contenidos de ésta y otras publicaciones pertenecientes a Grupo Reforma.

4.2. Análisis de contenido

En la actualidad nos vemos bombardeados con regularidad por una serie de estímulos externos propios de lenguajes visuales y sonoros, producto de expresiones que entendemos de manera intuitiva y cuyo contenido pocas veces reflexionamos. De acuerdo con Bernard Berelson, investigador de la comunicación considerado como el creador del análisis de contenido, en la frase clásica que define el proceso de la comunicación:

“quién dice qué a quién, cómo y con qué efecto”, el “qué” estaría representado por el contenido de la comunicación, es decir, llamamos contenido de la comunicación al conjunto de significados expresados a través de los símbolos (verbales, musicales, pictóricos, plásticos, gesticulares, que constituyen la comunicación misma.¹⁴

El emisor del contenido representa el “quién”, el “qué” es el mensaje, la frase “a quién” se refiere al receptor, el “cómo” está representado por el canal y “con qué efecto” alude a las consecuencias que este proceso provoca en el destinatario. Para nuestro objeto de estudio, el elemento “quién” es el propio caricaturista político, el “qué” su caricatura, “a quién” se conforma por los lectores, “cómo” es el medio por el cual se transmite el cartón, en este caso los medios impresos, y “con qué efecto” son aquellas reacciones que se producen en las personas que leyeron la caricatura.

¹³ *loc. cit.*

¹⁴ Bernard Berelson, *Análisis de contenido*, p. 34.

4.2.1. Definición

En cualquier proceso comunicativo el contenido ocupa el lugar central de nuestra atención, por ello Berelson brinda la siguiente definición de análisis de contenido:

“El análisis de contenido es una técnica de investigación que sirve para describir objetiva, sistemática, y cuantitativamente el contenido (manifiesto) de la comunicación”.¹⁵

Se dice que el análisis de contenido es una técnica objetiva porque establece que las categorías del análisis deben ser definidas con rigurosidad, de tal suerte que puedan ser aplicadas por otros analistas en futuros análisis. Es sistemático porque sostiene que todo contenido deberá ser analizado de acuerdo al total de categorías adecuadas para el problema, evitando así análisis parciales y prejuiciados. Es cuantitativo puesto que se realiza un conteo de los énfasis y omisiones apreciables en el contenido.¹⁶

El análisis de contenido me sirvió como punto de partida para poder conocer las omisiones constantes y los énfasis excesivos que los cartonistas de *La Jornada* y *Reforma* realizaron en sus caricaturas respecto a ciertos temas de las campañas electorales, sus objetivos y directrices.

Este tipo de análisis de tendencia son justificables para la comunicación, en la medida en que fungen como puntos de comparación desde una perspectiva histórica, mediante la cual se entienden de mejor manera los procesos comunicativos de un determinado período histórico. En este caso particular, el análisis de la caricatura política mexicana con relación al proceso electoral del año 2006 se antoja por demás interesante para el investigador de la comunicación.

¹⁵ Berelson, p. 37.

¹⁶ *loc. cit.*

No resulta extraño que los especialistas en análisis de contenido otorguen una gran importancia a los estudios de tendencia. En sus inicios el análisis de contenido fue utilizado para estudiar la orientación de los periódicos norteamericanos. “El uso más valioso de los estudios del contenido (...) consiste en registrar las tendencias y los cambios del contenido.”¹⁷

Por lo general esta técnica de análisis se limita al contenido manifiesto de la comunicación y no repercute en el aspecto latente de la misma debido a que éste no es su objetivo; en cambio, es posible interpretar el contenido latente de la comunicación mediante inferencias fundamentadas en los resultados obtenidos por el análisis.

La importancia del análisis de contenido es tal que éste juega un papel preponderante en los estudios sobre mass-media alrededor del mundo, por ello autores como el investigador Miquel de Moragas Spa -quien ha trabajado en los campos de la semiótica, las políticas de la comunicación y la cultura de masas- no conciben un trabajo sobre cultura de masas que no se halle estrictamente vinculado al análisis de contenido.

4.2.2. Unidades del análisis de contenido

A continuación especificaremos algunos criterios tomados del análisis de contenido, de particular interés para la presente investigación. Las siguientes unidades de análisis fueron aplicadas a las caricaturas políticas de la muestra. Lo anterior no pretende dejar de lado al análisis semiótico (que se desarrollará ampliamente más adelante), por el contrario, se busca la integración de ambos análisis con el fin de obtener mejores y más fiables resultados.

Para cumplir con el requisito de objetividad en el establecimiento de las unidades de análisis debemos distinguir una primera diferencia de tipo general. Por una parte, tenemos la unidad de contexto que es la porción más grande del contenido propensa a ser analizada; algunos ejemplos podrían ser una oración o un párrafo. En lo que a la

¹⁷ *Ibíd.*, p. 39.

unidad de registro se refiere, ésta representa la porción más pequeña del contenido y puede ser una palabra o una oración completa.¹⁸ La clasificación de ambas unidades dependerá del criterio del analista y el tipo de análisis a realizar.

Atendiendo a nuestro objeto de estudio, una primera clasificación arrojaría como unidad de contexto al diario (*La Jornada, Reforma*) y al cartonista como la unidad de registro. Una clasificación más específica dejaría al cartonista como la unidad de contexto y a cada caricatura como unidad de registro.

Esta clasificación fue de gran ayuda durante el periodo de recolección de caricaturas debido a que sirvió para partir de lo general a lo particular. Habiendo determinado a los diarios *Reforma* y *La Jornada* como unidad de contexto, el siguiente paso consistió en identificar las unidades de registro representadas por los cartonistas de cada publicación. Una vez hecho lo anterior se partió hacia un universo más particular, es decir, ubicados en una publicación cada caricaturista fue tomado como unidad de contexto y cada uno de sus cartones como unidad de registro, esto con el objetivo de llevar un registro de los mismos.

Una segunda distinción que ofrece Berelson para establecer criterios de análisis se refiere a la unidad de clasificación y la unidad de enumeración, distinción que se encuentra relacionada con el requisito de cuantificación. Estas unidades se refieren a la base con la que se clasifica y tabula el contenido respectivamente.¹⁹ Ejemplo de ello, aplicado en la presente tesis, fue registrar las caricaturas publicadas por un monero durante un mes específico dentro de una tabla, en la que cada casilla representa un día (para mayor información ver el anexo 2).

Lo siguiente consistió en identificar el asunto -categoría del análisis de contenido que se verá más adelante- de cada caricatura con el fin de seleccionar sólo aquellos cartones que hacían referencia a las campañas electorales. El paso final fue llevar a cabo el

¹⁸ Berelson., p. 73.

¹⁹ *loc. cit.*

conteo de caricaturas acerca de la contienda electoral y registrar la frecuencia con la que un determinado monero aludía a cada partido político. Gracias a las unidades de clasificación y enumeración fue posible obtener una muestra representativa de cartones para el análisis.

El ítem es la unidad que clasifica el material en extenso, es decir, la unidad total. Algunos ejemplos son un artículo de un periódico, una narración o un libro; para el caso de este estudio el ítem es una caricatura. Establecer al cartón como ítem sirvió para evitar divagaciones y facilitar la etapa de registro.

Las categorías del análisis de contenido representan los criterios necesarios para abordar un problema de la comunicación. Tales parámetros permiten el desglose del contenido a analizar, por lo que es necesario formular las categorías adecuadas para el objeto de estudio; de lo contrario la investigación corre el riesgo de perder validez. “Los estudios particulares han sido productivos sólo en el caso donde las categorías se formularon claramente (...)”.²⁰

Para abordar el tema de la caricatura política se seleccionaron las categorías: asunto, tendencia y actor. El criterio asunto fue empleado para conocer el tema principal sobre el cual giraba cada caricatura. El elemento tendencia se utilizó para conocer la posición del cartonista respecto a su caricatura; es decir, si estaba de acuerdo o en contra respecto al tema de la misma. El precepto actor nos mostró los personajes de la política que el monero utilizó en el contenido de su cartón. A continuación profundizaremos en estas categorías.

La categoría asunto se refiere al argumento del que en la comunicación se trata, por lo general son bastante obvios e identificables a la primera lectura. También se les denomina tópicos y son fácilmente analizables, “(...) las categorías del asunto se han

²⁰ Berelson, p. 77.

utilizado especialmente en los estudios de tendencia sobre diversos medios de comunicación colectiva”.²¹

En el estudio, esta categoría permitió saber a qué se refería tal o cual cartón político de acuerdo con las referencias gráficas y textuales contenidas en él. El asunto, gracias a su fácil identificación, favoreció la identificación de las caricaturas por tópico para su posterior clasificación.

La categoría de orientación, como también se le llama, presta particular atención a la inclinación que el comunicador lleva cabo en pro, en contra o neutral de un asunto específico “(...) la esencia de la categoría consiste en ese grado de ‘positividad’ o de ‘negatividad’ del contenido en relación a un tópico”.²²

El empleo de esta categoría fue imprescindible para determinar la tendencia de los cartonistas. Lo anterior representa la piedra angular de este estudio, pues como asegura Miquel de Moragas, “(...) el intento de persuasión y manipulación, la finalidad política o económica del mensaje, que si bien no se manifiesta en la letra del texto, lo condiciona completamente”.²³

En una caricatura la tendencia puede ser identificada dependiendo de la manera en que el autor se refiere al tema. Por ejemplo, si durante una confrontación entre dos partidos políticos el cartonista enfoca su crítica hacia uno sólo de los participantes, decimos entonces que el autor mantiene una posición en contra de dicho actor o fuerza política. Si por el contrario, en la misma caricatura el cartonista omitiera a propósito ciertos datos sobre el personaje criticado, hablaríamos de una tendencia a favor. Es importante señalar que la categoría orientación es compleja y requiere del apoyo de otros elementos para ser determinada, tales como la denotación y la connotación.

²¹ *Ibíd.*, p. 78.

²² *loc. cit.*

²³ Miguel de Moragas Spa, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 133.

El actor o actante representa a aquel agente, persona, grupo o sujeto que desempeña una acción dentro del mensaje, es decir, de quién se habla en la comunicación y lleva por ende la posición central en la misma. Junto con el asunto, la categoría actor es fácilmente identificable debido a su importancia en el contenido. Si lo comparamos con un enunciado el actor sería el sujeto y el asunto el predicado.

Dentro de un cartón político el actor es frecuentemente un personaje de la vida pública del país: un gobernante, un partido, un sindicato, un artista, un líder de opinión, un deportista, etcétera. El actor también puede estar representado por elementos abstractos propios de un cliché, por ejemplo, el individuo pobre de ropas andrajosas que simbolizaría al sector más necesitado de la población, o la urna electoral que haría las veces de los comicios.

4.3. Semiótica

El análisis de contenido es una herramienta de gran apoyo en el estudio de las comunicaciones, especialmente en cuanto a caricatura política se trata; empero, este estudio resulta insuficiente para analizar cuestiones inherentes a la imagen que la caricatura conlleva en sí misma. Bernard Berelson aclara que, aunque mediante el análisis de contenido es factible describir las comunicaciones, es necesario adoptar un modelo para poder evaluarlas.²⁴

En mi perspectiva de la comunicación de masas, tan sólo puedo entender el análisis de contenido como un apartado de la semiótica que, con respecto al objeto, es más universal y lo incluye. La semiótica es una ciencia más universal que estudia todos los posibles sistemas de signos, todas las áreas de expresión y de contenido, todas las distintas funciones semióticas y niveles de discurso.²⁵

Se propone tomar a la semiótica como punto de apoyo innegable por sus cualidades teóricas para el análisis de nuestro objeto de estudio, el cual se ubica en el campo del lenguaje visual: la caricatura política. La intención de la semiótica no es otra que la de

²⁴ Berelson, *op. cit.*, p. 46.

²⁵ Moragas, *op. cit.*, p. 103.

demostrar que todo proceso cultural, al ser creado por el hombre, posee sistemas de carácter permanente que subyacen en él, “en el caso de los medios de información masiva esas constantes tienen características comunes que permanecen invisibles y se manifiestan de diferentes maneras en el mensaje”.²⁶

4.3.1. Definición

La semiótica, en su significado más general, se refiere al estudio de los signos comunicativos: es decir, investiga la complejidad del lenguaje, su articulación y codificación. En suma, la semiótica o semiología como también se le conoce, estudia todo lo que compete al campo de la comunicación.

Para Buysens, la semiótica se define como el estudio de los procesos comunicativos y los medios que se utilizan para influir sobre el receptor, mismos que son reconocidos por este último²⁷. Para Moragas la semiótica encuentra su objeto de estudio, a la par de su razón de ser, en la decodificación del mensaje mediante el reconocimiento de los diversos sistemas de signos:

Entiendo por semiótica de la comunicación de masas una disciplina que se ocupa del análisis de los diferentes sistemas de signos y modelos discursivos que constituyen los mensajes de la comunicación de masas.²⁸

Según Buysens, el término semiótica debe centrarse en las acciones o procesos de comunicación, destinados a influir sobre el receptor y reconocidos como tales por éste. Por ejemplo, un perro que mueve la cola es reconocido e interpretado como un perro que está contento; al no existir en este acto la intención de dar a conocer estados de conciencia, no se le puede considerar como proceso estrictamente semiótico.²⁹

²⁶ Guerra, *op. cit.*, p. 22.

²⁷ Eric Buysens, *La Communication et l'articulation linguistique* en Miguel de Moragas, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 36.

²⁸ *Ibíd.*, p. 19.

²⁹ *Ibíd.*, p. 37.

Para la semiótica de la comunicación de masas, como acertadamente la denomina Moragas, son de especial interés aquellos factores que condicionan y/o complementan al mensaje en el proceso comunicativo, es decir, aquellas características determinantes que influyen en el emisor, canal, receptor y sus posibles interferencias.

La función de la semiótica como ciencia consiste en revelar las estructuras de carácter expresivas, concebidas como significantes, así como la constitución del contenido, los significados; ambas entendidas como elementos íntimamente relacionados e inseparables, que responden a una cierta intencionalidad de un autor, en un tiempo y sociedad determinados:

Los discursos de la comunicación de masas son, siempre, el resultado de un complejo proceso de producción, y no solamente pensar ahora en su valor económico inmediato, absolutamente obvio en nuestro caso, sino también en el papel que los signos de comunicación de masas desempeñan a nivel de la estructura ideológica, en la consolidación de los sistemas de producción.³⁰

Al respecto, Morris considera que cuando el individuo conoce el funcionamiento de los signos que se le presentan se vuelve capaz de enfrentarlos, facilitándose su defensa: “(...) si se pregunta qué clases de signos son los que le salen al paso, con qué propósito se utilizan dichos signos, cuál es su garantía de verdad y de adecuación, entonces la actuación de este hombre se transformará, de respuestas automáticas, en conducta crítica e inteligente”.³¹ Con ello podemos darnos cuenta de que la explotación ideológica se lleva a cabo mediante conjuntos bien articulados de signos.

Es lícito afirmar que la semiótica de comunicación de masa conlleva una función política por definición. Esta ciencia no debe limitarse a denunciar la práctica esclavizadora, enajenadora y narcotizante de los *mass-media*, sino que también está obligada a contribuir a la formulación de opciones y soluciones que permitan la liberación de los mismos, garantizando su contribución en la formación de una comunicación integral. En

³⁰ Moragas, *op. cit.*, p. 8.

³¹ Ch., Morris, *Signos, lenguaje y conducta*, en Miguel de Moragas, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 7.

suma, la semiótica debe aportar su contribución al establecimiento de nuevas alternativas comunicacionales.³²

4.3.2. El signo, el significado y el significante

Fundamentalmente el signo es la representación de algo, es la unidad mínima en el lenguaje, compuesta a su vez por dos conceptos básicos: la materia significante y el significado.

El signo, (...) es una entidad constituida por dos elementos de la naturaleza psíquica que son el concepto y la imagen acústica. El *significado* y el *significante*. En el signo no se encuentran unidos un *nombre* y una *cosa*, sino las dos entidades psíquicas que acabamos de citar.³³

Originalmente, y en un estado ideal, los signos son utilizados para comunicar, surgen para satisfacer las necesidades del acto comunicativo. En las sociedades actuales, los signos son empleados a menudo para incidir o influir sobre el receptor para que éste responda de un modo en particular. Frente a ello, el científico Morris, precursor de la psicología social, asegura que los signos no pueden entenderse como unidades ajenas a la conducta del ser humano:

Desde la cuna hasta la tumba, desde que se levanta hasta que se va a dormir, el individuo se encuentra rodeado por una inacabable red de signos, mediante los cuales los demás procuran avanzar sus propios objetivos... Si no se pone en guardia, se transforma en un verdadero robot manipulado por los signos, pasivo en sus creencias, sus valoraciones, sus actividades... la semiótica puede servir como antídoto contra esta explotación de la vida individual.³⁴

Los mensajes de la comunicación de masas son procesos de comunicación cuyo fin en muchas de las ocasiones es el de persuadir.

En el proceso de comunicación los sonidos recibidos por el receptor son traducidos de su naturaleza puramente formal, material, a una imagen mental-acústica cuya esencia

³² *Ibíd.*, pp. 7, 8.

³³ Moragas, *op. cit.*, p. 30.

³⁴ *Ibíd.*, p. 59.

es plenamente psicológica. Esta imagen acústica es lo que se conoce como significante, mismo que va siempre acompañado por el significado, recordemos que la imagen y el concepto son las caras de una misma moneda: el signo.³⁵

De particular interés para el lingüista suizo Ferdinand de Saussure, fundador de la lingüística moderna, es el significante; es decir, la imagen acústica, entendida en su acepción mental, en la asimilación que de ella realiza el receptor, "(...) no se trata del sonido material, cosa puramente física, sino de su impresión psíquica, lo que captan nuestros sentidos. La imagen acústica no es, pues, una entidad de naturaleza físico-material, sino la impresión psíquica que una realidad de este tipo deja en nuestra mente".³⁶

Moragas simplifica lo anterior intercambiando el concepto saussuriano de *imagen acústica* por el de *imagen sensorial*, noción que emplearemos en este estudio por su mayor rango de amplitud. "Situados en este punto podría abandonarse la noción saussuriana de *imagen acústica*, sólo válida para el lenguaje verbal, y sustituirla por la noción más amplia de *imagen sensorial*, capaz de interpretar la percepción de cualquier tipo de entidad físico-material".³⁷

4.3.3. Retórica de la imagen

Para el doctor en física y filosofía Abraham Moles, fundador del Instituto de Psicología Social de la Comunicación en la Universidad Louis Pasteur, la función más objetiva de la comunicación es la de transmitir imágenes; entendiendo imagen no solamente como una representación visual, sino en su acepción inicial proveniente de la filosofía:

...la noción de *Imago* de la filosofía (...) es esencialmente un conjunto de causas de percepción sensorial que se traduciría más tarde en lo que platónicos llamarían *Icono*, la "imagen material" que permite al receptor o al espectador

³⁵ Moragas, *op. cit.*, p. 30.

³⁶ *loc. cit.*

³⁷ *Ibíd.*, p. 32.

considerar, en su conciencia, un aspecto del mundo que le es próximo o lejano, pero en cualquier caso no está “aquí” sino “en otra parte”.³⁸

Vivimos en mundo poblado de imágenes cuya existencia no vislumbramos posible sin la recíproca presencia de la imagen en todas sus variantes. Si bien es cierto que la masiva difusión de la imagen no es inherente a la época actual, sí lo es, en cambio, al desarrollo de más y mejores técnicas de reproducción gráfica que contribuyen a su proliferación.

Cuando la técnica no podía reproducir a la imagen en masa, con lo cual le hacía acreedora a su carácter elitista, ésta se aprovechó como vehículo de la ideología en el adoctrinamiento religioso de grandes masas de iletrados. Un empleo similar al que se lleva a cabo en nuestros días por los medios de comunicación, explotado principalmente en campos como la publicidad y la propaganda.³⁹ De aquí surge la inquietud de la semiótica por reconocer los códigos del lenguaje visual, quien conoce su funcionamiento es capaz de dominarlo y, por consiguiente, manipularlo a voluntad.

Parafraseando a Umberto Eco, escritor, filósofo, semiólogo y comunicólogo italiano, todo acto comunicativo compete a la semiología en la medida en que se basa en un código.⁴⁰ Luego entonces, es menester preguntarnos cuestiones como: ¿quién realiza la imagen y con qué fin?, ¿qué representa y cómo lo hace?, y por último, ¿qué función juega y cuáles son sus resultados?

Toda imagen es producto de la creación humana por definición, su función, invariablemente de la imagen que se trate, es la de educar; faceta por la cual se convierten en educadoras, es decir, autoridades. En síntesis, Moles nos dice que la imagen, al emplear ciertos símbolos y códigos, pretende servir de vehículo al mensaje cristalizando lo real sensorial.

³⁸ Abraham A. Moles, *La Imagen, Comunicación funcional*, pp. 11, 12.

³⁹ Javier Arévalo Zamudio, “Imagen y pedagogía”, *Didáctica de los medios de comunicación*, p. 21.

⁴⁰ Umberto Eco, “Semiología de los mensajes visuales”, *Análisis de las imágenes*, pp. 51, 52.

El teórico francés Christian Metz, quien incursionó aplicando la semiótica a la teoría del cine, asegura que la semiología de la imagen no puede ser escindida de la semiología general; como sabemos, la semiología trata del estudio de los signos encontrados en cualquiera de los lenguajes de la cultura humana. “Nuestro intento procede de la convicción de que la semiología de la imagen se hará *al lado* de la de los objetos lingüísticos”.⁴¹

Al estudiar la imagen nos encontramos con más de un código que puede conformarla; es decir, en este conjunto de significaciones hallamos vínculos con otros lenguajes que coexisten en una misma imagen, o como Metz aclara, todo no es icónico en el ícono, pero lo icónico se halla también fuera del ícono. Así lo visual y lo verbal confluyen y se amalgaman en una misma imagen compaginándose mutuamente.⁴²

Para entender la manera en que nuestros sentidos “aprehenden”, o lo que es lo mismo, hacen suya una imagen, es preciso conocer la forma en que el proceso perceptivo se da en el individuo.

En el más simplista de los significados, percibir significa recibir, obtener a través de los sentidos sensaciones, impresiones y estímulos externos; el proceso de la percepción es más que eso. En dicho proceso tanto los estímulos externos como los conocimientos adquiridos por la experiencia interactúan para el reconocimiento y aprendizaje de las cosas:

Percibir significa, entre otras cosas, captar de los “universales”, las cosas que están denominadas y en correspondencia con las palabras como unidades de nuestro pensamiento: una silla, por ejemplo, es un objeto con cuatro patas y un respaldo, culturalmente familiar, información elemental de la conciencia. Pero se requiere un cierto tiempo de educación, de aprendizaje, para adquirir estos universales, y además implica un esfuerzo del ser con el mundo para establecer esta relación.⁴³

En la mayoría de los ocasiones percibimos las imágenes de forma intuitiva, casi inconsciente. Cuando miramos una imagen tendemos a observarla en su totalidad,

⁴¹ Christian Metz, “Más allá de la analogía, la imagen”, *Análisis de las imágenes*, p. 11.

⁴² *Ibíd.*, p. 18.

⁴³ Moles, *op. cit.*, p. 55.

nuestra vista se adapta para captar el conjunto de formas que se despliegan ante nuestro campo visual, estas formas se “quedan grabadas en la retina y luego se transmiten primero a las formaciones ópticas subcorticortales y luego a las áreas occipitales de la corteza cerebral”.⁴⁴

Nuestra vista se fija en ciertos puntos o áreas de interés que llaman nuestra atención y, aunque la “lectura” de la imagen varía ligeramente de acuerdo al individuo, nuestra percepción procede siguiendo ciertos patrones constantes que dejan ver la pauta común en la lectura de lo visual:

Nuestra mirada lee espontáneamente la imagen de arriba abajo y de izquierda a derecha. Una de las posibles explicaciones de este fenómeno la podemos encontrar en la influencia de la dirección de la lectoescritura en occidente. Su importancia con respecto a nuestro tema radica en la manera en que el recorrido visual de una imagen determina la percepción del espectador en lo general y el impacto que cada uno de sus elementos provoca según su ubicación en el espacio.⁴⁵

Existen patrones establecidos en la lectura de la imagen que nos dictan la manera *correcta* –por llamarle de algún modo– de percibir los códigos visuales. Reconocemos entonces ciertas leyes comunes que contribuyen a que la percepción de la imagen sea posible.

De acuerdo con Umberto Eco, todo fenómeno visual capaz de interpretarse como índice puede considerarse como signo convencional. Por ejemplo, una luz intensa que impacta sobre mis ojos me conduce hacia un cierto comportamiento (cerrar los ojos) producto más de un reflejo que de un proceso al que Eco llama *semiosis*. Este proceso se ejemplifica cuando, al mirar un cielo rosado, deduzco la inminente aparición del sol. El proceso de *semiosis* es el que interesa para la semiótica.⁴⁶

Un fenómeno similar ocurre cuando observamos una caricatura. Ésta, al fundamentarse sobre las bases del dibujo, nos permite percibir ciertos estímulos visuales que

⁴⁴ Mossi, *op. cit.*, p. 41.

⁴⁵ Carlos Villanueva Avilez, “Composición en la pintura”, *Didáctica de los medios de comunicación*, p. 39.

⁴⁶ Eco, *op. cit.*, p. 25.

integramos coordinadamente como estructura percibida. Primeramente, reconocemos, seleccionamos y estructuramos los datos de experiencia que el dibujo nos brinda y posteriormente establecemos relaciones con nuestra experiencia precedente bajo técnicas aprendidas, lo que en semiología se conoce como códigos.⁴⁷

Es posible asegurar que la percepción es un proceso selectivo. Al leer una imagen además de nuestra experiencia cultural juzgamos con base en lo que nos gusta y nos desagrada. Con ello, nos enfrentamos ante una dicotomía del lenguaje visual, la adquisición de un conocimiento objetivo y otro subjetivo.⁴⁸

La imagen es la congelación de un momento que si bien no existe en el plano de lo real, sí lo representa. “Una imagen es la representación de una porción de la realidad. Una imagen es un símil, está en lugar de algo o de alguien, lo representa. Pero nunca podrá sustituirlo. Una imagen es una referencia visual”.⁴⁹ Para ilustrar lo anterior pensemos en que la imagen de un caballo se parece a un caballo “real”, mientras que el sonido de la palabra *caballo* (y la palabra misma) no lo hace.

Con el ejemplo anterior se pretende dar una idea acerca del cómo funciona el grado de figuración o iconicidad de una imagen. Volviendo a nuestro objeto de estudio, cualquier caricatura guarda un cierto grado de iconicidad respecto del sujeto/objeto al que representa:

Una imagen se caracteriza, entre otros aspectos, por su grado de figuración que corresponde a la idea de representación a través de la imagen de objetos y seres conocidos intuitivamente a través de nuestra vista como pertenecientes al mundo exterior. (...) Llamaremos *grado de iconicidad* al opuesto del grado de abstracción, la condición de identidad de la representación en relación con el objeto representado.⁵⁰

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 27.

⁴⁸ Louis Marín, “La descripción de la imagen a propósito de un paisaje de Poussin”, *Análisis de las imágenes*, pp. 239, 240.

⁴⁹ Fernando Osorio Alarcón, “La función educativa de la fotografía”, *Didáctica de los medios de comunicación*, p. 76.

⁵⁰ Moles, *op. cit.*, p. 35.

Este grado de iconicidad está directamente relacionado con el contexto histórico bajo el que se encuentra suscrito; una sociedad determinada no califica exactamente similar una misma imagen en diversos momentos de su historia. El cartonista hace uso de los códigos propios de su tiempo para dotar a la caricatura de una cierta significación intencional.

Según Peirce, científico estadounidense considerado el fundador del pragmatismo y la semiótica moderna, los íconos son aquellos signos que guardan una cierta similitud “innata” con el objeto al que representan. Es posible afirmar que el retrato de una persona –y por qué no, una caricatura– es icónico hasta cierto punto porque la tela pintada no posee la misma textura de la piel, ni la facultad de hablar o moverse que tiene la persona a la que se representa. En todo caso, podría decirse que un video de la misma persona es más icónico, pero tampoco lo sería totalmente.⁵¹

Una imagen es icónica cuando representa tal cual la realidad. Si en una imagen apreciamos la sombra de un perro o simplemente su silueta, no estamos viendo una imagen precisa de un perro, sino simplemente una imagen poco icónica de un perro.

(...)los signos icónicos “no poseen las propiedades del objeto representado” pero reproducen algunas condiciones de la percepción común, sobre la base de los códigos perceptivos normales y seleccionando esos estímulos que –al eliminarse otros estímulos– pueden permitirme construir una estructura perceptiva que posea –en relación con los códigos de la experiencia adquirida– la misma significación que la experiencia real denotada por el signo icónico.⁵²

En la generalidad de civilizaciones humanas de todos los tiempos existe una constante: el relato. Este relato, o más bien cúmulo de relatos, ha jugado un papel imprescindible en los albores de las culturas humanas, sobre todo antes del desarrollo de la escritura, al transmitir los conocimientos y tradiciones de generación en generación. La transmisión oral de relatos dio paso a la representación de los mismos mediante

⁵¹ Eco, *op. cit.*, pp. 25, 26.

⁵² *Ibíd.*, p. 28.

imágenes grabadas en una amplia variedad de manifestaciones culturales, desde las columnas griegas hasta las paredes de las pirámides egipcias.⁵³

La narrativa en imágenes era aceptada cuando refería mitos populares o acontecimientos históricos: el viaje de Ulises ilustrado en un jarrón corintio del siglo VII a. de C.; las triunfales campañas del emperador Trajano y sus ejércitos en el siglo II, descritas en un relieve espiral en una enorme columna de mármol (...).⁵⁴

El relato como discurso está sujeto a una serie de codificaciones y unidades que lo conforman; es decir, se ve inmerso en el campo de la semiótica cuyas reglas lo rigen. Existe en el discurso una doble lingüística sujeta a una cierta gramática. “Esta lingüística del discurso ha tenido durante mucho tiempo un nombre glorioso: Retórica”.⁵⁵

Naturalmente, la retórica no es propia y exclusivamente de los discursos lingüísticos, toda imagen es también portadora de una retórica que se le inserta desde el momento en el cual su creador dispone de los códigos visuales a su alcance, con el fin de articular un discurso en particular. Para comprender la retórica de una imagen es preciso leer primeramente una imagen describiendo los elementos que la conforman, para en una segunda lectura, desprender de los elementos descritos las múltiples y posibles significaciones que éstos nos arrojan. “En otras palabras, no parece difícil distinguir dos fases en el análisis de un cuadro: una ‘factual’ descriptiva, la otra ‘significante’ interpretativa que se construiría sobre la primera que determinaría sus límites objetivos y sus condiciones empíricas de posibilidad”.⁵⁶

El escritor y semiólogo francés Roland Barthes, en *La retórica de la imagen*, manifiesta que existen tres mensajes en los códigos visuales: el lingüístico, el denotativo y el connotativo. El lingüístico se puede encontrar en las historietas, caricaturas, imágenes publicitarias, etc., en forma de títulos, leyendas, narraciones y diálogos principalmente. Las funciones principales de este tipo de mensaje son, por una parte la de anclaje, que

⁵³ Roland Barthes, “Introducción al Análisis estructural de los relatos”, *Análisis estructural del relato*, 8va, p. 7.

⁵⁴ Thompson, *op. cit.*, p. 124.

⁵⁵ Barthes, *op. cit.*, p. 9.

⁵⁶ Marín, *loc. cit.*

obliga al observador a elegir una de las múltiples significaciones que la imagen ofrece; y por la otra, la de relevo, que deslinda al lector de la necesidad de seleccionar uno de los significados.⁵⁷

Los mensajes denotativo y connotativo tienen que ver con los conceptos de descripción e interpretación respectivamente. Todas las teorías del discurso –textual o visual– oponen en un mismo código dos aspectos distintos: el aspecto semántico o denotativo: lo que se muestra en la imagen, los objetos que en ella son designados; y por otra parte, el aspecto estético o connotativo: todo lo que le es atribuido aunque no necesariamente de manera explícita⁵⁸; es decir, “todas las asociaciones, todas las armonías que llegan de manera más o menos necesaria al espíritu del espectador que contempla el mensaje”.⁵⁹

4.4. Análisis semiótico aplicado a la caricatura

A pesar de que la caricatura política es anterior al surgimiento de la historieta como la conocemos hoy en día, ambas comparten el mismo tipo de características y articulaciones; en otras palabras, la misma gramática. Georgina Guerra en su libro *El comic o la historieta en la enseñanza*, enumera las características típicas de toda historieta:

- Un encuadre como limitación del espacio.
- Signos estáticos que deben ser dinamizados a través de diversos recursos.
- Diálogos escritos que suplen una realidad fonética.⁶⁰

La historieta utiliza una serie de signos icónicos, estos son todo lo que forma la imagen, desde el encuadre o forma de presentación de la viñeta, hasta la disposición de la página, el formato y todas las figuras que se despliegan en ella.⁶¹

⁵⁷ Guerra, *op. cit.*, p. 22, 25.

⁵⁸ Moles, *op. cit.*, p. 71.

⁵⁹ *loc. cit.*

⁶⁰ Guerra, *op. cit.*, p. 25.

En cuanto a estructura la historieta se compone por:

- Macrounidades significativas.
- Unidades significativas.
- Microunidades significativas.⁶²

4.4.1. Unidades significantes de la caricatura

Las macrounidades significativas se refieren a una concepción puramente formal y estructural, engloban características generales como el tamaño, la forma, la presentación o color, los estilemas y grafismos del dibujante.⁶³

El tamaño se refiere a las dimensiones de la imagen. En una caricatura política es importante conocer las medidas originales con las que fue publicada, mientras mayor sea su tamaño más grande será el impacto visual que ejerza sobre el espectador; por el contrario, una caricatura muy pequeña será menos llamativa y poco identificable limitando su impresión sobre el destinatario.

La forma estudia la manera en que el cartonista distribuye las viñetas dentro de su caricatura política, el tipo de marcos que utiliza y el diseño en general del cartón. La forma de una viñeta puede ser compleja y elaborada, todo depende de la intención que el monero desea transmitir por lo que es importante analizar el cuerpo de su caricatura.

La presentación es el modo en que se muestra la caricatura, o sea, su color. Son tres las diferentes presentaciones que un cartón puede tener: blanco y negro, a color o escala de grises. El color en las imágenes tiene la facultad de hacerlas más llamativas, sobre todo en medios impresos donde existe gran cantidad de texto. La elección de las

⁶¹ MariCarmen González Videgaray, "La historieta como instrumento educativo", *Didáctica de los medios de comunicación*, p. 160.

⁶² Guerra, *op. cit.*, p. 25.

⁶³ *Ibíd.*, p. 25, 26.

tonalidades es de gran relevancia para el cartonista, a través de ella es posible añadir significaciones a la imagen.

Los estilemas son cuestiones de tipo estilísticas que favorecen la identificación de un determinado caricaturista gracias a la observación de su trabajo; en otras palabras son su sello personal. Los grafismos aluden a concepciones también de estilo pero relacionadas con la estructura de la caricatura; por ejemplo, la cantidad de viñetas utilizadas y su posición (vertical u horizontal).

Las unidades significativas atienden al cómo la estructura se distribuye para la articulación del sentido, su significación. En la caricatura, las unidades significativas comprenden el montaje y continuidad de las viñetas.⁶⁴ Éstas son los “cuadros” o unidades mínimas de información que constituyen la caricatura. La viñeta da orden y continuidad a la caricatura, sirve también para encuadrarla y dotarla de expresión. Su utilización es similar a la que se hace en el lenguaje cinematográfico.

Para dar continuidad a la historieta y caricatura, cada cuadro o viñeta hace las veces de un momento congelado en el tiempo. Éste acontece mientras el receptor lee una a una las viñetas de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. “Al autor le toca comunicar al lector exactamente cuánto tiempo pasa entre cuadro y cuadro”.⁶⁵ El tiempo en la gramática de la historieta existe por su valor funcional. El tiempo como lo conocemos no existe, salvo como elemento funcional para la construcción del relato.⁶⁶

Las viñetas se disponen en una sucesión lógicamente ordenada. En una estructura simple la secuencia se inicia cuando uno de sus términos no tiene antecedente y se cierra cuando otro de sus términos no tiene consecuente. “Para tomar un ejemplo intencionalmente fútil, pedir una consumición, recibirla, consumirla, pagarla (...)”.⁶⁷ A la forma de disponer y presentar las viñetas se le conoce como diagramación.

⁶⁴ *Ibíd.*, p. 26.

⁶⁵ González Videgaray, *op. cit.*, pp. 158, 159.

⁶⁶ Barthes, *op. cit.*, p. 18.

⁶⁷ *Ibíd.*, p. 20.

Para la continuidad del relato en el montaje se emplean la *narración lineal* o progresión cronológica en unidades de acción, y la *narración paralela* o alternación de dos o más acciones que ocurren en lugares distintos y que se suponen simultáneas.⁶⁸

Por ejemplo, en la narración lineal de una caricatura política formada por una sola viñeta e integrada por dos personajes, sabemos quien habla primero porque el globo de texto de este actor se encuentra ubicado en la parte superior de la imagen, mientras que la respuesta del replicante se encuentra del lado contrario y a un nivel inferior.

En el ejercicio anterior, la narración paralela se manifestaría si en la situación se colocara a ambos personajes reaccionando a un mismo evento (la declaración del ganador de unas elecciones, el inicio de las campañas políticas, un debate, etc.) de manera distinta. Se crea entonces la ilusión de paralelismo a pesar de que ambas situaciones tiene lugar en un espacio físico diferente.

Las microunidades significativas se enfocan en todos los elementos que definen, componen e integran una viñeta o pictograma. Éstos son:

- El encuadre que abarca: composición, decorados, vestuario de personajes y tipología.
- Las adjetivaciones: angulaciones e iluminación.
- Las convenciones específicas de los comics: burbuja, globo, bocadillo o fumetto, sonidos inarticulados, onomatopeyas, signos cinéticos, metáforas visuales.⁶⁹

La función de estos elementos es la de sumar significaciones específicas a cada elemento constitutivo de la caricatura. En el encuadre se presta particular atención a la manera en que se distribuyen los objetos en la caricatura, así como el plano elegido para ello. Un encuadre cerrado sobre la cara del actor principal lleva la intención de

⁶⁸ Guerra, *op. cit.*, pp. 26, 27.

⁶⁹ *Ibíd.*, p. 27.

recaltar sus emociones, uno más abierto nos permitiría observar las acciones que el personaje realiza.

Los decorados son aquellos elementos cuya función es la de situar una situación en un espacio (un hospital, un teatro, un desierto, una playa, etc.), son índices que funcionan como ancla para plantear un solo significado. Para representar una isla desierta se tendría que dibujar el mar, la arena, el sol y algunas palmeras.

El vestuario de los personajes actúa de igual manera. El cartonista necesita ataviar a sus actores con diversas y específicas ropas según lo amerite el caso. No es lo mismo dibujar a un político con bata y estetoscopio para una escena dentro de un hospital, a vestirlo con *shorts*, playera y zapatos deportivos para colocarlo dentro de un partido de fútbol.

La tipología no es otra cosa que los clichés o lugares comunes a los que recurre el caricaturista para determinar una situación. Ejemplos de ello son: el campesino pobre y andrajoso, el rico vestido de traje y con monóculo, el obrero con pala y casco, etc. Son generalizaciones de rápida identificación que pretenden no entorpecer el mensaje principal enriqueciéndolo.

Las angulaciones en el encuadre se eligen rigurosamente con el fin de connotar una impresión mental sobre algo o alguien; por ejemplo, si se pretende engrandecer la figura de un personaje tan sólo con el ángulo de la cámara, ésta se coloca a nivel de suelo y apunta hacia arriba sugiriendo “grandeza, nobleza, dignidad, poder, etc.” El efecto contrario se logra colocando la cámara a la inversa (desde arriba apuntando hacia abajo).

La iluminación es importante en la caricatura en la medida en que ayuda en el desarrollo de la situación. Una iluminación oscura dará la impresión de que se trata de un lugar cerrado, secreto, misterioso e incluso siniestro. Esa misma iluminación brindaría datos sobre la temporalidad del relato al indicar “noche”. Por el contrario, un

ambiente con mucha luz remitiría a pensar en el día y en algunos lugares soleados como el desierto o una playa.

Las convenciones específicas de los comics se refieren a los elementos de decodificación y lectura del lenguaje propio del tebeo. Éstos son: los globos de texto empleados para exponer los argumentos de los personajes; los sonidos inarticulados que simbolizan el sonido de golpes y quejidos; las onomatopeyas que imitan el sonido de aparatos, acciones o animales; los signos cinéticos que delinean y sugieren movimiento; y las metáforas visuales que juegan con el sentido literal de los objetos con tal de brindar varios significados a la vez.

El encuadre se define como la delimitación en dos dimensiones que realiza el dibujante, respecto a un espacio y se estructura en función de planos, considerando la división del espacio como si se encontrara frente al objetivo de una cámara.

El plano tiene la intención de acercarnos o alejarnos de la imagen. Por ello la selección del encuadre por parte del cartonista no se realiza a la ligera, más bien responde a la necesidad de centrar la atención del lector en un aspecto particular. “A mayor distancia más elementos secundarios entran en el encuadre y más información se tiene sobre el sujeto de la imagen.”⁷⁰

Los principales planos en los que se encuadran las viñetas son:

Gran primer plano o close-up. Acercamiento que se hace del rostro, ocupando éste toda la viñeta.

Primer plano. Muestra mediante un acercamiento, un detalle particular de la figura (el rostro, una mano, un ojo, etc.), es decir, a través de este plano los objetos pequeños se enfatizan.

Plano medio. Muestra al personaje únicamente de la cintura hacia arriba.

Plano americano. Este plano toma al sujeto de tres cuartos de la rodilla hacia arriba.

⁷⁰ Osorio, *op. cit.*, p. 80.

Plano general. Plano que muestra la figura completa y el entorno.⁷¹

En la historieta las adjetivaciones nos transmiten un cierto punto de vista, esto se logra mediante la angulación del encuadre que se le da a la viñeta. Los ángulos más recurrentes en la historieta son:

Toma frontal, es decir, sin angulación alguna.

Angulación lateral derecha: toma diagonal de derecha a izquierda.

Angulación lateral izquierda: toma diagonal de izquierda a derecha.

Ángulo en picada: toma del sujeto de arriba a abajo.

Ángulo en contrapicada: toma del sujeto de abajo a arriba.⁷²

Una toma frontal brinda la sensación de inmovilidad o equilibrio, mientras que una toma lateral nos da la impresión contraria. Un ángulo en picada tiende a ser utilizado para empequeñecer al sujeto, lo minimiza; en el caso opuesto, una toma en contrapicada magnifica al sujeto agrandando su escala.⁷³

La iluminación se emplea también para la adjetivación mediante el uso y combinación de los tonos oscuros y luminosos, logrando efectos conocidos en el lenguaje de los comics, tales como el contraluz, el claroscuro y las sombras pronunciadas.

El lenguaje de las historietas se articula mediante varios elementos también encontrados en el terreno de la caricatura política. Éstos son conocidos como convenciones específicas de los comics y van desde el conocido globo o bocadillo, los signos cinéticos, el chiste y su estructura, hasta las figuras retóricas visuales.

El globo o fumetto como también se le conoce, es el espacio elíptico, cuadrado, rectangular o poligonal en el que se escriben los diálogos, pensamientos o sueños de los personajes. La forma de estas convenciones puede variar de acuerdo al tipo de

⁷¹ Guerra, *op. cit.*, p. 28.

⁷² *Ibíd.*, p. 37.

⁷³ Osorio, *op. cit.*, p. 81.

expresión, es decir, el globo también se usa para la adjetivación de la viñeta. La longitud del diálogo y la composición de la viñeta determinan el tamaño y la forma del globo; por ello es importante no sobrecargar con texto a los bocadillos.⁷⁴

El bocadillo juega un papel imprescindible en la historieta, no sólo sirve para dar lugar a la expresión verbal del personaje, sino también para dar a conocer su estado de ánimo o sentimientos. “También el contorno del bocadillo puede informar de lo que se dice. Un contorno quebrado indicará una voz metálica (radio o televisión), un bocadillo conectado mediante burbujas (en vez de con una felcha –sic– sólida) indicará pensamientos más que palabras.”⁷⁵ Un mismo globo puede ser la voz de varios personajes que se expresan a la vez.

El globo suele tener una o varias deltas, también llamados apéndices, aquella línea que apunta directamente al hablante para indicar la correspondencia de una expresión, en suma es un intermediario entre el texto y la imagen. “El apéndice no significa ‘locutor’; tampoco designa la función que realiza el locutor (el acto de hablar); significa ‘Yo hablo’”.⁷⁶ Las deltas, al igual que el bocadillo, son capaces de adoptar formas variadas: rectas, curvas, en sierra, delta múltiple y hasta delta ausente, de muy poca frecuencia. La delta también puede apuntar hacia la frente del sujeto con lo que nos indica que éste está pensando.

En el globo también llegan a encontrarse un gran número de interjecciones, sonidos articulados tales como: *brr, snif, ejem, ñam, uf, augh, bah*, cuyo significado podríamos comparar al de la onomatopeya.⁷⁷

En la historieta los globos no se despliegan en desorden sobre el espacio de la viñeta, todo lo contrario, refuerzan necesariamente la noción del tiempo. Ésta le indica al globo el orden que deben seguir las réplicas, es decir, su cronología. Los globos semejan la

⁷⁴ Pierre Fresnault-Deruelle, “Lo verbal en las historietas”, *Análisis de las imágenes*, p. 192.

⁷⁵ Thompson, *op. cit.*, p. 79.

⁷⁶ Fresnault-Deruelle, *op. cit.*, p. 188.

⁷⁷ Guerra, *op. cit.*, pp. 37, 38.

realidad a la que representan, en la medida en que los últimos bocadillos recubren a los anteriores.⁷⁸

En el comic también se encuentran palabras escritas dentro de recuadros o rectángulos que no constituyen parte del diálogo. A estos recuadros se les llama cartuchos y a menudo se les halla en las esquinas superiores o inferiores de la viñeta, casi siempre con color diferente. Su función es la de brindar información complementaria sobre la situación; por ejemplo, sirven para precisar las modalidades temporales y espaciales de la acción mediante elocuciones como: media hora más tarde, mientras tanto, algunos días después, etc. Los cartuchos representan la voz de un narrador impersonal.⁷⁹

El tipo de letra ubicado en el globo no sólo responde a una cuestión meramente estilística. Las letras grandes y realzadas suelen utilizarse para títulos, las palabras en negritas significan aumento de volumen y por lo tanto de importancia (gritos o exclamaciones), mientras que la letra cursiva ocasiona una sensación de urgencia. La combinación de la tipografía con las variedades de globos y cartuchos permite una infinidad de posibilidades.⁸⁰

Los signos cinéticos son una convención gráfica ordinariamente encontrada en los comics dada su versatilidad para representar el movimiento. Básicamente llevan a cabo una ilusión, representan las trayectorias móviles del mundo real mediante líneas punteadas y paralelas, en un plano bidimensional.⁸¹ Existen tres tipos de signos cinéticos: las líneas de velocidad, los ecos de movimiento y la anulación de la gravedad.

Líneas de velocidad. Indican de dónde procede el objeto en movimiento y brindan una sensación de velocidad. Su forma es irregular porque obedecen a una cierta trayectoria. Son como la estela que deja un avión en el cielo.

⁷⁸ Fresnault-Deruelle, *op. cit.*, p. 184.

⁷⁹ González Videgaray, *op. cit.*, pp. 160.

⁸⁰ *Ibíd.*, 161.

⁸¹ Guerra, *op. cit.*, p. 49.

Ecós del movimiento. Son pequeñas líneas que indican movimientos hacia delante y hacia atrás, y que simulan el movimiento del objeto. Por ejemplo, un hombre saltando se traza con varias líneas alrededor de su contorno, como si se tratara de una fotografía movida. Para indicar que un perro mueve la cola se le dibujan pequeñas líneas paralelas a cada lado de la cola.

Anulación de la gravedad. Se usa principalmente para indicar que un sujeto u objeto se encuentra suspendido en el aire a causa del movimiento. Una persona o animal que corre se dibuja siempre con los pies separados del suelo. Este efecto se enfatiza dibujando una sombra a cierta distancia bajo la figura.⁸²

En el lenguaje, las figuras retóricas son formas de expresión que se realizan tomando el sentido recto de una palabra para después torcerlo o adaptarlo con el fin de sobre significar una idea. Estos recursos se utilizan para dar énfasis en uno o más pensamientos. El campo de acción de las figuras retóricas no se limita a la literatura y es posible encontrarlas en las imágenes.

En la caricatura política, el uso de figuras retóricas es muy común para desarrollar una idea. A menudo se retrata a los políticos a manera de cosas u objetos con el fin de denunciar o recalcar una situación relacionada con el actor de interés. A esta figura se le conoce como prosopopeya y un ejemplo en acción sería dibujar al secretario de Hacienda de un país a manera de alcancía. Además de la prosopopeya existen otras figuras retóricas de las que un cartonista hace uso en sus caricaturas.

Las figuras retóricas visuales básicas son: metáfora, metonimia y sinécdoque, a las que se agregan repetición, movimiento, acumulación, comparación, lítote, hipérbole, prosopopeya, ironía, antítesis, paradoja, elipsis, retruécano, entre otras (para mayor información ver el anexo 1). En este estudio enlistamos las figuras retóricas que cada caricatura presenta con el fin de conocer la manera en que el cartonista articula y adjetiva su mensaje.

⁸² Thompson, *op. cit.*, p. 70.

El movimiento constituye a su vez una figura retórica por sí misma, al ser una cualidad trasladada de la realidad a la comunicación visual, sólo la poseen los cuerpos físicos y animados en el espacio tridimensional. Se trata de una sugerencia, por eso se dice que es un movimiento virtual asignado a las figuras representadas gráficamente. *

4.4.2. El chiste y su estructura

Al leer una caricatura, comic o tira cómica, entendemos la gracia de su chiste casi inmediatamente después de que leemos la última viñeta o globo. Pocas veces reflexionamos acerca del porqué un chiste nos resulta gracioso. Conocer la manera en que el cartonista estructura el chiste en una caricatura, nos permite entender mejor el modo en que articula ciertos elementos para conducir al lector hacia una situación inesperada.

Una caricatura nos da risa cuando la secuencia narrativa alcanza su límite explosivo, ridículo, contradictorio; es decir, se rompe. “Estas rupturas se *disyuntan*, de un trazo a otro del dibujo, por la yuxtaposición o la sucesión (diacrónica narrativa, escalonada en varias figuras) de elementos sémicos incompatibles”.⁸³ Una caricatura que resulta graciosa a pesar de no contar con texto alguno se considera verdaderamente ingeniosa, su comicidad está más elaborada al basarse sobre símbolos puramente visuales.

En la elaboración de un chiste distinguimos tres fases principales:

- *Función de normalización*: es la situación básica donde se pone en situación a los personajes.
- *Función locutora de armado (enclenchement)*: en ella se plantea el problema a resolver o el interrogante.

* Para mayor información véase el anexo 1.

⁸³ Violette Morin, *op. cit.*, p. 137.

- *Función interlocutora de disyunción:* en esta última se resuelve “graciosamente” el problema, o se responde “graciosamente” al interrogante debido a la disyunción entre la función de normalización y la de armado.⁸⁴

En un chiste cualquiera existen dos rutas a elegir una vez que las funciones de normalización y armado han sido dejadas atrás: o se opta por la consecuencia lógica que brinda una respuesta coherente al problema planteado –con lo cual el chiste dejaría de serlo–, o es posible dar cabida al resultado ilógico, disyuntivo del chiste. En síntesis, el chiste resulta gracioso porque es producto del absurdo.

4.4.3. Análisis del código visual

A menudo mirar una imagen no representa mayor reto en nuestra vida cotidiana dando la impresión de que cualquier individuo es capaz de leer un código visual sin necesidad de enseñanza alguna. Por desgracia existe más en una imagen, por pequeña que ésta sea, que lo que una mirada desatenta puede ofrecernos. El problema surge con la carencia de un entrenamiento temprano de nuestros sentidos y la manera en que percibimos el mundo.

De hecho, solemos saltarnos pasos necesarios para la correcta lectura de los códigos visuales lo cual ocasiona deterioro en la aprehensión de un mensaje en especial. El emisor se vale de la desatención del destinatario para colocar en su mensaje significaciones ocultas a primera vista, mismas que podrían ser detectadas mediante una lectura apropiada. Aceptar la información que se nos da sin reflexionarla nos convierte en receptores pasivos.

Cuando se analiza una imagen se debe primero reconocer los elementos visuales que la conforman; es decir, su materia significante. A esta primera fase del análisis de la imagen se le conoce como denotación y constituye la lectura más elemental que se realiza de un signo o conjunto de signos visuales:

⁸⁴ *Ibíd.*, p. 142.

...en el caso de las historietas, se refiere a la composición plástica, la descripción verbal o enunciación de los elementos que conforman todo el objeto de análisis; es la abstracción de todos y cada uno de los componentes sin considerar significaciones, simbolismos o lo que el mensaje pudiera implicar para el lector. No siempre el lector de historietas denota el mensaje, sino que lo capta a partir de la connotación y omite esta fase indispensable para lograr la descodificación.⁸⁵

La connotación representa el análisis más detallado y sintáctico que se lleva a cabo respecto de una imagen. El análisis connotativo se opone a la denotación en el sentido en que ésta trata de ser lo más objetiva posible mientras que la connotación responde a concepciones subjetivas al estar sujeta a los preceptos del analista, es decir, lo que él interpreta de un signo icónico determinado.⁸⁶

El empleo de expresiones tales como: “Esto me produce la sensación de...”, “Me parece que esto significa...”, puede ser de gran ayuda para connotar el lenguaje icónico. Este mensaje es tanto simbólico como cultural, y será más o menos preciso en tanto lo relacionemos con la denotación.⁸⁷

Decodificar un medio, cualquiera que éste sea, requiere de encontrar las interrelaciones existentes entre los tres mensajes que lo componen con el objetivo de conocer su intención, su significado. Todo creador de imágenes es un codificador producto de un contexto histórico que no le es ajeno; por el contrario, el codificador se ve influenciado irremisiblemente por el conjunto de teorías e ideas político, económico y sociales en las que está sumergido. No existe autor que no refleje en su obra, su manera de ver la vida e, incluso, su personalidad. Simplemente recordemos que “la ideología opera por connotación y no por denotación”.⁸⁸

⁸⁵ Guerra, *op. cit.*, p. 25.

⁸⁶ *loc. cit.*

⁸⁷ *loc. cit.*

⁸⁸ Moragas, *op. cit.*, p. 93.

CAPÍTULO 5: La caricatura política durante las campañas electorales del 2006

Aún cuando la delimitación espacio temporal se restringió a los periódicos *Reforma* y *La Jornada* durante el primer semestre de 2006, la cantidad de caricaturas obtenidas durante el proceso de recolección fue demasiado elevada haciendo de su análisis una tarea ardua e infructuosa. Fue necesario delimitar con mayor especificidad la muestra rigiéndonos bajo ciertos preceptos.

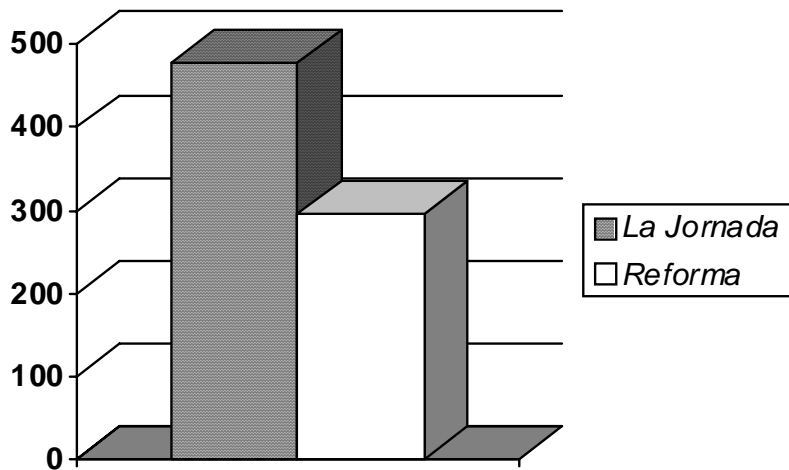
La cantidad de caricaturas recopiladas en un inicio fue reducida considerablemente al seleccionar los momentos clave de la contienda electoral, representados por los meses de mayor interés político. Se realizó un seguimiento de los cartones publicados por cada caricaturista con el fin de determinar su regularidad y representatividad dentro del periódico. A continuación abordaremos a detalle tales parámetros de selección.

5.1. Especificación de la muestra

Con el propósito de analizar las caricaturas políticas publicadas en los diarios *La Jornada* y *Reforma*, fue necesario llevar a cabo un monitoreo de dichas publicaciones desde el mes de enero de 2006 a junio del mismo año, con el fin de recopilar todos los cartones políticos que aparecieron en estos periódicos.

Con base en la cantidad de caricaturas publicadas por cartonista, se seleccionó a los moneros más representativos de cada publicación de acuerdo con el criterio de representatividad que tienen en el periódico. En *La Jornada* fueron elegidos los cartonistas: El Fisgón, Hernández, Helguera y Magú. En *Reforma* fueron seleccionados: Paco Calderón, Rapé y Sifuentes.

Gráfica 1. Total de caricaturas



Se contabilizaron 479 cartones publicados en *La Jornada* por los cuatro moneros antes mencionados y, en el periódico *Reforma*, 296 caricaturas publicadas por los tres cartonistas seleccionados para la muestra (gráfica 1).

Debido al extenso número de caricaturas registradas, y con el objetivo de obtener una muestra representativa de las mismas, se planteó la división de los seis meses de proceso electoral en tres etapas. La primera abarca el mes de enero de 2006 por considerarlo como inicio de las campañas electorales. El segundo lapso se ubica en el mes de marzo de 2006, tomándolo como centro o nudo de las campañas electorales; es decir, representa un punto medio en la temporalidad de la contienda electoral. Por último, el mes de junio de 2006 es la tercera fase de selección al simbolizar el fin del proceso electoral y, por consiguiente, el cierre de campañas por parte de los candidatos a la presidencia.

Gracias a que la categoría asunto es fácilmente identificable, se registraron primeramente aquellas caricaturas cuyos asuntos son referentes a las campañas electorales en los meses de enero, marzo y junio de 2006. Posteriormente, se contabilizó la frecuencia con que el cartonista se refiere a cada asunto y, finalmente, de aquellas caricaturas cuyo asunto se repite en más ocasiones se ha seleccionado una al azar (véase anexo 2).

Total de cartones referentes a las campañas electorales durante el mes de enero.




La Jornada

Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
El Fisgón	4	1	2		7
Hernández	4		3		7
Helguera	3		2		5
Magú			1	2	3
Total	11	1	8	2	22


Reforma



Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
Calderón	1	4		3	8
Rapé	1	1	1		3
Sifuentes	1		2	1	4
Total	3	5	3	4	15

La Jornada

Cartonista	Cartón seleccionado para la muestra de enero	Título
El Fisgón		<p style="text-align: center;">“Según encuestas”. 19 de enero de 2006.</p>
Hernández		<p style="text-align: center;">“Lavándose las manos”. 22 de enero de 2006.</p>
Helguera		<p style="text-align: center;">“Inflado pero atado”. 20 de enero de 2006.</p>
Magú		<p style="text-align: center;">“A doce horas de campaña”. 20 de enero de 2006.</p>

Reforma

Cartonista	Cartón seleccionado para la muestra de enero	Título
Calderón		<p style="text-align: center;">“Obra Pública”. 26 de enero de 2006.</p>

Rapé		“Dios mío, hazme abusada...” * 6 de enero de 2006.
Sifuentes		“Popularidad”. 27 de enero de 2006.

Total de cartones referentes a las campañas electorales durante el mes de marzo.

La Jornada



Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
El Fisgón	1	5	1		7
Hernández	4	3	2	2	11
Helguera	6	3	2		11
Magú	1	4	2		7
Total	12	15	7	2	36

Reforma




Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
Calderón	3	8	1	1	13
Rapé		3	2		5
Sifuentes	1	2	1	3	7
Total	4	13	4	4	25

* Cabe señalar que la caricatura de Rapé, seleccionada para la muestra de enero, ha sido elegida al azar a causa del mismo número de frecuencias encontradas en asuntos hacia los tres partidos.

La Jornada

Cartonista	Cartón seleccionado para la muestra de marzo	Título
El Fisgón		<p>“Frente contra AMLO”.</p> <p>23 de marzo de 2006.</p>
Hernández		<p>“Buena estrategia”.</p> <p>28 de marzo de 2006.</p>
Helguera		<p>“En campaña”.</p> <p>16 de marzo de 2006.</p>
Magú		<p>“Esperando desbandada”.</p> <p>23 de marzo de 2006.</p>

Reforma

Cartonista	Cartón seleccionado para la muestra de marzo	Título
Calderón		“Converso”. 23 de marzo de 2006.
Rapé		“Y siguen...” 28 de marzo de 2006.
Sifuentes		“Encuestas”. 17 de marzo de 2006.

Total de cartones referentes a las campañas electorales durante el mes de junio.





La Jornada

Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
El Fisgón	15	2		1	18
Hernández	14	1			15
Helguera	14	1			15
Magú	5	2		2	9
Total	48	6		3	57




Reforma

Cartonista	PAN	PRD	PRI	Partidos en general	Total
Calderón		9		4	13
Rapé	4		2	1	7
Sifuentes	1	4	1	9	15
Total	5	13	3	14	35

La Jornada

Cartonista	Cartón seleccionado para la muestra de junio	Título
El Fisgón		“Manos limpias, letra pequeña”. 13 de junio de 2006.
Hernández		“Continuidad”. 8 de junio de 2006.
Helguera		“Un amoroso hombre de familia”. 8 de junio de 2006.
Magú		“Cierrandeje eleganteje”. 27 de junio de 2006.

Reforma

Cartonista	Cartón seleccionado para la Muestra de Junio	Título
Calderón		<p style="text-align: center;">“El Espantachambas está vivo!”. 27 de junio de 2006.</p>
Rapé		<p style="text-align: center;">“Haciendo el ridículo”. 3 de junio de 2006.</p>
Sifuentes		<p style="text-align: center;">“Calificación final”. 7 de junio de 2006.</p>

5.2. Análisis semiótico aplicado a los cartones políticos de *La Jornada* y *Reforma*

La caricatura política, como cualquier otra imagen, posee en su contenido mensajes manifiestos y latentes por lo cual requiere de una lectura correcta para su decodificación. Para comprender con eficiencia las significaciones que un caricaturista brinda en sus viñetas resulta imprescindible la denotación y connotación del código visual. Además de ambas fases correspondientes al análisis de los signos icónicos, en este apartado pondremos en práctica los criterios referentes a semiótica estudiados en el capítulo 4 para analizar los cartones políticos de *Reforma* y *La Jornada*.

A continuación desglosaremos en partes a cada caricatura seleccionada durante la muestra, con el fin de conocer los significantes que la integran. Son siete cartones por

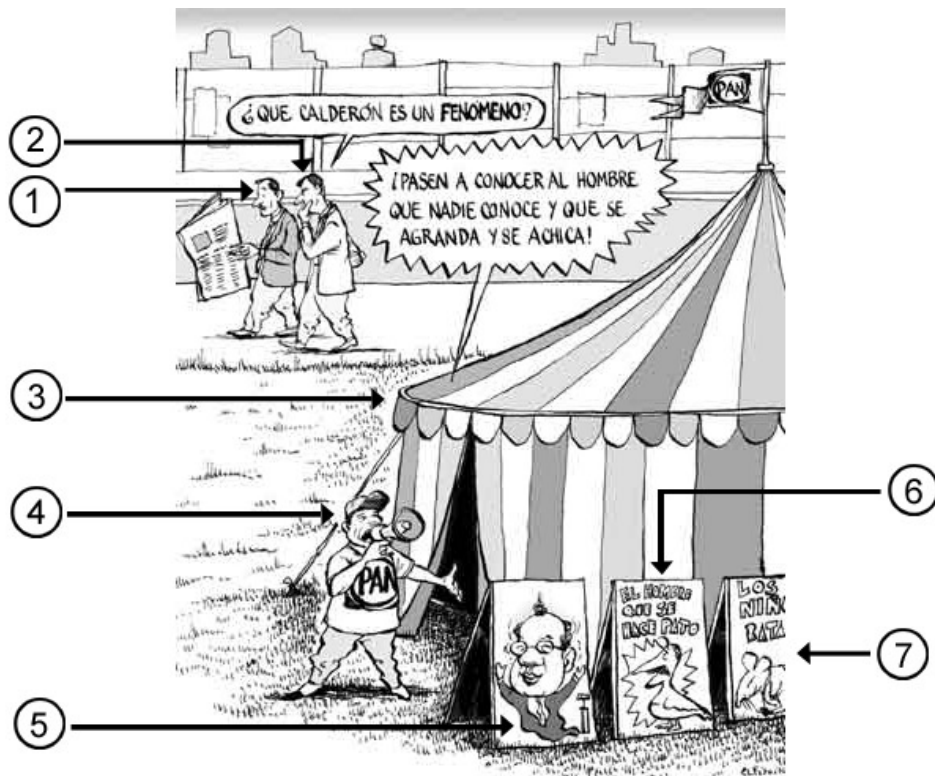
cada mes (enero, marzo y junio) los que estudiaremos, dando un total de 21 caricaturas analizadas. Es importante mencionar que la complejidad de un cartón político está sujeta a la cantidad de elementos que en él se manejan, es decir, sus significantes. Por ello algunos análisis son más extensos que otros.

5.2.1. Enero

El estudio comienza por el mes de enero de 2006, periodo en el que dan inicio las campañas políticas y con ellas se manifiesta un incremento sobre temas electorales dentro de las caricaturas de todos los diarios. Lo anterior se aprecia en mayor medida después del 19 de enero, día en el que formalmente arranca la contienda por la presidencia República.

Temas como las encuestas de salida, las primeras horas de propaganda, la conformación de equipos de campaña, las declaraciones de los candidatos y los escándalos al interior de los partidos en 2005, serán asuntos recurrentes entre los moneros de *Reforma* y *La Jornada*.

Según encuestas



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	El Fisgón
Fecha	19 de enero de 2006.
Medidas	12.49 cm x 9.67 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Martes a sábado.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Según encuestas”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras la tregua electoral pactada por los partidos en el 2005, las campañas inician formalmente el 19 de enero de 2006. Las encuestas de salida otorgan una ventaja para López Obrador con 39% de la preferencia electoral, seguido por Felipe Calderón con 27% y Roberto Madrazo con 22%.

Microunidades significativas

Asunto	La baja popularidad de Felipe Calderón, candidato del PAN, en las encuestas, así como el engrandecimiento de su figura en la campaña electoral de su partido rumbo a la presidencia del 2006.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	PAN, Felipe Calderón, Vicente Fox, y los hermanos Bribiesca.

Denotación

En la caricatura del Fisgón, titulada “Según encuestas”, existen siete significantes. Vemos primeramente a un individuo leyendo un periódico mientras camina (significante 1), tiene el cabello corto y de color negro, tez blanca, bigote pequeño y negro, estatura media y complexión delgada, entre los 30 y 40 años de edad, por último, viste un saco gris y pantalón blanco. A su lado camina otro individuo (significante 2) un poco más alto que el anterior, también de negro cabello corto, de edad y complexión similar; viste saco y pantalones blancos, tiene la mano izquierda en la barbilla. De este individuo se desprende un globo de texto con la frase: “¿Qué Calderón es un fenómeno?”.

Al centro a la derecha de la caricatura se aprecia parte de una carpa de circo (significante 3). En la base de la carpa hay una abertura a manera de entrada y en lo alto un banderín con un cuadrado gris en el centro, en el cual existe un círculo blanco con las letras "PAN". A la izquierda de la entrada de la carpa se encuentra un hombre de pie (significante 4), éste, de tez blanca y complexión robusta, lleva puesta una gorra, pantalón y playera de color blanco, en esta última se aprecia el mismo cuadrado con el círculo blanco y las letras "PAN" encontrado en el banderín de la carpa. El hombre sostiene con la mano derecha un altoparlante a la altura de la boca, la cual mantiene abierta mientras cierra los ojos. La mano izquierda del individuo está extendida y apunta hacia la entrada de la carpa circense. De este hombre se despliega un globo de texto con forma de dientes de sierra en el que puede leerse la leyenda "¡Pasen a conocer al hombre que nadie conoce y que se agranda y se achica!".

Un poco más abajo y a la derecha del hombre se sitúa un cartel (significante 5), con la efigie de un individuo con poco cabello negro, ojos pequeños enmarcados por unos lentes, y nariz, frente y mejillas prominentes. Este individuo usa un traje gris oscuro, camisa y corbata de color blanco. Sus manos se alzan abiertas al nivel de la cara. En vez de piernas, el cuerpo del hombre termina en una sola extremidad unida a una bomba de inflado.

A la derecha de este cartel se encuentra otro del mismo tamaño (significante 6) pero con una imagen diferente. En el cartel aparece la figura de un ser con cabeza humana y cuerpo de ave. En la cara se observa poco cabello oscuro y una tez blanca, nariz grande y amplios bigotes negros. Encima de esta figura se lee el mote "El hombre que se hace pato".

A la derecha de este último cartel encontramos otro más con las mismas dimensiones pero contenido diferente (significante 7). En él, a pesar de estar cortado a la mitad por la delimitación espacial de la viñeta, se aprecia la representación de una rata blanca, arriba de la cual se ubica la frase "Los niños rata".

Connotación

El significante 1 junto al significante 2 forma una unidad significativa que se traduce como *par de individuos leyendo el periódico*. Ambos parecen ser afines en la medida en que caminan juntos, visten de manera similar, son físicamente parecidos y leen el mismo diario. Con ello, el caricaturista pretende indicar que se trata de individuos de una misma clase social, con aficiones, gustos e inquietudes comunes, representan a la generalidad de la sociedad. El globo de texto que sale de uno de ellos contextualiza y pone en situación a los actores de la caricatura. La frase “¿Que Calderón es un fenómeno?”, no niega o afirma la interrogante que en ella se emite, simplemente plantea una elocución con un doble sentido. Es decir, por una parte se le atribuye una connotación positiva en el sentido de que denominaría fenómeno a Calderón por su posicionamiento en la preferencia del electorado; o negativa, en la manera en que surgiría la comparación de Calderón con un monstruo, una rareza, una anormalidad, un fenómeno.

Lo anterior es perfectamente comprensible si consideramos que la palabra fenómeno en español tiene ambas connotaciones, tanto positivas como negativas. Este problema se resuelve cuando, continuando con la lectura, vemos las figuras de la carpa (significante 3) y el hombre con el altavoz (significante 4). Ambos se relacionan entre sí para expresar una sola unidad significativa, *espectáculo de circo*, el hombre anuncia una atracción circense y parece invitar al interior de la carpa, lugar donde se llevará a cabo el espectáculo. De especial interés resulta el cuadrado con el círculo blanco y las letras “PAN” en su interior, encontrado tanto en el banderín de la carpa como en la camiseta del anunciante, simboliza el emblema del Partido Acción Nacional (PAN), al cual representaba Calderón en las elecciones del 2006.

El empleo de dicho emblema responde a la necesidad de simbolizar la pertenencia del anunciante y su carpa a un mismo grupo o núcleo, el PAN. La frase “¡Pasen a conocer al hombre que nadie conoce y que se agranda y se achica!”, encontrada en el globo con forma de dientes de sierra (lo cual simboliza la voz obtenida al hablar a través de un

altoparlante), no sólo hace alusión a Felipe Calderón, sino que le atribuye características excepcionales para engrandecer su figura a voluntad, a pesar de los resultados de las encuestas de salida, asunto al que se refiere el título del cartón.

En lo que respecta a los significantes 5, 6 y 7, es decir, los carteles, éstos hacen las veces de reforzadores para el concepto de circo que se maneja y nos indican las atracciones que se exhiben en la carpa. En el primer cartel se observa la representación de Calderón sin piernas, pero unido a una bomba de inflado que repite la idea del engrandecimiento que se hace respecto al candidato del PAN. La figura de Calderón va acompañada de algunos ecos de movimiento para indicar que aumenta de tamaño, se infla.

En el segundo cartel se aprecia la imagen de un Fox con cuerpo de pato como apoyo para la frase “El hombre que se hace pato”, gentilismo que en nuestro país significa hacerse el tonto. Esto parece indicar que el cartonista tilda a Fox de ineficaz en su desempeño como mandatario de nuestro país. El tercer cartel hace referencia a los hijos de Marta Sahagún, los hermanos Bribiesca, éstos no aparecen de manera formal pero son simbolizados con una rata por el cartonista. Recordemos que la palabra rata tiene una connotación de “ladrón” en su sentido coloquial en México. Lo anterior va de acuerdo con la leyenda del cartel “Los niños rata” y se hace en alusión al escándalo en que estos personajes se vieron involucrados por presunto enriquecimiento ilícito, tema en boga durante enero del 2006.

Aunque toda la acción se encuentra en una misma viñeta, ésta no ocurre al mismo tiempo. Mientras uno de los hombres que pasan caminando parece formular una pregunta (si Calderón es un fenómeno), el anunciante da la impresión de responder a la interrogante (Calderón es un fenómeno de circo) y la carpa, junto con los carteles, refuerzan esta idea (el PAN a manera de circo).

Basados en lo anterior, podemos afirmar que el cartonista da por hecho que un amplio sector de la sociedad desconoce a Calderón y, por ende, sus propuestas de campaña.

Para el Fisgón, el candidato del PAN a la presidencia se engrandece por la popularidad y preferencia en el electorado atribuida por su propio partido. El caricaturista hace hincapié en los escándalos al interior del PAN para relacionar al candidato de este partido con factores negativos y así desacreditarlo.

Figuras retóricas visuales:

Sinécdoque: se observa en la carpa y en el tercer cartel, éstos no aparecen completos.

Elipsis: en el cartel sobre Calderón al suprimirse sus piernas.

Hipérbole: usada en la estilización y exageración de los rasgos de Calderón y Fox.

Metonimia: se emplea para simbolizar a los Bribiesca como ratas, es decir, ladrones y a Fox como un pato, o sea, incompetente.

Alusión: en la referencia que se hace de Calderón, Fox y los Bribiesca.

El cartonista usa el plano general para ahorrar espacio y mostrar en una sola viñeta una unidad narrativa que pudo haberle tomado más fotogramas con el mismo resultado. La angulación (toma frontal) no arroja connotaciones especiales para la imagen.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Un par de individuos leyendo en el periódico una nota sobre la campaña electoral de Felipe Calderón.
Función de armado	Un hombre anunciando una atracción de circo, es decir, un hombre con capacidades anormales.
Función de disyunción	Carpa de circo donde se exhibe a Felipe Calderón como si se tratara de una rareza, monstruo o fenómeno de la naturaleza.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), Vicente Fox y hermanos Bribiesca.

Lavándose las manos.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Hernández
Fecha	22 de enero de 2006.
Medidas	12.5 cm x 10.34 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Domingo a jueves.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	"Lavándose las manos".
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Durante el comienzo de la campaña electoral de Felipe Calderón Hinojosa, candidato del PAN a la presidencia de México en el 2006, se vivía un escándalo en el partido que podía repercutir negativamente en la imagen del PAN: el enriquecimiento ilícito de los hermanos Bribiesca, hijos de Marta Sahagún de Fox. El 21 de enero Calderón se deslindó por completo de cualquier nexo con los Bribiesca.

Microunidades significativas

Asunto	El enriquecimiento ilícito de los hijos de Marta Sahagún y las relaciones con otros actores político-económicos que determinarán parte de su gobierno.
Plano	Plano medio.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), hermanos Bribiesca.

Denotación

En esta caricatura de Hernández encontramos solamente un significante: la figura de un hombre de corto cabello negro, frente amplia, nariz grande y ancha, mejillas prominentes, labios grandes, cejas negras y ojos pequeños. El individuo porta unos lentes transparentes y ligeramente redondeados en las esquinas. Mira hacia al frente mientras cierra el ojo derecho y levanta la ceja izquierda. Las comisuras de sus labios se curvan ligeramente hacia arriba para denotar una sonrisa. El cuerpo del individuo contrasta con su cabeza, el tamaño de ésta es mucho mayor en comparación con el resto del cuerpo. El hombre viste un traje negro, camisa blanca y corbata a rayas de color gris, mantiene las manos extendidas a la altura del abdomen para indicar la exposición de un tema.

Del individuo se desprende un globo de texto dividido en dos partes, en la primera se lee la leyenda “En el caso **Bribiesca** tengo las **manos limpias...**”, nótese que las palabras “Bribiesca” y “manos limpias” aparecen resaltadas en negritas. En la segunda parte del globo se encuentra la frase: “...y si llego a presidente, para no ensuciármelas, no pienso mover **un dedo...**”, obsérvese que las palabras “un” y “dedo” nos son presentadas en negritas.

Connotación

El único significante es Felipe Calderón, candidato del PAN durante las campañas presidenciales del 2006, quien es dibujado por el cartonista guiñando un ojo en un gesto de complicidad, mientras sonrío ligeramente para reforzar este semblante. El autor, el monero Hernández, plasma la caricatura de Calderón mirando hacia el frente

con el fin de que el lector asuma el papel de interpelado. Los brazos extendidos y las manos abiertas de Calderón connotan una actitud expositiva por parte de éste. El candidato del PAN a la presidencia se deslinda, mediante la primera parte del globo de texto, del asunto Bribiesca y su posible enriquecimiento ilícito; es decir, se contextualiza y establece la situación del cartón, asunto fundamental en el cartón que se anuncia desde el título del mismo: “Lavándose las manos”, expresión que se refiere al hecho de marcar una separación de una cosa, tema o asunto.

En la leyenda: “En el caso **Bribiesca** tengo las **manos limpias...**” se resaltan en negritas las palabras claves para el desciframiento del mensaje, la palabra “Bribiesca” hace alusión al escándalo protagonizado por los hijos de Marta Sahagún y “manos limpias” se refiere al slogan de campaña de Calderón. La inclusión de tales datos no es para nada azarosa sino que responde al deseo del autor por añadir significaciones negativas a la campaña del PAN y, por consiguiente, a su candidato.

En la siguiente parte del globo se emite una segunda frase que contradice a la primera: “...y si llego a presidente, para no ensuciármelas, no pienso mover **un dedo...**”, texto con el cual el cartonista pretende dar a entender que, de llegar a la presidencia, Calderón no realizaría ningún esfuerzo para castigar a los Bribiesca por los delitos que se les imputan. La palabra “dedo” aparece en negritas para enfatizar la inacción de Calderón respecto al caso Bribiesca. Es así como el caricaturista articula la situación a través del slogan de Calderón, el cual no niega ni contrapone, sino que realiza un juego de palabras basado en el mismo slogan para connotar una significación completamente contradictoria; o sea, una paradoja.

El cartonista recurre a la ridiculización de Calderón mediante la exageración de sus rasgos físicos, visible sobre todo en las dimensiones de la cara respecto al cuerpo. El plano medio seleccionado por el autor pretende centrar la atención tanto en el guiño de Calderón como en su ademán expositivo observado en las manos.

Figuras retóricas visuales:

Paradoja: se utiliza para contraponer la frase “manos limpias” = rectitud, integridad, imparcialidad, contra “no mover un dedo” = inactividad, condescendencia, complicidad.

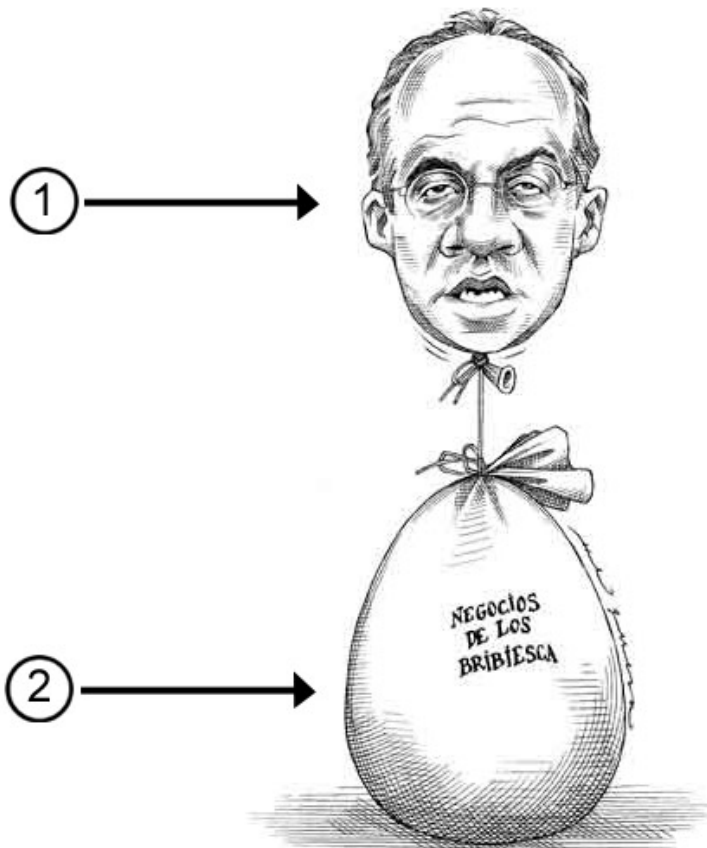
Sinécdoque: se emplea para significar la figura de Calderón aun cuando ésta aparece cortada a la altura de la cintura y no pueden verse los pies.

Hipérbole: observable principalmente en la exageración de las dimensiones de la cabeza y el cuerpo, además de la estilización de los rasgos de la cara de Calderón.

Alusión: usada para referirse a los hermanos Bribiesca.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Felipe Calderón, ex candidato panista a la presidencia de México en el 2006, exponiendo un tema relacionado con su campaña.
Función de armado	Deslinde de Calderón respecto al caso Bribiesca.
Función de disyunción	Inactividad de Calderón contra los Bribiesca por actos de peculado, en caso de convertirse en presidente de México.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), hermanos Bribiesca.

Inflado pero atado.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Helguera
Fecha	20 de enero de 2006.
Medidas	12.49 cm x 8.78 cm
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Lunes, miércoles, jueves, viernes y sábado.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Inflado pero atado”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Durante el comienzo de la campaña electoral de Felipe Calderón Hinojosa, candidato del PAN a la presidencia de México en el 2006, se vivía un escándalo en el partido que podía repercutir negativamente en la imagen del PAN: el enriquecimiento ilícito de los hermanos Bribiesca, hijos de Marta Sahagún de Fox.

Microunidades significativas

Asunto	El enriquecimiento ilícito de los hijos de Marta Sahagún y las relaciones con otros actores político-económicos que determinarán parte de su gobierno, además del engrandecimiento de la figura de Felipe Calderón.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), y los hermanos Bribiesca.

Denotación

En esta caricatura se denotan dos significantes, el primero es la cara de un individuo de frente amplia y cabello oscuro, ojos semiabiertos y anteojos ligeramente redondeados en las esquinas, nariz prominente y boca mediana de labios anchos en la que sólo se aprecian los dientes inferiores. Debajo de la cara del individuo (significante 1) se observa una válvula de globo atada por un cordón a una bolsa pesada (significante 2), misma que tiene escrita la leyenda: “Negocios de los Bribiesca”.

Connotación

De la caricatura se connota que el significante 1 representa la cara de Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia. La válvula que aparece debajo de la cara de Calderón sirve para insinuar que ésta es un globo. Debajo de la cara se hallan algunos ecos de movimiento para indicar un ligero desplazamiento.

La bolsa pesada o llena (significante 2), con el mote “Negocios de los Bribiesca”, representa los negocios mediante los cuales los hijos de Marta Sahagún se enriquecieron durante el sexenio de Vicente Fox Quesada. El hecho de que el cartonista dibuje la cara a manera de globo y atada a una bolsa pesada, que simboliza los negocios de los hermanos Bribiesca, indica que la campaña electoral de Felipe Calderón no despegó o levanta como se quisiera, gracias a los escándalos sobre corrupción que afectan directamente a su partido y le restan credibilidad.

En lo que respecta al título del cartón: “Inflado pero atado”, éste cumple con la función de amarre en la medida que indica el patrón a seguir para el desciframiento de la caricatura, a la vez que sirve para reforzar el contenido de la misma. El adjetivo inflado se refiere a Felipe Calderón, quien se ve agrandado por su campaña electoral. Al mismo tiempo se encuentra “atado”; es decir, frenado por los escándalos al interior de su partido. El plano general pretende mostrar completos a Calderón y la bolsa pesada para que el lector los capte como un todo. No se realizan angulaciones o iluminaciones especiales.

Figuras retóricas visuales:

Metonimia: se observa cuando el autor de la caricatura cosifica la cara de Felipe Calderón y la convierte en un globo. La metonimia también está presente en la bolsa pesada que simboliza los negocios de los hermanos Bribiesca.

Elipsis: se aprecia por la omisión o supresión del cuerpo de Felipe Calderón.

Alusión: la leyenda “Negocios de los Bribiesca” en la bolsa, se refiere a los hijos de Marta Sahagún.

Estructura del chiste	
Función de normalización	En el título de la caricatura “Inflado pero atado”, a la par del despliegue de la cara de Felipe Calderón.
Función de armado	La cara de Calderón a manera de globo, atada a una bolsa llena y pesada.
Función de disyunción	Bolsa pesada que alude a los negocios de los hermanos Bribiesca.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), hermanos Bribiesca.

A doce horas de campaña



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Magú
Fecha	20 de enero de 2006.
Medidas	6.7 cm. x 12 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Lunes a viernes.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“A doce horas de campaña”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras la tregua electoral pactada por los partidos en el 2005, las campañas electorales a la presidencia inician formalmente el 19 de enero de 2006.

Microunidades significativas

Asunto	Acoso al electorado por parte de los partidos en el arranque formal de las campañas electorales.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Partidos políticos, electorado e IFE.

Denotación

En esta caricatura se denotan dos significantes y una unidad significativa. Esta última está constituida por un conjunto de seis globos de texto en desorden, uno sobre otro y sin deltas que indique sus destinatarios, se inclinan hacia abajo y el texto que contienen aparece en negritas. Dicen lo siguiente:

Globo 1: Te prometo.

Globo 2: Yo te cumplo.

Globo 3: Te ofrezco!

Globo 4: Mi programa!

Globo 5: Miente!

Globo 6: Escucha!

En estos globos se ven distintos tipos de líneas y puntos alrededor del texto y en el perímetro de los mismos bocadillos. El primer significante se compone por un grupo de diez personas formadas en una sola fila, a su vez, el grupo está conformado por hombres y mujeres en edad adulta, mismos que visten distintos tipos de ropa casual. Un rasgo común encontrado en todos ellos son los ojos blancos y esféricos. El individuo

situado al frente de la fila levanta la mano derecha extendida y a la altura de su barbilla mientras abre la boca y mira en dirección al edificio ubicado a su izquierda. De la boca de este individuo sale un globo de texto con la leyenda "... y cuándo será la siguiente tregua?". Debajo de este globo se lee el texto "...ya nos urge".

El segundo significante está representado por un edificio rectangular en cuya base se aprecian tres escalones y una puerta doble, encima de ésta se hayan las siglas "IFE" y más arriba una serie de líneas estilizadas que semejan ventanas. Atrás se alcanza a observar varios edificios de forma comúnmente rectangular.

Connotación

El conjunto de globos sin dueño aparente que se enciman y atropellan entre sí, dan la impresión de ser emitidos por los políticos en campaña. Frases como "Yo te cumplo" y "Te ofrezco" se refieren a las promesas de los candidatos presidenciales, mientras que frases como "Miente!" representan las descalificaciones realizadas entre políticos durante la contienda electoral. El hecho de no aclarar el emisor de dichos bocadillos connota la intención del cartonista por atribuírselos a la generalidad de los políticos. Al dibujar los globos uno sobre otro atropellándose, y colocarlos en dirección del grupo de individuos, significa el intento desesperado por parte de la clase política por atraer la voluntad del electorado.

Es por ello que las frases de los políticos se nos presentan rodeadas de ruidos (líneas y puntos) remarcadas en negritas, se intenta simbolizar un alto tono de voz así como una disonancia en éste. Nótese también que el autor usa la frase "Escucha!" en su forma imperativa para connotar una cierta imposición, una orden, emitida de parte de los partidos con el fin de ser atendidos. El conjunto de globos ocupa un gran espacio dentro de la viñeta frente al cual tanto los individuos como el edificio parecen diminutos, los mensajes de campaña saturan en gran medida al elector desde el primer día de la contienda electoral.

Nuestro primer significante (la fila de individuos), parece alejarse en lo posible de los globos de texto que simbolizan las propuestas de campaña. Estas personas, cuya numerosidad representa al electorado, espera en orden a las afueras del edificio del IFE (significante 2), mientras uno de la comitiva, que aparentemente es el líder, pregunta al IFE en ademán inquisitivo acerca de la próxima tregua electoral; interrogante que refleja el hastío de la sociedad respecto a los discursos político-electorales.

Encontramos una primera oposición, mientras que el electorado espera formando una fila a las afueras del IFE, los globos de los políticos se agolpan y enredan entre sí, el orden contra el desorden; para muestra de ello se ofrece la comparación entre el globo del representante del electorado (globo blanco, sin ruidos, esférico y simétrico) y cualquier globo de los políticos (globo con ruidos, elíptico y poco simétrico). Apenas por encima del individuo que realiza la pregunta, se observa un texto que dice "... ya nos urge!" (la tregua, en su connotación de descanso, armisticio o paz), leyenda que refuerza y refleja el agobio del electorado a causa de las campañas, y que puede atribuírsele al conjunto de personas o, incluso, al autor mismo.

Magú no hace uso del encuadre, la inclinación o la iluminación para adjetivar su caricatura, simplemente engloba la unidad narrativa en un plano general para captar la acción en su totalidad, fines meramente prácticos.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: se observa en el empleo continuo del mismo tipo de imagen, ya sea en la forma de los seis globos o en las diez personas formadas.

Elipsis: es usada al eliminar al emisor(es) de los seis globos de texto.

Hipérbole: se nota en la estilización de los trazos así como la exageración de los mismos.

Metáfora: se utiliza en los ruidos, líneas y puntos, que se añaden a los globos.

Alusión: al hacer referencia (aunque no directa) de la generalidad de las campañas políticas.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Discursos y mensajes de campaña de partidos políticos.
Función de armado	Grupo de individuos formados a las afueras del IFE.
Función de disyunción	Hombre preguntándole al IFE sobre la próxima tregua electoral.
En pro de:	Electorado.
En contra de:	Partidos Políticos.

Obra pública.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma.</i>
Autor	Paco Calderón.
Fecha	26 de enero de 2006.
Medidas	9.17 cm. x 12.49 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Martes, miércoles, jueves, viernes y domingo.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Obra Pública”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras controvertidas decisiones tomadas por el gobierno de Andrés Manuel López Obrador en la Ciudad de México, tales como la construcción del segundo piso del Periférico, el PRD elige como candidato a Obrador para que lo represente durante los comicios del 2006.

Microunidades significativas

Asunto	Las obras públicas realizadas durante el gobierno de López Obrador en la Ciudad de México y su repercusión en la campaña del PRD a la presidencia del 2006.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Andrés Manuel López Obrador (PRD).

Denotación

En la caricatura encontramos tres significantes, el primero es la figura estilizada de una esfinge egipcia cuyo rostro es el de un hombre de gran nariz, ojos extremadamente pequeños y boca sonriente, mejillas amplias y barbilla prominente. En la frente del individuo se observa, a manera de corona, el símbolo de una mano con el dedo índice apuntando hacia arriba.

El segundo significante son tres pirámides de tipo egipcio que aparecen detrás del significante 1. El tercer significante es la figura de un estilizado sol hecho a base de un círculo circundado por una serie de líneas delgadas de color negro que semejan los rayos del sol. La frase “...y hecha a mano!” se encuentra ligeramente por encima del centro de la caricatura y alineada hacia la derecha.

Connotación

De la caricatura de Calderón se connota lo siguiente: que el significante 1 es el candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador, cuya imagen ha sido erigida en una esfinge. De lo anterior se desprenden dos acepciones; por una parte, que la construcción del segundo piso del periférico constituyó una obra monumental, casi “faraónica”, que devino en una gran aceptación por parte de la gente para con López Obrador. El cartonista parece sugerir a través de la esfinge, que la aceptación alcanzada entre los sectores más populares de la población contribuyó a “endiosar” la figura de Obrador. Tanto el título del cartón (“Obra pública”), como la frase “...y hecha mano!”, sirven para reforzar las acepciones antes mencionadas del significante 1.

En lo que al símbolo de la mano con el dedo índice apuntando hacia arriba se refiere, éste tiene una connotación de autoritario o unilateralidad que recae en la figura de López Obrador. El significante 2, las tres pirámides, al estar detrás de la esfinge sirven como fondo para el significante 1, además de contextualizar la imagen y reforzar la idea principal de la caricatura. El significante 3 no es más que el logotipo del PRD, cuya función es la de reafirmar la figura de quien se habla: López Obrador y su partido.

Figuras retóricas visuales:

Metáfora: se usa al colocar el logo del PRD a manera de sol.

Hipérbole: se nota en los rasgos extremadamente estilizados de la cara de López Obrador.

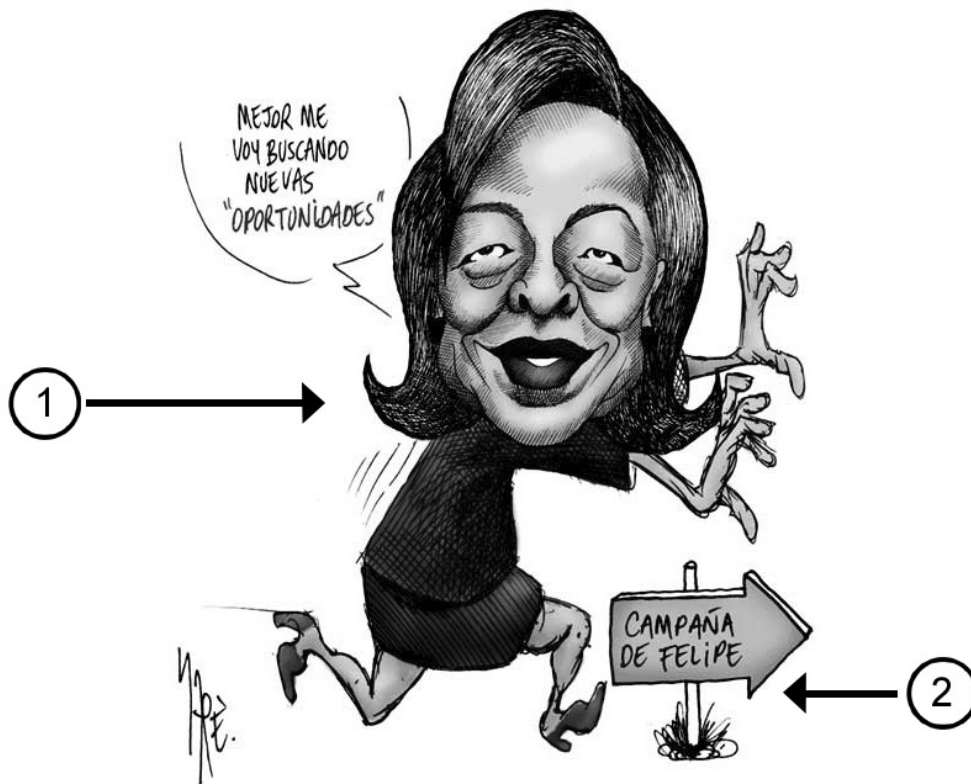
Repetición: las pirámides como elemento de contexto se repiten en tres ocasiones.

Sinécdoque: se aprecia en dos de las pirámides, tanto la de la izquierda como la de la derecha no aparecen en su totalidad.

Metonimia: es usada para representar la figura de López Obrador como una esfinge, y para simbolizar al sol con el logo del PRD.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Representación de tres pirámides egipcias y una esfinge.
Función de armado	Cara estilizada de un hombre sobre el cuerpo de la esfinge.
Función de disyunción	Representación de López Obrador a manera de esfinge egipcia.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).

Dios mío, hazme abusada...
Dios mío, hazme abusada... Rapé



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma.</i>
Autor	Rapé.
Fecha	6 de enero de 2006.
Medidas	13.83 cm x 10.38 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Dios mío, hazme abusada...”
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Formalmente, la ex secretaria de Desarrollo Social, Josefina Vázquez Mota, se incorporó a la campaña del panista Felipe Calderón el 9 de enero, como coordinadora de operación política; desde el 5 de enero Vázquez Mota anunciaba su salida de Sedesol. Sobre los señalamientos de PRI y PRD de que Vázquez Mota utilizaría sus conocimientos de los programas sociales en favor de Calderón, la ex funcionaria insistió en que el sector social está blindado.

Microunidades significativas

Asunto	Ingreso de Josefina Vázquez Mota, ex secretaria de Desarrollo Social, a la campaña presidencial de Felipe Calderón (PAN), y el posible uso de programas sociales en pro de Calderón.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Josefina Vázquez Mota, ex Secretaria de Desarrollo Social y coordinadora de la campaña presidencial del PAN en el 2006, y Felipe Calderón (PAN).

Denotación

En la caricatura de Rapé titulada “Dios mío, hazme abusada...” encontramos dos significantes. El primero es una mujer de cabello negro y largo hasta los hombros, tez morena clara, frente amplia, cejas delgadas y largas, ojos pequeños y rasgados, ojeras marcadas, pómulos pronunciados, nariz mediana, abultada en la punta, de fosas pequeñas, labios cafés gruesos que dejan ver una ligera sonrisa, barbilla saliente y orejas diminutas. Viste una camiseta color vino, falda aguamarina y zapatillas cafés.

La mujer se encuentra de perfil mientras mira de frente hacia el espectador, a la vez que mantiene los brazos extendidos hacia el frente, con los dedos de las manos también estirados al frente y da la impresión de correr. Un globo de texto se desprende de su cabeza y dice: “Mejor me voy buscando nuevas ‘oportunidades’”, la palabra

“oportunidades” aparece en color azul mientras el resto del texto lo hace en negro. A la mujer le salen de la espalda cuatro líneas negras paralelas.

El segundo significativo es un letrero con forma de flecha que apunta hacia la derecha, de color azul y clavado en el piso por un palo blanco que dice: “Campaña de Felipe”.

Connotación

De la caricatura podemos connotar que el primer significativo se refiere a Josefina Vázquez Mota, ex secretaria de Desarrollo Social durante el sexenio de Vicente Fox, quien ingresó a la campaña de Felipe Calderón a principios de enero de 2006, dejando la Sedesol en manos de Ana Teresa Aranda. En la caricatura, Vázquez Mota se nos presenta corriendo (dado que sus pies no tocan el piso y algunas líneas de movimiento le salen de la espalda) hacia la derecha, toda vez que exclama “Mejor me voy buscando nuevas ‘oportunidades’”. Esta frase hace alusión al programa de la Sedesol llamado “Oportunidades” (razón por la cual esa palabra aparece en color azul en el bocadillo) y en este cartón posee un doble sentido, también se refiere a la salida de Vázquez Mota de la Sedesol para sumarse al equipo de campaña de Calderón.

Lo anterior se ve reforzado por el segundo significativo, el cartel con la leyenda “Campaña de Felipe”, que nos indica la dirección de la campaña del blanquiazul (nótese que el letrero contiene los colores institucionales del PAN), misma dirección hacia la que Vázquez Mota se dirige. Da la impresión de que el autor tilda a la ex secretaria de oportunista o aprovechada, en una connotación claramente negativa. Rapé considera que Vázquez Mota deja su puesto en busca de uno mejor, además de que podría usar sus conocimientos sobre programas sociales para favorecer al candidato del PAN.

Esto se aprecia desde el título de la caricatura “Dios mío, hazme abusada...”, enunciado que parafrasea, y se burla al mismo tiempo, del nombre de un libro escrito por Vázquez Mota titulado “Dios mío, hazme viuda”. Rapé adapta la frase para englobar el contenido de su caricatura y reforzar la idea principal de la misma.

El plano general de la viñeta pretende darnos una visión más acabada de la acción que se lleva a cabo en la caricatura mientras que la toma frontal no desea interferir la significación y deja una sensación de movimiento estática, a pesar de que el significante uno se encuentra corriendo.

Figuras retóricas visuales:

Hipérbole: se utiliza para deformar y estilizar los rasgos físicos de Vázquez Mota.

Ironía: el título de la caricatura realiza una burla sarcástica del título del libro de Josefina Vázquez Mota con el fin de remitir a situaciones actuales del tema de la caricatura.

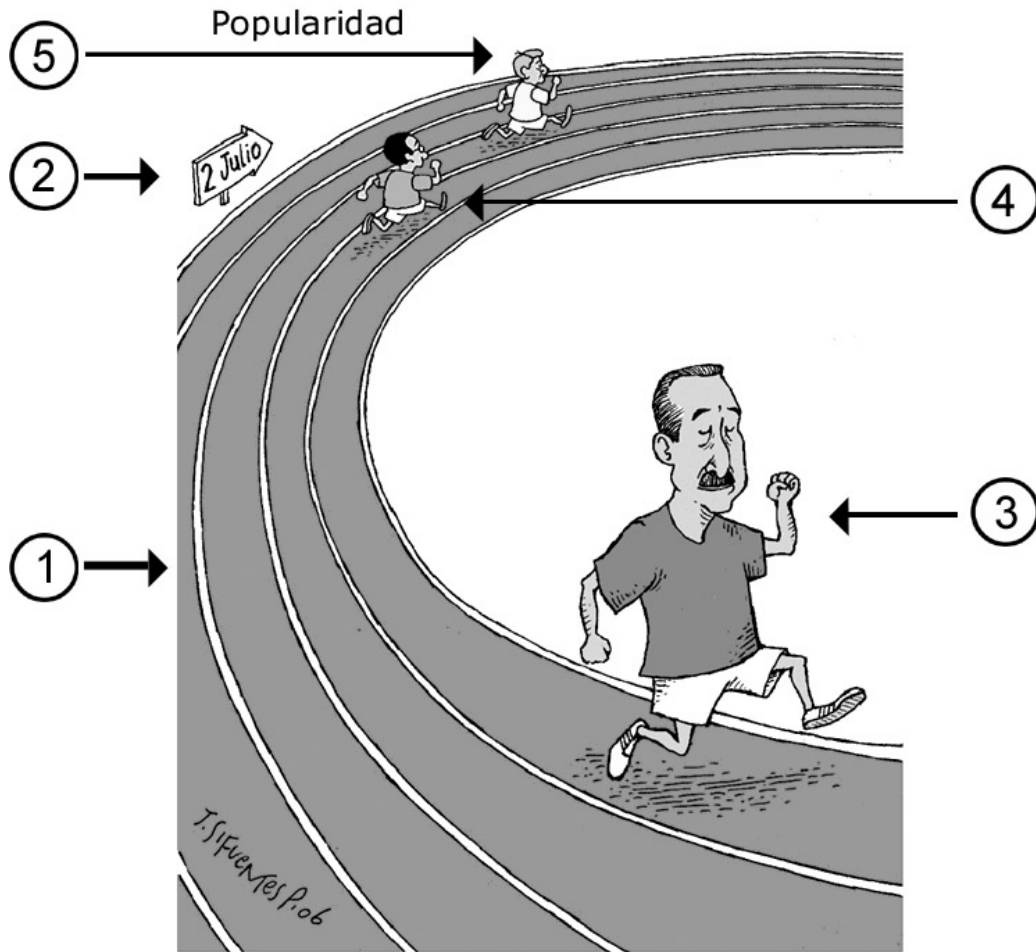
Alusión: con la demarcación en azul de la palabra “Oportunidades” en el bocadillo de Vázquez Mota, se hace referencia al programa de la Sedesol con el mismo nombre, también Felipe Calderón y el PAN son referidos mediante el letrero con forma de flecha.

Anulación de la gravedad: se observa en los pies de la ex secretaria que nunca tocan el piso.

Ecos de movimiento: son las cuatro líneas paralelas que salen de la espalda de Vázquez Mota.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Josefina Vázquez Mota, ex secretaria de Desarrollo Social corriendo.
Función de armado	Letrero que apunta a la derecha para indicar la dirección a seguir para llegar a la campaña de Felipe Calderón.
Función de disyunción	Josefina Vázquez Mota corriendo en dirección de la campaña de Felipe Calderón a la vez que dice buscar nuevas “oportunidades”.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Josefina Vázquez Mota, ex secretaria de Desarrollo Social, y Felipe Calderón (PAN).

Popularidad.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma.</i>
Autor	Sifuentes.
Fecha	27 de enero de 2006.
Medidas	13.02 cm x 9.81 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Popularidad”
Montaje	Narración lineal.

Contexto	Tras la tregua electoral pactada por los partidos en el 2005, las campañas inician formalmente el 19 de enero de 2006. Las encuestas de salida otorgan una ventaja para López Obrador con 39% de la preferencia electoral, seguido por Felipe Calderón con 27% y Roberto Madrazo con 22%.
----------	---

Microunidades significativas

Asunto	Impopularidad de Madrazo entre el electorado, reflejada en las encuestas de salida.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Roberto Madrazo (PRI), Felipe Calderón (PAN) y López Obrador (PRD).

Denotación

En esta caricatura de Sifuentes se encuentran cinco significantes. El primero es un camino de color rojo claro dividido en cinco secciones por franjas blancas. El sendero, en su parte más angosta, está curvado a la derecha. A un costado de él, arriba a la izquierda en la caricatura, se encuentra un letrero con forma de flecha (significante 2) que dice: “2 Julio” y apunta hacia donde el sendero da vuelta.

El tercer significativo es un hombre situado en la parte más ancha del camino, abajo a la derecha de la caricatura. Este individuo ocupa gran parte de la viñeta y es de edad madura y corto cabello entrecano, cara alargada, tez clara, bigote negro, nariz ligeramente curva y alargada, complexión delgada, ojos pequeños y cerrados. La boca, apenas perceptible debajo del bigote, se ondula esbozando una ligera sonrisa. El hombre, que aparentemente corre en dirección contraria al letrero con forma de flecha, viste una playera roja, *shorts* blancos y usa zapatos deportivos color blanco.

El cuarto significativo es un individuo de frente amplia y cabello negro, tez clara, nariz ancha y porta anteojos transparentes. Viste *shorts* blancos, playera y tenis de color azul claro. Está ubicado a la derecha del letrero con forma de flecha y ocupa un espacio pequeño en la viñeta. Da la impresión de correr en la dirección indicada por el letrero.

El quinto significativo es otro hombre que ocupa poco espacio en la caricatura y corre en la misma dirección que el anterior significativo, del que se encuentra situado arriba y a la derecha. El hombre tiene la tez clara y cabello gris del cual se irguen un par de cabellos, la nariz curva en forma de gancho, pómulos pronunciados y ojos pequeños a manera de puntos. El individuo viste playera y tenis amarillos, además de unos *shorts* blancos.

Connotación

El primer significativo representa una pista de carreras, escenario donde el cartonista sitúa a los actores. El letrero en forma de flecha y con la leyenda “2 Julio” (donde se suprime la preposición “de” para fines prácticos) simboliza el camino a seguir para llegar al día de las elecciones, dicho en otras palabras, aquel que llegue en primer lugar a la meta –día de los comicios- gana la carrera –contienda- electoral y por ende la presidencia de México.

Nos damos cuenta de que el tercer significativo es Roberto Madrazo, candidato del PRI quien, además de enarbolar en su playera el color rojo, propio de su partido, corre en dirección contraria a la meta, lo que podría connotarse como Roberto Madrazo yendo en retroceso para la preferencia electoral de los comicios del 2 de julio, perdiendo popularidad. El autor lo dibuja con los ojos cerrados en la caricatura, Madrazo no se da cuenta de que va en dirección contraria y, a pesar de ello, sonrío en confiado semblante.

El cuarto significativo es Felipe Calderón Hinojosa, del PAN, corriendo hacia la meta detrás de Andrés Manuel López Obrador (significante 5), del PRD, quien le aventaja en la carrera. Nótese que tanto Calderón como Obrador son representados con los colores de su partido, azul y amarillo respectivamente.

No existen angulaciones o iluminaciones especiales aunque el plano general nos permite observar un panorama amplio de la carrera en la que Madrazo ocupa un

espacio extenso de la viñeta, en comparación con los otros candidatos. El candidato del PRI se vuelve el centro de atención.

Figuras retóricas visuales:

Metonimia: se observa en la representación de la preferencia electoral rumbo al 2 de julio a manera de pista de carreras, en el rumbo a seguir en forma de letrero y en los candidatos como de corredores.

Alegoría: se nota en el conjunto que engloba a las tres anteriores representaciones (preferencia electoral-pista de carreras, rumbo-letrero, candidatos-corredores.) y que pretende simbolizar la contienda electoral.

Sinécdoque: es utilizada para representar una pista de carreras a pesar de que ésta no aparece en su totalidad.

Hipérbole: es vista en la estilización y exageración en los rasgos físicos de los candidatos.

Anulación del movimiento: se utiliza para sugerir que los candidatos están corriendo.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Competencia de atletismo, carrera de velocidad entre candidatos a la presidencia.
Función de armado	Obrador y Calderón corriendo en dirección a la meta.
Función de disyunción	Madrazo corriendo en dirección contraria a la meta.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Roberto Madrazo (PRI).

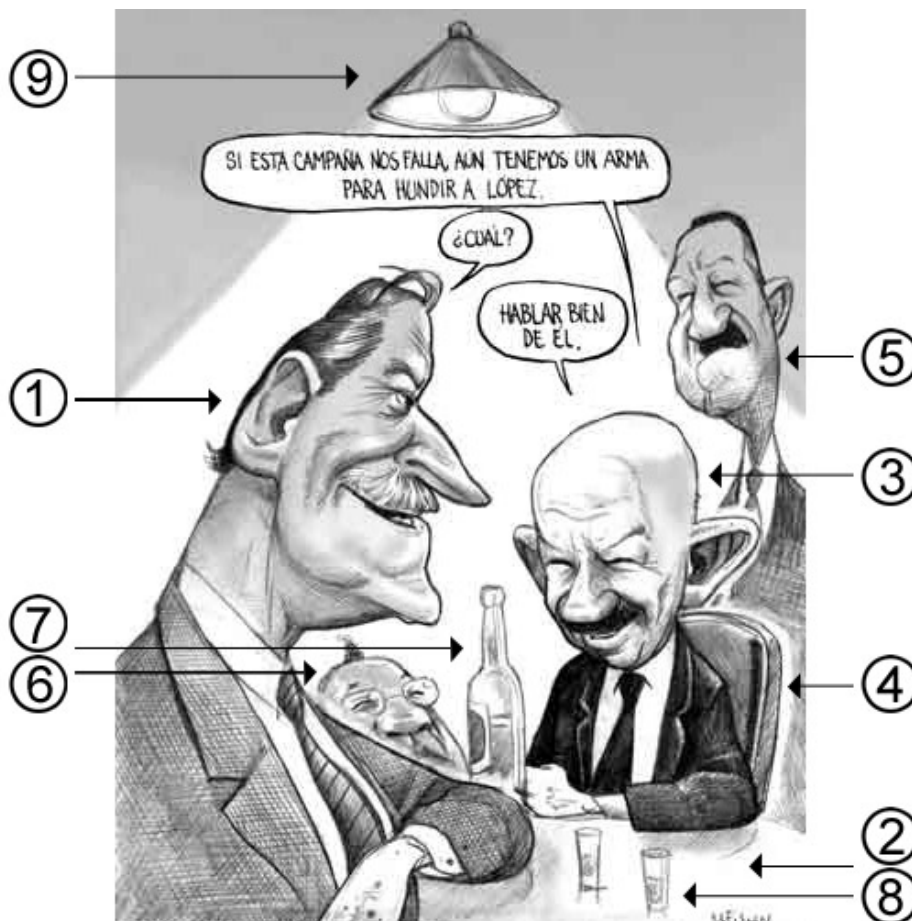
5.2.2. Marzo

Tras el primer trimestre del año 2006, la contienda electoral de dicho año alcanzó su punto más álgido durante el mes de marzo, siendo éste uno de los periodos más controvertidos del proceso. Tal momento representó un parte aguas para los candidatos quienes hubieron de tomar la decisión de cambiar el rumbo de sus campañas o aceptar la caída en las encuestas. Además de significar un tiempo de reajustes, marzo puso el

marco para la guerra de declaraciones desatada entre los aspirantes con miras al primer debate.

Para los cartonistas, el mes de marzo de 2006 ofreció la oportunidad de plasmar en sus caricaturas una mayor diversidad de temas respecto al proceso electoral, a diferencia de enero cuando se vivía un clima de incertidumbre sobre la actuación de los candidatos a la presidencia. Los temas de marzo tocados por los moneros fueron variados y van desde el ajuste de estrategias en las campañas, el argumento de complot contra el López Obrador, las encuestas de popularidad y la integración de ex priístas en el PRD.

Frente contra AMLO.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	El Fisgón.

Fecha	23 de marzo de 2006.
Medidas	12.49 cm x 8.78 cm
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Martes a sábado.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Frente contra AMLO”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras una larga ausencia en el ambiente político, Carlos Salinas de Gortari reaparece en medio de la contienda electoral afirmando el 11 de marzo, durante una conferencia en el Instituto Tecnológico de Massachussets, EU, que las democracias en América Latina se verían amenazadas de triunfar en México la izquierda en las elecciones presidenciales de julio de 2006.

Microunidades significativas

Asunto	La confabulación de ciertos actores políticos con el fin de desprestigiar la imagen de Andrés Manuel López Obrador, durante los comicios del 2006.
Plano	Plano medio.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Vicente Fox, Carlos Salinas, Felipe Calderón (PAN), Roberto Madrazo (PRI), y López Obrador (PRD).

Denotación

En esta caricatura se encuentran nueve significantes. El primero es la imagen de un hombre mayor, cráneo pequeño, nariz aguileña, barbilla afilada, orejas prominentes y espeso bigote entrecano, ojos pequeños, tez clara y poco cabello. El hombre, de sonriente semblante, viste una corbata y traje de color gris oscuro, camisa blanca, y posa su brazo flexionado a la altura del pecho sobre una mesa redonda (significante 2), al parecer de algún material reflectante. Del individuo sale un globo de texto con la leyenda: “¿Cuál?”.

El tercer significante es un sujeto calvo, de grandes orejas puntiagudas, tez clara, nariz amplia, tupido bigote negro, barbilla menuda, ojos pequeños y entrecerrados, así como labios medianos que esbozan una sonrisa. El individuo viste un traje negro con corbata del mismo color y camisa blanca, mantiene el puño cerrado mientras su brazo se apoya horizontalmente sobre la mesa. Este sujeto se encuentra recargado sobre una silla (significante 4) cuyo respaldo se observa a la altura de la espalda del hombre. De él se desprenden un par de globos con los textos: “Si esta campaña nos falla, aún tenemos un arma para hundir a López.” y “Hablar bien de él”.

Detrás de él se halla otro hombre (significante 5) de cara alargada, tez clara, poco cabello entrecano pegado a la cabeza, orejas medianas, ojos pequeños y entrecerrados, frente amplia, nariz curvada, bigote cuadrado de color negro y barbilla pronunciada. El hombre es de complexión delgada y viste un traje gris claro con corbata de igual color, además de una camisa blanca. El sexto significante es la cara de un individuo que se asoma apenas por sobre la mesa. El sujeto tiene una amplia nariz chata, cejas y ojos pequeños sobre los que descansan un par de lentes redondeados en las esquinas, frente amplia, labios medianos, grandes mejillas y poco cabello oscuro del que se levanta un mechón sobre la frente.

En la mesa se observa una botella (significante 7) y un par de vasos pequeños (significante 8). Al centro y arriba de la viñeta se ubica una lámpara de forma cónica (significante 9) cuya luz ilumina de manera descendente la viñeta.

Connotación

De la caricatura es posible connotar que el primer significante se trata del mandatario Vicente Fox Quesada, quien conversa divertido con el tercer significante, con el que se representa a Carlos Salinas de Gortari, ex presidente de México. Éste le comenta a Fox que de fallar la campaña de desprestigio contra Obrador cuentan con otra arma, a lo que Fox pregunta “¿Cuál?” y Salinas, cuyo puño cerrado representa seguridad en su afirmación, responde: “Hablar bien de él”. Con este pequeño diálogo entre Fox y

Salinas, el autor pretende indicar que ambos personajes políticos unieron fuerzas para dañar la figura de Obrador en los comicios del 2006.

La última frase de Salinas: “Hablar bien de él”, es utilizada por el cartonista para atribuir connotaciones negativas a las figuras Salinas y Fox, cuyos comentarios a favor de algún candidato se volverían por tanto contraproducentes. El quinto y sexto significantes son Roberto Madrazo y Felipe Calderón respectivamente. Aunque ambos se nos presentan dentro de la reunión, da la impresión de que juegan papeles secundarios o pasivos, aparecen al fondo de la viñeta y de menor tamaño en comparación con Salinas y Fox en quienes se centra la atención.

Al no intervenir en el diálogo principal Madrazo y Calderón resaltan la importancia de la figura de Fox y Salinas, otorgándoles una mayor jerarquía. Caso especial es el de Felipe Calderón, quien es dibujado de corta estatura con lo que apenas alcanza a asomar la cabeza por encima de la mesa. De ello se desprende que, para el cartonista, Calderón no tiene la estatura mental o inteligencia para compartir un lugar con Fox y Salinas, considerados por el autor como los verdaderos organizadores de una campaña de desprestigio contra Obrador.

La atmósfera se encuentra llena de adjetivos que van desde la mesa, que por su tamaño no deja espacio a más ocupantes, sobre la cual yacen una botella de licor acompañada sólo de dos vasos para que los personajes principales beban, hasta la lámpara que cuelga del techo e ilumina la escena. Este significante es por demás interesante, parece indicar que la reunión se lleva a cabo en un lugar relativamente oscuro, por lo cual la necesidad de iluminación es forzosa; en otras palabras, se desarrolla en secreto, noción cuyo aspecto contrario sería el término “públicamente”.

El título de la caricatura “Frente contra AMLO” hace referencia al asunto central que se trata: la unión de Fox, Salinas, Calderón y Madrazo con el fin de llevar a cabo acciones que afecten la popularidad de Obrador.

El plano medio centra la figura de Fox y Salinas con el fin de resaltar el hecho de que se sientan a la mesa para conversar mientras son observados por Calderón y Madrazo. No se llevan a cabo angulaciones o iluminaciones de interés en este cartón.

Figuras retóricas visuales:

Hipérbole: se nota en las exageraciones que se realizan a las caras de los políticos así como en sus compleciones, especialmente en la figura de Calderón al que se presenta extremadamente bajo de estatura.

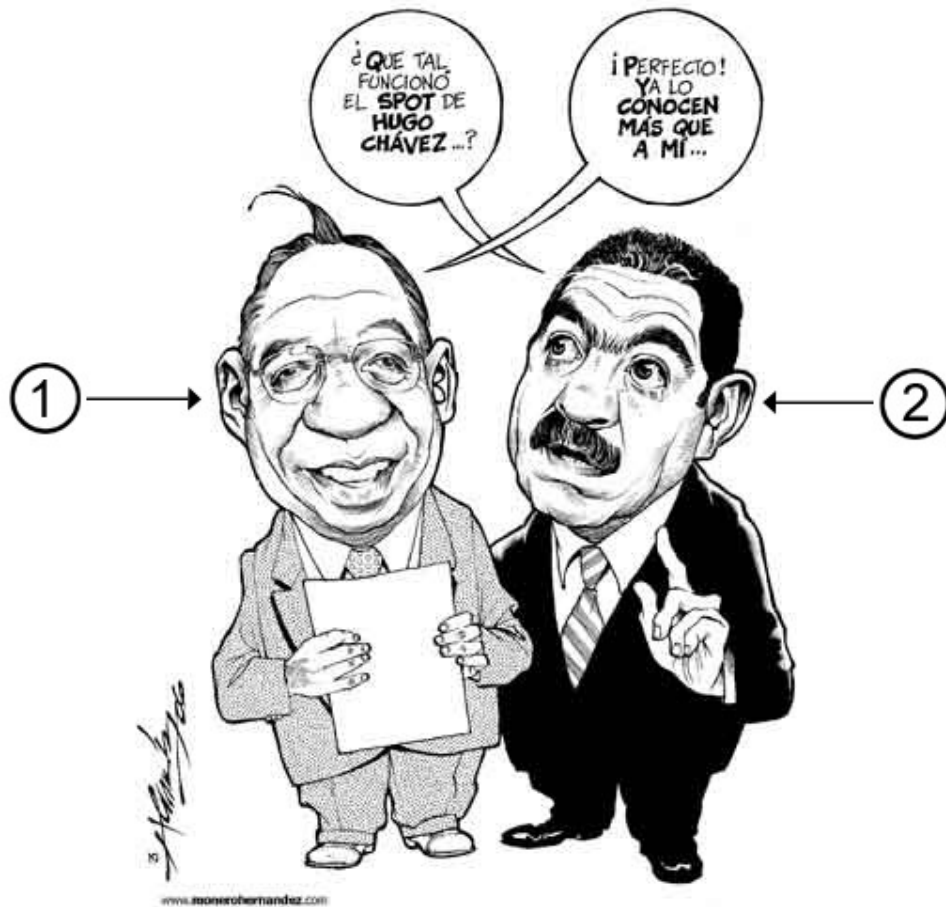
Alegoría: se usa mediante los significantes que establecen la atmósfera de la escena (lámpara, mesa, botella, vasos y silla), para simbolizar una reunión secreta u oculta. También se observa en la disminución de la estatura de Calderón para connotar cualidades psicológicas.

Sinécdoque: se aprecia en la parte de la silla que se asoma detrás de Salinas y que no es mostrada complemente, así como la mesa y el resto del cuerpo de los actores políticos que se omite.

Alusión: En la caricatura Salinas alude a Obrador cuando se refiere a la campaña de desprestigio.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Vicente Fox, Carlos Salinas, Felipe Calderón y Roberto Madrazo juntos en una reunión privada.
Función de armado	Salinas asegurando tener un arma en caso de que la campaña de desprestigio contra Obrador falle.
Función de disyunción	Salinas respondiendo a Fox que esa arma es hablar bien de Obrador.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Vicente Fox, Carlos Salinas, Felipe Calderón (PAN) y Roberto Madrazo (PRI).

Buena estrategia.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Hernández.
Fecha	28 de marzo de 2006.
Medidas	12.42 cm x 9.45 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Domingo a jueves.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Buena estrategia”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	El 22 de marzo del 2006, las bancadas de PAN y PRI en la Cámara

	de Diputados se sumaron para exigir al gobierno de Vicente Fox y al IFE que se investigue a Andrés Manuel López Obrador, por supuestos nexos con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, y grupos armados de otros países. El PAN lanzó un <i>spot</i> televisivo donde se relaciona a Obrador con Hugo Chávez.
--	--

Microunidades significativas

Asunto	Lanzamiento del <i>spot</i> televisivo sobre Hugo Chávez, presidente de Venezuela, y Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD a la presidencia, por el PAN.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), Manuel Espino, presidente nacional de PAN, y Hugo Chávez, presidente de Venezuela.

Denotación

En este cartón, que lleva por título “Buena estrategia”, se encuentran dos significantes. El primero de ellos es un hombre de corta estatura, tez clara, frente amplia, cabello escaso de color gris oscuro del que se levanta un pequeño mechón justo en medio de la frente; cejas estrechas, ojos pequeños, lentes cuadrados redondeados en las esquinas, nariz chata y amplia, boca prominente de labios gruesos en la que se alcanzan a ver los dientes superiores en gesto sonriente, barbilla y orejas pequeñas. El individuo viste un traje y corbata de color gris claro, camisa blanca y zapatos del mismo color. El hombre sostiene una hoja blanca a la altura del pecho.

El signifiante número 2 es otro individuo quien viste traje y zapatos negros, camisa blanca y corbata a rayas. Este hombre tiene cabello negro corto y cejas gruesas unidas ligeramente sobre la nariz, las cejas se arquean hacia arriba por lo cual se marcan las líneas de expresión de la frente, ojos grandes y abiertos mirando en dirección al signifiante 1, nariz chata mediana, grueso bigote negro, boca semiabierta de labios delgados, orejas medianas y barbilla cuadrada. El brazo de esta persona se flexiona a la altura del pecho y la mano extiende el dedo índice en un gesto interrogante.

Existen dos globos de texto, el primero sale del segundo significante y lleva la leyenda: “¿**Q**ué tal funcionó el **s**pot de **H**ugo **C**hávez...?”, mientras que el segundo globo que se desprende del primer significante dice: “¡**P**erfecto! Ya lo **conocen más a que a mí...**”.

Connotación

En la caricatura podemos connotar que el primer significante se trata de Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia durante el 2006, mientras que el segundo se refiere a Manuel Espino, presidente del mismo partido. Este último pregunta a Calderón sobre la efectividad del *spot* acerca de Hugo Chávez. Aunque el *spot* referido trata de la relación entre Chávez y López Obrador, éste último es omitido en la caricatura a propósito.

A la pregunta de Espino, Calderón responde sonriente, mientras sostiene lo que parece ser el informe de resultados del *spot*, que los electores conocen mejor a Chávez que a él mismo. Este gesto, en el que Calderón parece reírse de sí mismo y su impopularidad, sugiere cierta crítica del cartonista hacia la inteligencia del candidato panista. El papel de Espino en la caricatura es secundario al fungir como elemento para plantear la situación.

En lo que a la forma gráfica del texto se refiere, las palabras en negritas pretenden resaltar las ideas brindadas por el cartonista sobre el *spot* de Chávez así como el desconocimiento de Calderón por parte de la sociedad. Nótese que las caras de los personajes no se encuentran demasiado caricaturizadas, siendo la reducción de la estatura la mayor exageración física realizada con fines humorísticos.

El plano general nos permite observar a Calderón y a Espino en su totalidad, a la vez que no se realizan angulaciones o iluminaciones de interés. El título de la caricatura “Buena estrategia” se refiere sarcásticamente a los resultados obtenidos por la estrategia de campaña del PAN gracias al *spot* de Chávez en el presente cartón.

Figuras retóricas visuales:

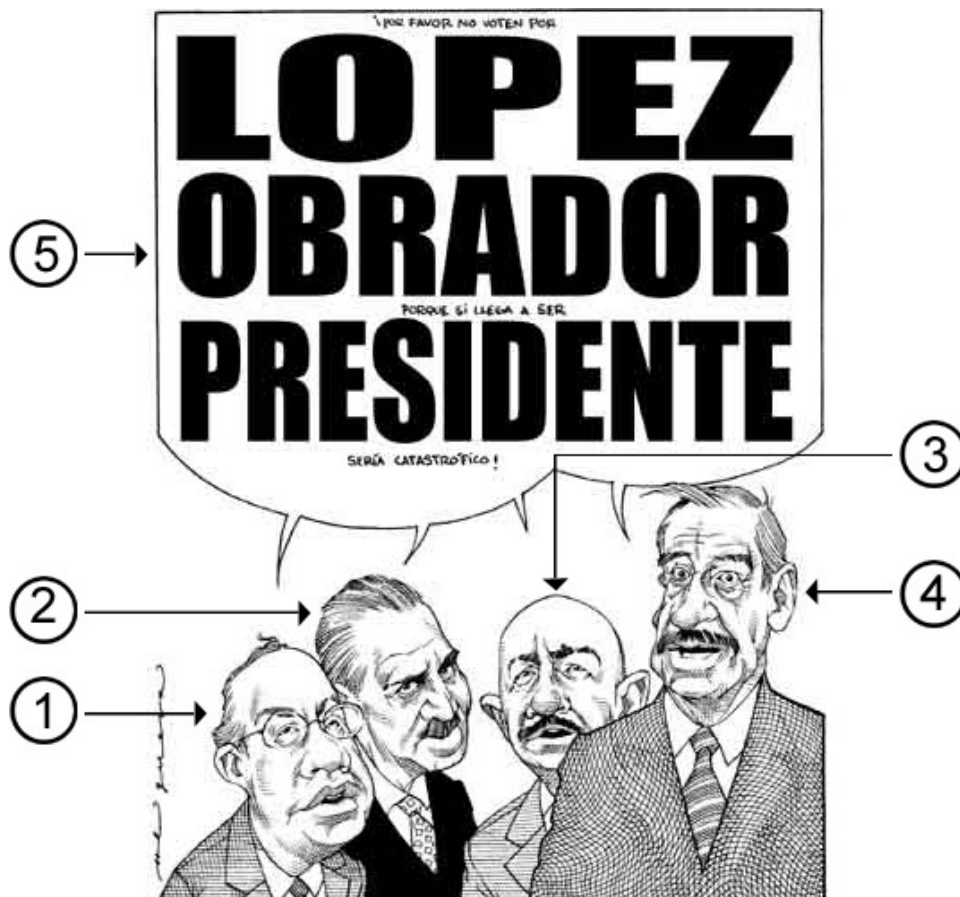
Hipérbole: se ve en las exageraciones realizadas en las caras, aunque no demasiado, y en las estaturas de ambos políticos que aparecen acortadas.

Ironía: se identifica en el momento en el que el título de la caricatura se contrapone sarcásticamente a la idea general del cartón.

Alusión: se hace referencia al *spot* del PAN sobre Hugo Chávez y por ende a éste mismo, indirectamente se alude a Andrés Manuel López Obrador, el *spot* trata sobre las supuestas relaciones de este último con el mandatario venezolano.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Felipe Calderón y Manuel Espino conversando.
Función de armado	Manuel Espino preguntando a Calderón sobre los resultados del <i>spot</i> sobre Hugo Chávez.
Función de disyunción	Calderón respondiendo que el <i>spot</i> funcionó de maravilla, Chávez es ahora conocido más que él mismo.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Felipe Calderón (PAN).

En campaña.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Helguera.
Fecha	16 de marzo de 2006.
Medidas	12.49 cm x 9.49 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Lunes, miércoles, jueves, viernes y sábado.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“En campaña”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	A principios de marzo del 2006, Obrador se sitúa a la cabeza en las encuestas sobre preferencia electoral, por lo que es constantemente nombrado en los discursos de los candidatos del PRI y PAN. Aunado a ello se encuentran los <i>spots</i> del PAN bajo el slogan: “Andrés Manuel López Obrador, un peligro para México”, además de las controvertidas declaraciones del presidente Vicente Fox y el ex mandatario Carlos Salinas.

Microunidades significativas

Asunto	La confabulación de ciertos actores políticos con el fin de desprestigiar la imagen de Andrés Manuel López Obrador, durante los comicios del 2006.
Plano	Plano medio.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Vicente Fox, Carlos Salinas, Felipe Calderón (PAN), Roberto Madrazo (PRI), López Obrador (PRD).

Denotación

Con el título: “En campaña”, este cartón de Helguera nos presenta cinco significantes. El primero es un hombre de cabeza elíptica, escaso cabello grisáceo, frente amplia, tez clara, cejas delgadas, ojos pequeños, lentes rectangulares redondeados en los bordes, nariz chata y amplia, labios prominentes, orejas medianas y se encuentra ligeramente encorvado. El hombre viste un traje y corbata gris claro, junto con una camisa blanca.

El segundo significativo es otro individuo de corto cabello entrecano, frente amplia y saliente, tez clara, gruesas cejas negras que se juntan con los ojos de tamaño medio, nariz amplia y curvada, espeso bigote entrecano de forma rectangular que tan sólo deja ver el labio inferior de gran tamaño, orejas medianas y pómulos salientes. Nótese que las líneas de expresión en este significativo están marcadas. El individuo viste traje negro con camisa blanca y una corbata de color gris claro.

El tercer significativo es otro sujeto de tez clara, calvo, frente amplia, negras cejas delgadas en un ceño fruncido, ojos pequeños, nariz redonda, bigote negro y delgado, boca mediana entreabierta y orejas grandes que se inclinan hacia abajo. El sujeto viste traje gris claro con camisa blanca.

El significativo número 4 es un individuo más de cabello entrecano y corto del que el fleco se ladea hacia la izquierda, cara rectangular, cejas medianas y ojos pequeños, afilada nariz prominente, negro bigote estrecho, boca mediana y entreabierta en una ligera sonrisa, orejas medianas y marcadas líneas de expresión que enfatizan la mayor edad del personaje respecto de los demás. Este hombre viste traje gris claro, corbata a rayas y camisa blanca.

El quinto significativo es un globo de texto que por su particularidad se ha considerado en la categoría de significativo, sin dejar de lado sus características típicas de las convenciones de los comics. Este bocadillo ocupa poco más de la mitad de la viñeta y posee cuatro deltas. El texto inscrito en él es el siguiente –los paréntesis son míos–: “(Con letra muy pequeña, difícilmente legible) Por favor no voten por (con mayúsculas y letra de mucho mayor tamaño y en negritas) **LOPEZ OBRADOR** (nuevamente en letras pequeñas) porque de llegar a ser (ahora en letras mayúsculas, negritas y en grande) **PRESIDENTE** (una vez más en pequeño) sería catastrófico”.

Connotación

De esta caricatura es posible connotar que en el primer significativo se representa a Felipe Calderón, en el segundo a Roberto Madrazo, en el tercero a Carlos Salinas de Gortari y en el cuarto a Vicente Fox Quesada. El encuadre elegido para enmarcar la caricatura permite observar a los cuatro personajes al mismo tiempo, mientras éstos miran de frente al lector dando la impresión de dirigirse a él. Lo anterior se ve enfatizado en el texto del globo, nuestro quinto significativo, que expresa una sola opinión a pesar de contar con cuatro deltas que provienen de cada uno de los personajes políticos; es decir, todos ellos manifiestan una misma opinión. Esta suma de voluntades se simboliza gráficamente en el bocadillo al existir una ligera división en su base que sugiere la unión de dos o más globos menores para formar uno de mayor tamaño.

La esencia de la caricatura se encuentra en el texto del bocadillo debido a que las figuras caricaturizadas de los políticos sólo sirven para establecer la situación así como para contextualizarla. La fuerza de este cartón radica en el manejo del texto. De forma recta, el mensaje escrito debería leerse “Por favor no voten por López Obrador porque de llegar a ser presidente sería catastrófico”; el empleo de diferentes tamaños de letras aunado al uso de negritas, provoca que el texto se lea de la siguiente manera en un primer vistazo: “López Obrador presidente”. El autor pretende indicar que mediante las continuas descalificaciones realizadas en contra del candidato del PRD a la presidencia, los cuatro personajes están favoreciendo la figura de Obrador.

El mote del cartón “En campaña”, hace referencia generalizada a las descalificaciones enfocadas hacia Obrador y las polémicas declaraciones de Fox y Salinas, con el fin de englobarlas en una misma campaña de descrédito.

Figuras retóricas visuales:

Hipérbole: se utiliza para estilizar los rasgos de las caras de los personajes representados.

Sinécdoque: el cuerpo de los políticos representados sólo aparece del pecho hacia arriba omitiéndose el resto.

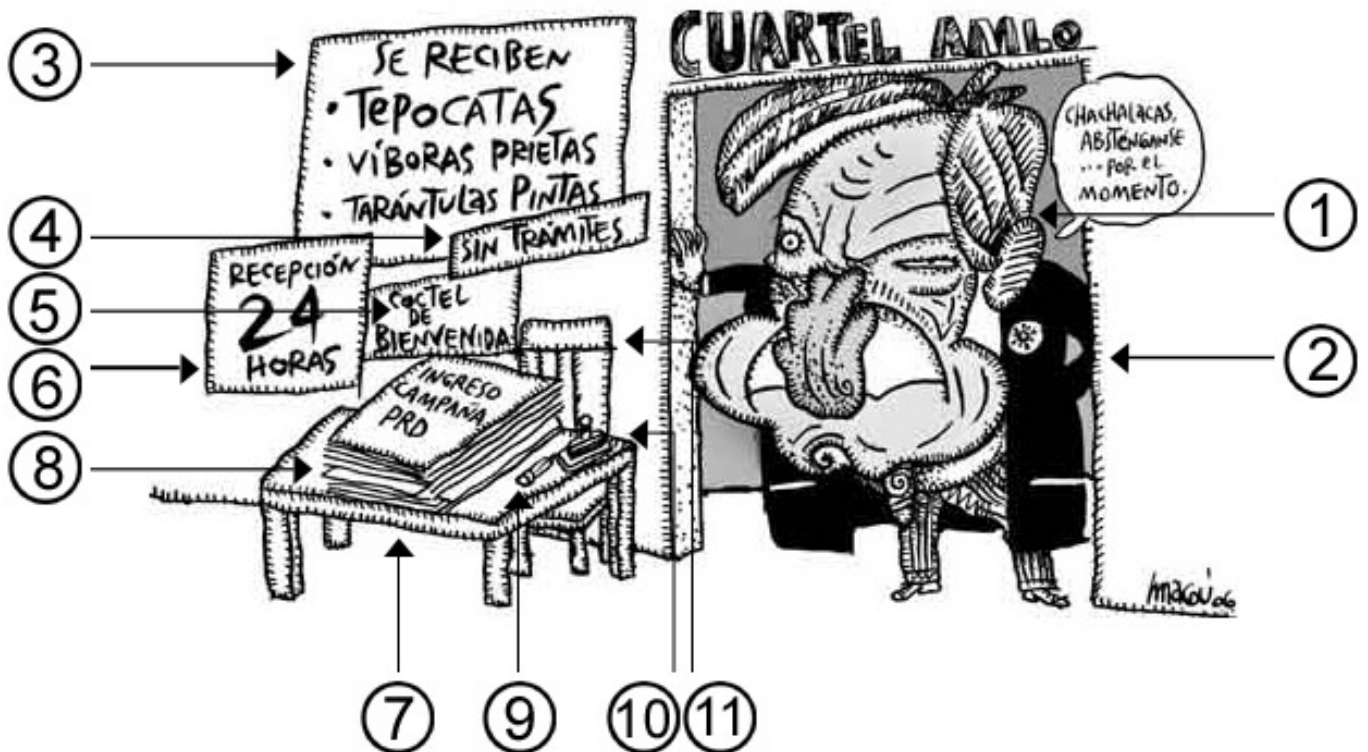
Ironía: se emplea para sugerir de manera sarcástica que Fox, Calderón, Madrazo y Salinas favorecen indirectamente a Obrador con sus descalificaciones.

Alusión: la referencia es clara respecto a la figura de López Obrador, aunque no se le representa en caricatura el tema central gira en torno a él.

Antítesis: se observa en la inclusión de los elementos contradictorios Fox, Calderón, Madrazo y Salinas clamando presidente a López Obrador, conceptos opuestos que enriquecen el significado.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Carlos Salinas y Vicente Fox hablando de frente hacia el lector.
Función de armado	Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Carlos Salinas y Vicente Fox pidiéndole por favor al lector que no vote por López Obrador.
Función de disyunción	Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Carlos Salinas y Vicente Fox exclamando “López Obrador presidente”, es decir exactamente lo contrario, cuando sólo se leen las letras mayúsculas y en negritas.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Vicente Fox, Carlos Salinas, Felipe Calderón (PAN), Roberto Madrazo (PRI).

Esperando desbandada.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Magú.
Fecha	23 de marzo de 2006.
Medidas	6.7 cm x 11.99 cm.
Presentación	Escala de grises
Aparición	Lunes a viernes.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Esperando desbandada”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	El 21 de marzo de 2006 se manifestaron las primeras inconformidades en el PRI a raíz de la publicación de las listas de candidatos al Congreso. Wintilo Vega Murillo, diputado federal priísta, renunció a la candidatura del PRI al gobierno de Guanajuato, debido a la postulación al senado de Francisco Arroyo Vieyra en vez de Jorge Videgaray, propuesto por Murillo. Con él también renunciaron 20 de 22 aspirantes a diputados y un grupo de candidatos a presidentes municipales. Tras conocer la dimisión de Murillo, Jesús Ortega Martínez, coordinador de la campaña de Andrés Manuel López Obrador, consideró viable que Vega Murillo pudiera sumarse a la campaña de la coalición Por el Bien de Todos.

Microunidades significativas

Asunto	La recepción de ex priístas en la campaña de López Obrador, tras la desbandada en el PRI.
Plano	Plano general.
Angulación	Angulación lateral derecha.
Actores	Andrés Manuel López Obrador (PRD), ex priístas.

Denotación

Bajo el título de “Esperando desbandada”, la caricatura de Magú nos presenta once significantes principales. El primero es un hombre de cabello cano, frente fruncida, alargada y ovalada, ojos pequeños, uno circular y el otro alargado horizontalmente, gran nariz corrugada y curvada hacia abajo, boca delgada, larga y ondulada, mejillas

redondas, barba partida, orejas pequeñas y, en general, líneas de expresión marcadas. El hombre, del que se desprende un bocadillo de texto con la frase: “Chachalacas, absténgase... por el momento.”, lleva puesta una camisa blanca, pantalón y corbata a rayas, saco color negro en el que se ve un botón con la figura de un sol estilizado en el centro. Este significante se encuentra de pie, apoyando su mano derecha sobre el borde del marco de una entrada (significante 2), en cuya parte superior puede leerse la leyenda: “Cuartel AMLO”.

Los siguientes significantes se refieren a una serie de letreros de forma rectangular con diferentes textos. El significante 3 es un cartel que dice:

“Se reciben

- “Tepocatas
- “Víboras prietas
- “Tarántulas pintas.”

El cuarto significante es otro letrero, de menor tamaño, que dice: “Sin trámites”. Debajo de éste, existe otro cartel (significante 5) con la leyenda: “Cóctel de bienvenida”. El último letrero (significante 6), de forma cuadrada, dice: “Recepción 24 horas”. El séptimo significante es una mesa rectangular sobre la que reposa un libro (significante 8) con la leyenda “Ingreso Campaña PRD”, un lápiz (significante 9) y una máquina selladora (significante 10). Tras la mesa podemos observar una silla (significante 11) de respaldo y asiento rectangulares.

Connotación

Dada la cantidad de significantes esta caricatura de Magú se encuentra demasiado adjetivada. La exageración en los rasgos físicos del significante 1, aunque bastante abigarrada, nos permite reconocer al candidato del PRD a la presidencia, Andrés Manuel López Obrador. Factores como el botón con el sol (que hace referencia al logo del PRD) en el saco de Obrador, o el mote en la entrada con la leyenda “Cuartel AMLO”

(apócope del nombre completo del candidato perredista), remiten directamente hacia la figura de López Obrador.

La entrada (significante 2) donde el candidato se encuentra parado sirve para contextualizar y plantear consecutivamente la situación que podría traducirse como: López Obrador esperando a la entrada de su cuartel. Lo que el ex candidato espera está determinado por la serie de carteles que se encuentran pegados sobre la pared (significante 3, 4, 5, 6,), elementos en los que se nos amplía la información.

El primer cartel, clave para la decodificación del mensaje, nos dice que se reciben una serie de animales, en una connotación de alimañas, lo que obliga al lector a resolver las interrogantes: ¿dónde se reciben?, y, ¿por qué precisamente estos animales? La primera pregunta encuentra su respuesta en el mismo contexto de la caricatura, es decir, el PRD y más concretamente, la campaña de Obrador a la presidencia.

La segunda interrogante sólo se responde al recordar la manera en que Vicente Fox se refería a los políticos priístas durante su campaña a la presidencia en el 2000, o sea, tepocatas, víboras prietas y tarántulas pintas. La traducción del mensaje completo quedaría de la siguiente manera: (En la campaña de López Obrador, PRD) Se aceptan ex priístas.

Los carteles con las leyendas: “Sin trámites”, “Cóctel de Bienvenida”, “Recepción 24 horas”, vienen a ser significantes cuya función es la de adjetivar una misma idea: la disposición en el PRD para aceptar políticos disidentes del PRI inmediatamente, sin restricciones o averiguaciones y a cualquier hora del día. Lo anterior también se observa en la mesa donde se encuentra el libro para que los ex priístas anoten su ingreso a la campaña del PRD, el lápiz para firmar y la máquina de sellos para legitimar el ingreso.

El globo de texto que sale de la boca de Obrador con la frase: “Chachalacas, absténgase... por el momento.”, debe ser primeramente analizado para poder traducir

la frase. Durante la campaña del 2006, Obrador se refería a sus contrincantes (del PRI y el PAN) como “chachalacas”, siendo el entonces presidente, Vicente Fox, a quien Obrador puso el mote de “chachalaca mayor”. Magú parece sugerir que, aunque la campaña del PRD está cerrada para los mayores opositores de Obrador, ésta es una restricción que podría desaparecer si el PRD o López Obrador lo consideran conveniente.

El título “Esperando desbandada” da la impresión de ser mejor comprendido de la siguiente forma: (Obrador-PRD) Esperando desbandada (del PRI). El plano general sirve para darnos una idea de mayor alcance sobre el centro de operaciones de Obrador, para lo cual también se emplea la angulación lateral derecha con el fin de dar una perspectiva del edificio con mejor profundidad, en comparación con la toma frontal.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: el elemento cartel se repite en cuatro ocasiones.

Hipérbole: se observa en la estilización de figuras y rasgos en la caricatura.

Metáfora: es utilizada para designar a los políticos bajo diferentes motes: tepocatas, víboras prietas, tarántulas pintas y chachalacas.

Ironía: se emplea para sugerir sarcásticamente que Obrador no incluirá a sus contrincantes en su campaña, por el momento.

Tautología: sirve para expresar la misma idea (la disposición del PRD a aceptar ex priístas en su campaña) en tres diferentes carteles.

Alusión: mediante metáforas se hace referencia a varios actores políticos.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Andrés Manuel López Obrador de pie a las puertas de su centro de operaciones.
Función de armado	Carteles anunciando la recepción de tepocatas, víboras prietas y tarántulas pintas en la campaña del PRD.
Función de disyunción	López Obrador restringiendo de momento la recepción a chachalacas.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).

Converso.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Paco Calderón.
Fecha	23 de marzo de 2006.
Medidas	9.18 cm x 12.43 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Domingo, martes, miércoles, jueves y viernes.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Converso”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras conocer la dimisión de dos diputados priístas, Jesús Ortega Martínez, coordinador de la campaña de Andrés Manuel López Obrador, consideró viable que Vega Murillo pudiera sumarse a la campaña de la coalición Por el Bien de Todos.

Microunidades significativas

Asunto	La recepción de ex priístas en la campaña de López Obrador, tras la desbandada en el PRI.
Plano	Plano medio.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Andrés Manuel López Obrador (PRD), Manuel Camacho Solís.

Denotación

En este cartón de Paco Calderón se encontraron cuatro significantes. El primero es un hombre de perfil, cabello blanco, tez clara, frente recta, cejas delgadas, nariz protuberante y con forma curva que se inclina hacia abajo, ojos grandes y cerrados, boca grande cuyo labio superior es de mayor tamaño que el inferior, mejillas prominentes, barbilla grande, redondeada y partida, cuello arrugado y orejas pequeñas. Del individuo sale un globo de texto sin delimitación, ni color, cuya delta es sólo una línea negra zigzagueante, que dice: “¡Judas! ¡Qué milagro..!” Sobre la cabeza del personaje se halla una aureola amarilla que desprende un halo circular del mismo color.

El hombre lleva puesta una toga blanca que tiene el símbolo de un sol estilizado dentro un círculo de color amarillo, también porta un manto rojo sobre el hombro izquierdo que le da vuelta por la espalda hasta llegar a la altura del antebrazo izquierdo. La toga está ceñida a la cintura por una soga café. El brazo izquierdo del individuo está flexionado mientras levanta en alto la mano para abrir los dedos índice y medio. El brazo derecho se extiende hacia al frente para dar la mano a otro individuo, el segundo significante.

Se trata de un hombre de frente grande, escaso cabello entrecano, cejas pequeñas y rectangulares, ojos grandes y redondos mirando al significante 1, lentes redondos, nariz medianamente alargada cuyas comisuras son pronunciadas, pómulos salientes, labios grandes que se curvan en una sonrisa, protuberante barbilla redonda y orejas alargadas semi-puntiagudas. El hombre viste una toga café con un manto verde mientras recibe con la mano izquierda la mano del significante 1, y con la derecha sostiene un fólder amarillo (significante 3) con etiqueta blanca que dice: “Fox”.

El cuarto significativo es una mancha oscura en la esquina superior izquierda de la viñeta que semeja la copa de un árbol.

Connotación

Por los rasgos físicos podemos connotar que el significativo 1 se trata de Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD a la presidencia de la República. Su vestimenta, en conjunción con el gesto de la mano y la aureola sobre Obrador, parece indicar una clara analogía con la figura de Jesucristo. Con ello Paco Calderón pretende atribuir una actitud mesiánica, divina e inapelable a la representación del candidato perredista al plasmarlo como el cristo, el ungido o, en la teología cristiana, el hijo de Dios. Esencialmente, la crítica desprendida de los accesorios que enriquecen la figura de Obrador se enfoca en la personalidad de este actor, así como la manera de pronunciarse en su campaña; en otras palabras, el autor atribuye y ridiculiza la imagen de López Obrador como salvador.

Dadas las características del significativo 2 se trata de Manuel Camacho Solís, ex militante del PRI, quien en diciembre de 2005 se unió al equipo de Obrador en su campaña. En la caricatura, Camacho Solís aparece vestido de apóstol y con lo que parece ser un expediente “secreto” sobre Fox bajo el brazo. Calderón sugiere que la integración de Camacho Solís en el PRD no es gratuita y responde a la conveniencia del partido por conocer secretos del gobierno foxista, con el fin de utilizarlos políticamente para favorecer a López Obrador.

Para resaltar tal idea se encuentran tres elementos, por una parte el gesto de Obrador al ofrecer la mano a Solís, el título de la caricatura, y, por último, el texto que parece decir Obrador. Este texto tiene dos connotaciones. La primera, en un sentido más literal, se refiere al milagro de la conversión de Judas, la integración de un traidor a un cierto grupo. Nótese que la figura de Judas se emplea a menudo como sinónimo de traidor derivado de la tradición cristiana. La expresión “¡Judas! ¡Qué milagro..!”, se refiere

básicamente a la conversión de priísta en perredista por parte de Camacho Solís, o sea, de traidor en leal.

La segunda connotación que se desprende de la frase anterior tiene que ver con una expresión (“¡Qué milagro!”), comúnmente utilizada cuando dos personas que se conocen, y que llevaban tiempo sin verse, se vuelven a encontrar. El autor insinúa que Obrador y Camacho Solís ya se conocían y tan sólo se han vuelto a encontrar, estableciendo así un nexo de complicidad entre ellos.

El significante 4 entendido como la copa de un árbol, sirve como mero contexto para la escena principal que se lleva a cabo. El sol estilizado sobre un círculo amarillo simboliza el logo del PRD, y sirve como recurso de anclaje entre López Obrador y su partido. La toma frontal como el plano medio son empleados para mostrar la caricatura descriptivamente sin adjetivarla.

Figuras retóricas visuales:

Paradoja: López Obrador vestido como Jesucristo.

Sinécdoque: el tronco del árbol se omite, así como el resto del cuerpo de los políticos.

Hipérbole: se usa para alterar los rasgos físicos de López Obrador y Camacho Solís.

Alegoría: se observa en el uso metafórico de la frase “¡Judas! ¡Qué milagro..!” para darle dos sentidos diferentes.

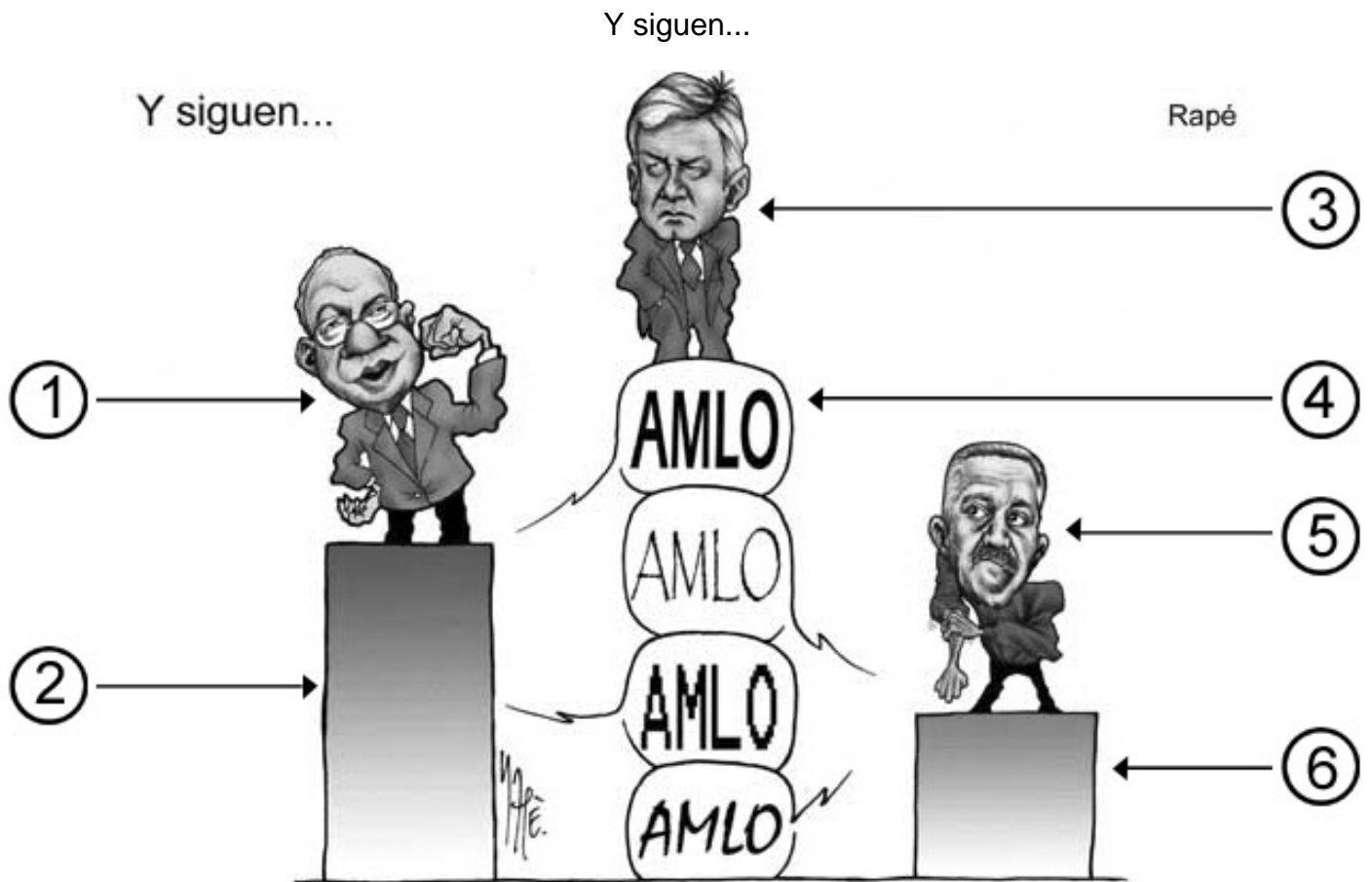
Ironía: se emplea para ridiculizar la figura de Obrador mediante una analogía con Jesucristo, además del título de la caricatura y su referencia con Camacho Solís.

Comparación: sirve para establecer una conexión de carácter simbólico entre López Obrador y Jesús, así como entre Camacho Solís y Judas.

Alusión: En el cartón se hace referencia al presidente Vicente Fox, el fólder de Camacho Solís lleva la leyenda: “Fox”.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Andrés Manuel López Obrador dando la mano a Manuel Camacho Solís.
Función de	López Obrador diciendo a Camacho Solís: “¡Judas! ¡Qué milagro!”

armado	
Función de disyunción	López Obrador vestido como Jesús y Camacho Solís como Judas.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD), Manuel Camacho Solís.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Rapé.
Fecha	28 de marzo de 2006.
Medidas	9.1 cm x 12. 74 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Y siguen...”
Montaje	Narración lineal.
Contexto	A principios de marzo del 2006, Obrador se sitúa a la cabeza en las encuestas sobre preferencia electoral, por lo que es constantemente nombrado en los discursos de los candidatos del PRI y PAN.

Microunidades significativas

Asunto	Las descalificaciones a López Obrador por el PRI y PAN, y su repercusión en las preferencias electorales.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), Andrés Manuel López Obrador (PRD), Roberto Madrazo (PRI).

Denotación

La caricatura seleccionada lleva por nombre “Y siguen...”, en ella se encuentran seis diferentes significantes. El primero de ellos es un hombre de tez clara, frente amplia, cabeza elíptica, poco cabello grisáceo, cejas delgadas, ojos pequeños, lentes rectangulares redondeados en los extremos, gran nariz chata, boca semiabierta con labios prominentes y orejas medianas. El individuo viste un saco de color azul claro, corbata de tono mostaza, camisa blanca y pantalón negro. Este personaje tiene el brazo derecho flexionado a la altura de la cadera mientras levanta el izquierdo, también flexionado y con el puño cerrado, en actitud vencedora. Se encuentra parado sobre una plataforma rectangular, significante 2, cuyo color es azul en la cima hasta degradarse en blanco en la base.

El tercer significante es un sujeto de cabello entrecano, casi blanco, tez clara, ojos y cejas pequeños, nariz pequeña y ligeramente redonda, boca delgada curveada hacia abajo en gesto grave, orejas medianas y barba partida. El hombre viste un saco café claro, corbata roja, camisa blanca y pantalón verde mientras mantiene las manos en las bolsas del pantalón. Este significante se encuentra posado sobre una columna de

globos de texto con las siglas “AMLO”, mismos que aquí hemos dado la categoría de significativo 4 por su empleo gráfico, poco convencional en el comic, para establecer el relato.

El quinto significativo se ve representado por un sujeto de corto cabello entrecano y tez clara, cabeza rectangular, gruesas cejas negras, ojos abiertos de tamaño medio, ojeras y líneas de expresión –en general– marcadas, nariz curva y pequeña, espeso bigote negro, orejas medianas y boca delgada (dibujada a través de una sola línea) que se dobla hacia la derecha en semblante de disconformidad. El individuo viste una sudadera de color rojo y pantalón negro. Tiene el brazo izquierdo arremangándose la sudadera en el brazo derecho, mientras aprieta el puño de este brazo en actitud retadora y molesta. El hombre se encuentra parado sobre una plataforma rectangular (significativo 6) de color verde en la parte superior que desvanece a blanco en la inferior. Tanto el primer significativo como el quinto (los individuos de los extremos), miran al significativo 3 (el hombre del centro) mientras que éste tiene la mirada fija en el horizonte.

Connotación

La primera connotación que podemos hacer de esta caricatura es que la escena principal se sitúa en las encuestas sobre preferencia electoral, siendo las barras de la gráfica las plataformas que sostienen a los candidatos a la presidencia, además de que indican el porcentaje de preferencia obtenido en la encuesta. Mediante el significativo 1 se representa a Felipe Calderón, quien con semblante confiado se encuentra de pie sobre el significativo 2, la columna azul (el color de su partido, PAN), que simboliza sus índices de popularidad.

Roberto Madrazo, quinto significativo, es representado con actitud retadora y claramente disconforme, debido a que ocupa el tercer lugar en la preferencia del electorado. Resalta también el rojo de la columna (significativo 6) sobre la que está parado Madrazo, que simboliza el color del logo del PRI.

El primer lugar en la encuesta lo encabeza el significativo número 3, López Obrador, mostrado de pie sobre los cuatro globos de texto (cuarto significativo) que salen de sus contrincantes. El candidato del PRD a la presidencia es el único de los tres personajes que no yace sobre una columna cuadrada, sino en una serie de bocadillos con la leyenda “AMLO”, siglas de Andrés Manuel López Obrador. Esto parece indicar de parte del cartonista que los ataques de Calderón y Madrazo a la figura de Obrador contribuyeron a aumentar la popularidad de éste en la pasada contienda electoral, en vez de fomentar su detrimento; en otras palabras, que la delantera de Obrador se debe a las declaraciones de los otros candidatos. Con esto el autor parece lanzar una crítica generalizada respecto a la falta de propuestas durante las campañas.

Un detalle sobresaliente sobre esta caricatura es el manejo de los colores para connotar ideas, especialmente en el caso de López Obrador. Llama la atención que, mientras Calderón y Madrazo aparecen enarbolando los colores de sus respectivos partidos, Obrador no sólo no ostenta el color amarillo propio de su partido, sino que su vestimenta contiene los colores de la bandera mexicana: verde, en el pantalón, blanco, en la camisa, rojo, en la corbata y el color café del saco que semeja la tonalidad del águila propia del escudo nacional. Rapé no sólo no brinda indicios que nos permitan identificar el partido al que pertenece Obrador, sino que lo envuelve en una red completamente nueva de significaciones que lo redefinen como un agente vencedor (por su lugar en la encuesta), patriótico (por los colores de la bandera con que se lo viste) y ajeno a cualquier partido político; deja de ser un político en su calidad de candidato para convertirse en un ciudadano como cualquier otro.

Algo similar ocurre con las expresiones faciales de los tres candidatos. Calderón, aunque confiado de sí, mira con desdén a Obrador. Lo mismo hace Madrazo quien, con un puchero en el rostro, observa receloso al candidato perredista desde su tercer lugar. López Obrador se limita a fijar la mirada en el horizonte con actitud pensativa, restándole importancia a las declaraciones de sus oponentes.

En lo que al plano compete, éste es general y nos permite observar a los tres candidatos, así como a la encuesta en su totalidad, mientras que la toma frontal no pretende añadir adjetivaciones extra a la caricatura. El título del cartón “Y siguen...” parece referirse a las descalificaciones y declaraciones realizadas por los candidatos del PRI y PAN respecto de López Obrador.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: el globo de texto con la leyenda “AMLLO” aparece en cuatro ocasiones y las barras de la encuesta en dos.

Paradoja: López Obrador en primer lugar de la encuesta a pesar de no contar con una barra o “plataforma”, las declaraciones de sus oponentes lo afectan positivamente en las encuestas.

Hipérbole: se observa en las exageraciones de los rasgos físicos de los políticos.

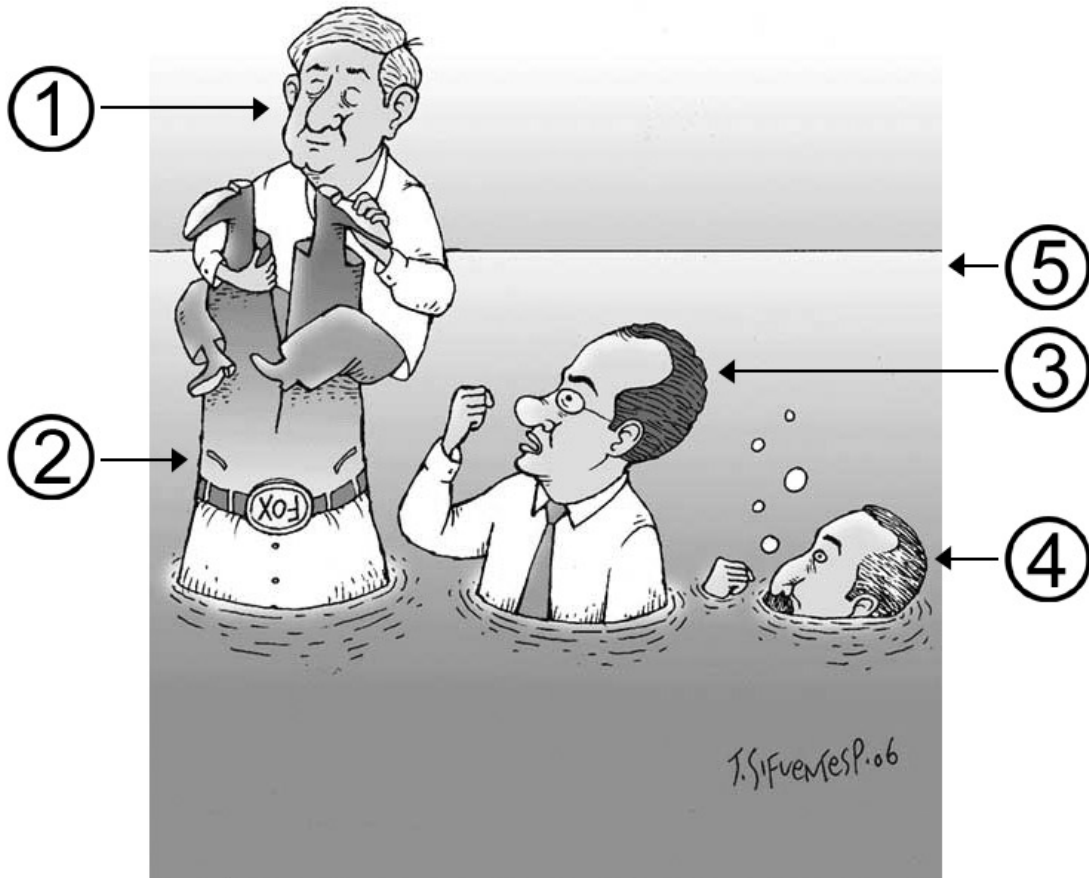
Oximorón: se encuentra en la idea contradictoria de que las declaraciones en contra de Obrador aumentan su popularidad.

Alegoría: se lleva a cabo a través de las metáforas en la ropa de Obrador para añadirle mayor significación.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Andrés Manuel López Obrador (PRD), Roberto Madrazo (PRI) y Felipe Calderón (PAN), parados sobre sus propios resultados de popularidad en las encuestas.
Función de armado	Madrazo y Calderón hablando en varias ocasiones sobre Obrador.
Función de disyunción	López Obrador encabezando la encuesta de preferencia electoral gracias a los comentarios sobre él realizados por sus contrincantes.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Roberto Madrazo (PRI) y Felipe Calderón (PAN).

Encuestas

Encuestas



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Sifuentes.
Fecha	17 de marzo de 2006.
Medidas	13.01 cm x 9.76 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Encuestas”.
Montaje	Narración lineal.

Contexto	A principios de marzo del 2006, Obrador se sitúa a la cabeza en las encuestas sobre preferencia electoral, por lo que es constantemente nombrado en los discursos de los candidatos del PRI y PAN.
----------	--

Microunidades significativas

Asunto	La preferencia electoral de Obrador en las encuestas gracias a acciones y/o declaraciones del ex presidente Vicente Fox y los candidatos del PRI y PAN.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Vicente Fox, Andrés Manuel López Obrador (PRD), Felipe Calderón (PAN) y Roberto Madrazo (PRI).

Denotación

En esta caricatura de Sifuentes encontramos 5 significantes. El primero es la figura de un hombre de cabello completamente blanco, tez clara, cejas estrechas, ojos pequeños y cerrados, nariz grande y curva, boca extremadamente delgada, barba partida y orejas relativamente grandes. Este hombre lleva puesta una guayabera blanca y pantalones de color verde claro a la vez que se encuentra fuertemente agarrado del segundo signifiante, lo que parece ser otro hombre en una posición vertical invertida (con la cabeza apuntando hacia abajo).

Este segundo signifiante lleva puesto un pantalón café con botas del mismo color, una camisa blanca y cinturón gris fuerte con una hebilla grande y elíptica en la que se leen las siglas “Fox” invertidas. No es posible identificar las características del rostro de este individuo porque su cara se encuentra sumergida en el agua del mar (signifiante 5) hasta la altura del abdomen.

El tercer signifiante es un sujeto de tez clara, cabeza de forma elíptica, cabello negro especialmente escaso en la zona de la frente, cejas cortas pero tupidas y de color negro, frente amplia, ojos pequeños –apenas un punto– sobre los que existen unos lentes de forma elíptica, nariz extremadamente grande y redonda, labios gruesos y orejas medianas, que aparece de perfil frunciendo el ceño. Viste camisa blanca con

corbata rosa, levanta el puño cerrado a la altura de la cara y se encuentra sumergido en el agua hasta el pecho.

El cuarto significante es otro sujeto del que sólo se ve la cara y el puño derecho cerrado, debido a que el resto del cuerpo se encuentra sumergido en el mar. El hombre, que también está de perfil, tiene el cabello entrecano, cejas delgadas, ojos pequeños, nariz pequeña en forma de gancho, bigote negro y espeso, pómulos salientes, orejas medianas, la boca ha sido cubierta por el agua de la que salen cinco burbujas. El quinto significante está representado por el mar en el que los demás significantes se encuentran inmersos y sirve para la construcción de la situación.

Connotación

De la caricatura se interpreta lo siguiente. Que el primer significante es la figura estilizada de Andrés Manuel López Obrador, que para mantenerse a flote se sostiene de los pies del significante 2, que con toda seguridad se trata de Vicente Fox. Las botas vaqueras y la hebilla del cinturón con su apellido son estereotipos de este personaje típicamente utilizados por los moneros. El significante 3 representa a Felipe Calderón y el cuarto significante a Madrazo. Nótese que ambos mantienen el puño cerrado a la altura de la cara mientras observan a Obrador en un cliché clásico del comic que parece decir “me las pagarás”, elocución que connota envidia y recelo.

El autor, en este caso Sifuentes, articula especialmente la caricatura al colocar por orden de importancia a los candidatos respecto a su popularidad en las encuestas, mientras que, en caso contrario, la impopularidad del candidato será directamente proporcional al grado de hundimiento entendido como derrota. Madrazo aparece hundido hasta la altura de la boca, factor que se ve recalcado con algunas burbujas, obteniendo así el tercer lugar al ser superado por Calderón, cuyo pecho sobresale del agua y le otorga el segundo lugar, apenas revasado por Obrador.

El hecho de que López Obrador se mantenga a flote al sostenerse de los pies de Fox es interesante, se presta para dos diversas connotaciones. Simboliza que Obrador, al tener mayores probabilidades de ser presidente dada su popularidad en las encuestas, hunde al anterior mandatario tomando su lugar. El acto del perredista también significa que Fox, al realizar actos considerados tendenciosos y proselitistas, se condena así mismo motivo por el cual aparece boca abajo.

El plano general nos deja ver con facilidad la escala descendente de popularidad en la que el autor coloca a los actores, mientras que la toma frontal no desea adjuntar sensación de movimiento alguna.

Figuras retóricas visuales:

Sinécdoque: se observa en la omisión del resto del cuerpo de los candidatos y, sobre todo, en la omisión de la cara de Fox.

Hipérbole: es visible en la estilización de los rasgos de los políticos.

Oximorón: se utiliza en la idea de que Obrador se salva de hundirse gracias a Fox, uno de sus mayores opositores.

Metáfora: se aprecia en las burbujas que salen de la cara de Madrazo para indicar que se está ahogando.

Alusión: aunque el rostro de Fox nunca aparece sabemos que él es el significante 2, el cinturón con la hebilla se refiere directamente a su persona.

Además de estas figuras retóricas, se hace uso de los signos cinéticos para simular el efecto que tendría el agua al moverse alrededor del cuerpo de los candidatos.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Andrés Manuel López Obrador (PRD), Vicente Fox, Roberto Madrazo (PRI) y Felipe Calderón (PAN), sumergidos parcialmente en el mar.
Función de armado	Madrazo hundido en el mar hasta el cuello y Calderón hundido hasta el pecho.
Función de disyunción	López Obrador a flote gracias a la utilización de Fox como salvavidas, mismo que se encuentra hundido cabeza abajo en el

	agua.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Vicente Fox, Felipe Calderón (PAN), Roberto Madrazo (PRI).

5.2.3. Junio

El clima político vivido durante el cierre de la contienda electoral del 2006 estuvo marcado por los enfrentamientos y descalificaciones entre candidatos. En el segundo debate, llevado a cabo el 6 de junio y en cual participaron todos los aspirantes a la presidencia, el abanderado del PRD, Andrés Manuel López Obrador, declaró que su oponente del PAN, Felipe Calderón, había incurrido en actos de corrupción cuando fungía como secretario de Energía del gabinete de Vicente Fox.

Acto seguido, la opinión pública se desató presentando posiciones encontradas, convirtiendo al asunto sobre presunta corrupción por parte de Calderón, en el tema de mayor boga en la recta final de la contienda. Esta situación se manifestó también al interior de los cartones de los moneros, quienes presentaron una menor variedad de temas en comparación con otros meses, y se enfocaron hacia los asuntos Zavala y el cierre de las campañas.

Macrounidades significativas

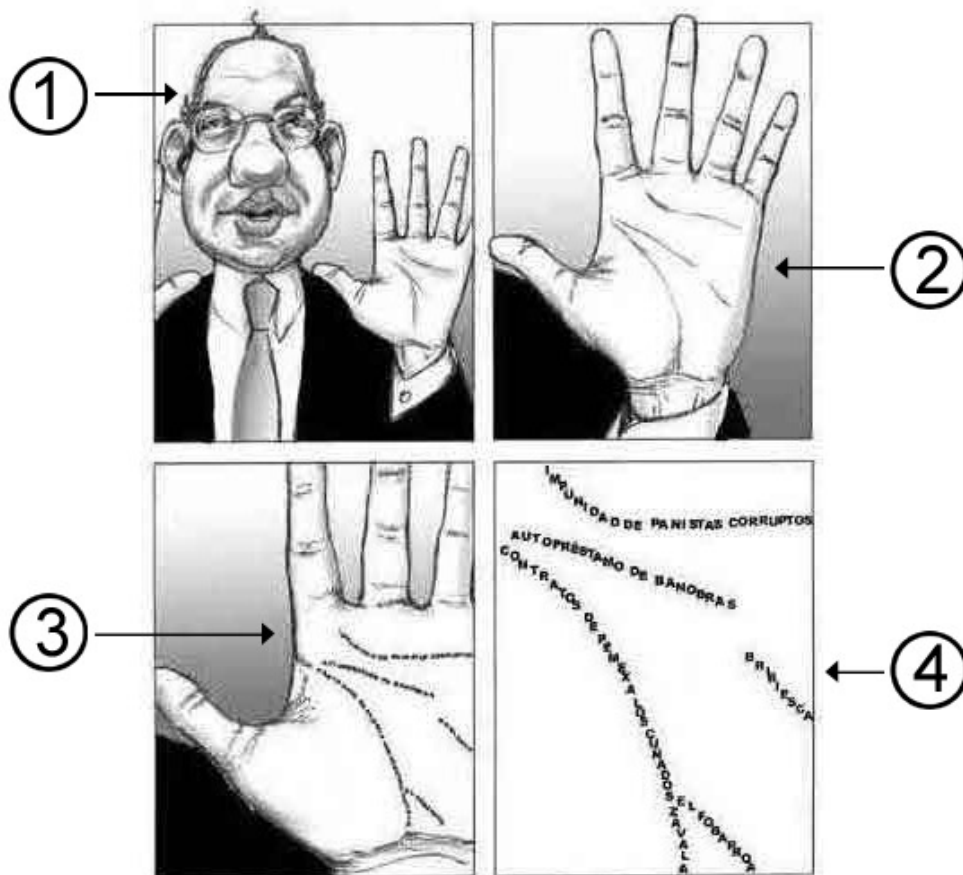
Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	El Fisgón
Fecha	13 de junio de 2006.
Medidas	13.23 cm x 10.08 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Martes a sábado.
Grafismos	Cuatro viñetas de forma rectangular en posición vertical, con margen gris para delimitarlas.

Unidades significativas

Viñeta	Cuatro rectangulares.
Título	“Manos limpias, letra pequeña”.
Montaje	Narración lineal.

Contexto	Tras el segundo debate López Obrador denunció los supuestos contratos de Pemex otorgados a Diego Zavala, cuñado de Calderón. La compañía de los Zavala obtuvo contratos de empresas como Pemex, entidad regida por la Secretaría de Energía, en el periodo en que Felipe Calderón fue titular de esa dependencia entre septiembre de 2003 y mayo de 2004, de acuerdo con reportes de la Secretaría de la Función Pública (SFP).
----------	---

Manos limpias, letra pequeña



Microunidades significativas

Asunto	Los nexos y relaciones de Felipe Calderón con otros actores y factores político-económicos que determinarán parte de su campaña.
Plano	Plano medio y primeros planos.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), Diego Zavala y hermanos Bribiesca.

Denotación

La caricatura de Rafael Barajas, El Fisgón, titulada “Manos limpias, letra pequeña” está dividida en cuatro diferentes viñetas, y en cada una de ellas podemos encontrar un significante distinto. Dentro de la primera viñeta (arriba a la izquierda), el significante 1 estaría representado por un hombre de cabeza con forma elíptica, escaso cabello negro, frente menuda, ojos pequeños y ligeramente rasgados que se encuentran alineados a los extremos de la cara, cejas medianas de color negro, lentes transparentes con forma redonda, nariz grande y esférica, boca amplia de gruesos labios, mejillas prominentes y orejas pronunciadas. El individuo viste un traje negro con camisa blanca y corbata gris, mientras levanta las manos abiertas a la altura de la nariz.

En la segunda viñeta (arriba a la derecha), el segundo significante es la mano izquierda extendida de alguien que viste una prenda de color negro y cuya cara, junto con el resto del cuerpo, no son visibles debido al encuadre de la viñeta. Ubicados en la tercera viñeta (abajo a la izquierda), el significante 3 se ve representado por una mano izquierda abierta, de la que no se observan por completo todos los dedos.

La cuarta viñeta (abajo a la derecha) nos permite identificar un cuarto significante, una serie de frases escritas de tal forma que semejan las líneas de la palma de una mano. Los enunciados, escritos en mayúsculas y con letra muy pequeña, son los siguientes: “Impunidad de panistas corruptos”, “Autopréstamo de Banobras”, “Contratos de Pemex a los cuñados Zavala”, “Bribiesca” y “El Fobaproa”.

Connotación

De esta caricatura se connota que el primer significante es Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia. En la primer viñeta, Calderón es dibujado con las manos abiertas y levantadas a la altura de la cara, de manera similar a como apareció en las fotos de su propaganda de campaña. En la segunda viñeta, nos es presentada la mano abierta (significante 2) del mismo político, centrada en el encuadre como si se le hubiera

hecho un acercamiento con la cámara. En la tercera viñeta, la mano abierta (significante 3) de Calderón aparece más cerca todavía que en la anterior, por lo que algunos de sus dedos quedan fuera de la delimitación del plano y no son visibles. En el cuarto pictograma el acercamiento a la mano del candidato panista es mayor y se centra en la palma (significante 4), en la cual se leen algunas frases acomodadas según la ubicación de las líneas de la palma.

Mediante la narración lineal captada en los diferentes acercamientos realizados a la mano de Calderón, y gracias al empleo de varias viñetas, vemos que el autor pretende simular un efecto de zoom o acercamiento comúnmente llevado a cabo por las lentes de las cámaras, pero imposible de realizar en el lenguaje del comic sin el uso de varios pictogramas. El efecto de zoom hace énfasis en las manos de Calderón (aunque sólo se enfoca una para generalizar, sería imposible enfocar las dos manos al mismo tiempo), debido a que su slogan durante la campaña fue “Tengo las manos limpias”.

La mano de Calderón dibujada desde la primera hasta la tercera viñeta no nos aporta ningún dato extra y no parece tener nada fuera de lo común, es hasta la cuarta imagen que nos encontramos con una serie de enunciados que complementan el significado y, mediante la función de anclaje del texto, le indican al lector cómo comprender esta significación. La primera viñeta sirve para plantear la situación mientras que la segunda y tercera cumplen una función de articulación narrativa.

Es en el cuarto pictograma donde se descifra el mensaje. Ahí el cartonista parece referirse a la palma de Calderón como a un contrato al que se le debe leer la letra pequeña, idea general de la caricatura englobada en el título, que se cumple satisfactoriamente gracias al efecto zoom. Los elementos que sobre Calderón el autor pretende advertir al lector son: la impunidad de algunos políticos del PAN acusados de corrupción, el desvío de recursos de instancias gubernamentales, el otorgamiento de contratos a conocidos o familiares, etc.; factores derivados de los escándalos generados al interior del PAN y durante la gestión de Vicente Fox como presidente de la República.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: la mano de Calderón aparece en varias ocasiones aunque en diferentes tamaños.

Sinécdoque: el cuerpo de Calderón no aparece en su totalidad y se omite gradualmente.

Hipérbole: se emplea para alterar los rasgos de la cara del panista.

Ironía: se utiliza para sugerir que aunque Calderón dice tener las manos limpias, existen elementos no aclarados en su campaña que las ensucian.

Acumulación: sirve para mostrarnos sucesivamente, cuadro a cuadro, el desarrollo de la idea que se resuelve en la última imagen.

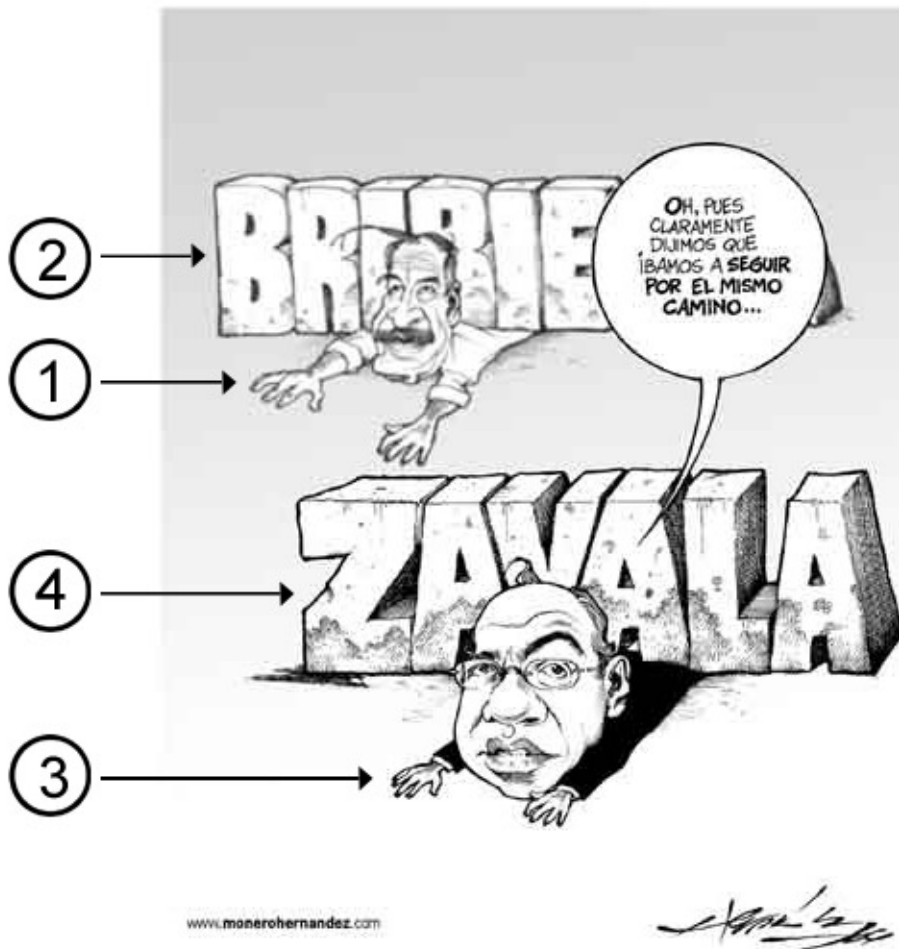
Alusión: en las frases escritas en la palma de la mano de Calderón se hace referencia a los hermanos Bribiesca, los hermanos Zavala y panistas corruptos en general, debido a sus escándalos.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Felipe Calderón mirando al frente y mostrando las manos abiertas.
Función de armado	Acercamiento a la mano de Calderón a través de un par de viñetas.
Función de disyunción	Palma de Calderón con los escándalos sobre corrupción que lo relacionan escritos en ella.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN).

Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Hernández.
Fecha	8 de junio de 2006.
Medidas	11.47 cm x 9.08 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Domingo a jueves.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Continuidad



Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Continuidad”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras el segundo debate López Obrador denunció los supuestos contratos de Pemex otorgados a Diego Zavala, cuñado de Calderón. La compañía de los Zavala obtuvo contratos de empresas como Pemex, entidad regida por la Secretaría de Energía, en el periodo en que Felipe Calderón fue titular de esa dependencia entre septiembre de 2003 y mayo de 2004, de acuerdo con reportes de la Secretaría de la Función Pública (SFP).

Microunidades significativas

Asunto	Los nexos y relaciones de Felipe Calderón con otros actores y factores político-económicos que determinarán parte de su campaña.
--------	--

Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), Vicente Fox, presidente de México, hermanos Bribiesca y Diego Zavala.

Denotación

En la caricatura de Hernández, con el título “Continuidad”, encontramos cuatro significantes. El primero es la imagen de un hombre con cabello corto y entrecano, del que se desprende un copete largo y delgado, tez clara, cejas espesas y negras, frente alargada, ojos pequeños, gran nariz aguileña y curvada, bigote grande y espeso, labios gruesos, orejas medianas, mentón pronunciado y, en general, líneas de expresión marcadas.

El individuo, que porta una camisa blanca arremangada hasta los codos, se encuentra recostado sobre el piso con las manos extendidas hacia el frente, mientras que en su espalda se observa la frase incompleta (no puede verse totalmente debido a un globo de texto que la cubre), y de gran tamaño: “BRIBIE” (significante 2), grabada en algún material sólido, pesado. En las letras de la frase se ven manchas oscuras de poco tamaño. Ambos significantes están ubicados en la parte superior de la viñeta, aparecen desenfocados y de menor tamaño en comparación con los otros dos significantes que describiremos a continuación.

El tercer significante es otro sujeto de cara redonda, tez clara, escaso cabello color gris, poco visible en la parte superior debido a la frente pronunciada, orejas medianas, negras cejas gruesas y alargadas, ojos pequeños, lentes transparentes de forma rectangular redondeados en los bordes, nariz chata, redonda y grande, boca de gran tamaño y con labios gruesos. El hombre, vestido con traje negro y camisa blanca, de igual forma que el significante 1, se encuentra recostado sobre el piso con las manos extendidas al frente y sobre él yace la palabra “ZAVALA” (significante 4), de gran tamaño y tallada sobre algún material de tipo rocoso.

Al igual que el significante 2, estas letras se encuentran cubiertas por algunas manchas oscuras y más grandes que las del significante 2. Resta referirnos al globo de texto que sale del significante 3, éste dice: “Oh, pues claramente dijimos que íbamos a **seguir por el mismo camino...**”.

Connotación

El primero significante parece representar a Vicente Fox, presidente de México, quien se encuentra tirado sobre el piso debido a un fuerte peso que cae sobre él. Esta carga es el significante 2, cuya palabra “Bribie” se completa como Bribiesca, y que simboliza la presión ejercida en el gobierno foxista por el escándalo relativo a los Bribiesca y su presunto enriquecimiento ilícito, factor que no le permite a Fox gobernar con claridad y rendición de cuentas. A este motivo se deben las manchas, al parecer de suciedad, encontradas en las letras y que representan la corrupción.

La situación se repite en igual manera en la parte inferior de la caricatura, simplemente se intercambia el significante 1 por el 3, y el 2 por el 4. Felipe Calderón (significante 3) queda en la misma situación que Fox al estar aprisionado por el peso de los Zavala. El autor indica que el escándalo acerca de los contratos entregados por Calderón a su cuñado Diego Zavala (asunto develado por Obrador durante el segundo debate), le resta credibilidad a la campaña del PAN, y, de llegar a ser presidente, le impediría a Calderón gobernar con claridad. Por eso las letras aparecen sucias, con el fin de insinuar corrupción.

Es interesante el globo de texto en el que Calderón expresa su voluntad por seguir en el mismo camino del anterior gobierno (el de Fox). La frase, resaltada en negritas por el autor, “**seguir por el mismo camino**”, se refiere directamente al spot transmitido por el gobierno de la República a principios del año 2006, en el que Fox daba cuenta de los avances de su gobierno y terminaba con la frase: “Si seguimos por el mismo camino, mañana México será mejor que ayer”; anuncio que salió del aire el 25 de febrero del 2006, por mandato de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

La idea general, que en esta caricatura expone Hernández, es que de llegar a presidente, Calderón protagonizaría escándalos sobre corrupción similares a los acontecidos durante la gestión de Fox con el asunto Bribiesca, escándalos también perceptibles en la campaña de Calderón con el caso Zavala. El título “Continuidad” sugiere que el ex candidato panista, al ser elegido presidente, seguiría la misma línea de Fox, idea entendida bajo una connotación negativa.

Figuras retóricas visuales:

Similitud: se observa en el hecho de acomodar a diferentes actores suscritos bajo una misma situación.

Sinécdoque: tanto las piernas de Calderón como las de Fox son omitidas, además de que la palabra Bribiesca no parece completa.

Hipérbole: se emplea para exagerar los rasgos y características físicas de ambos personajes políticos.

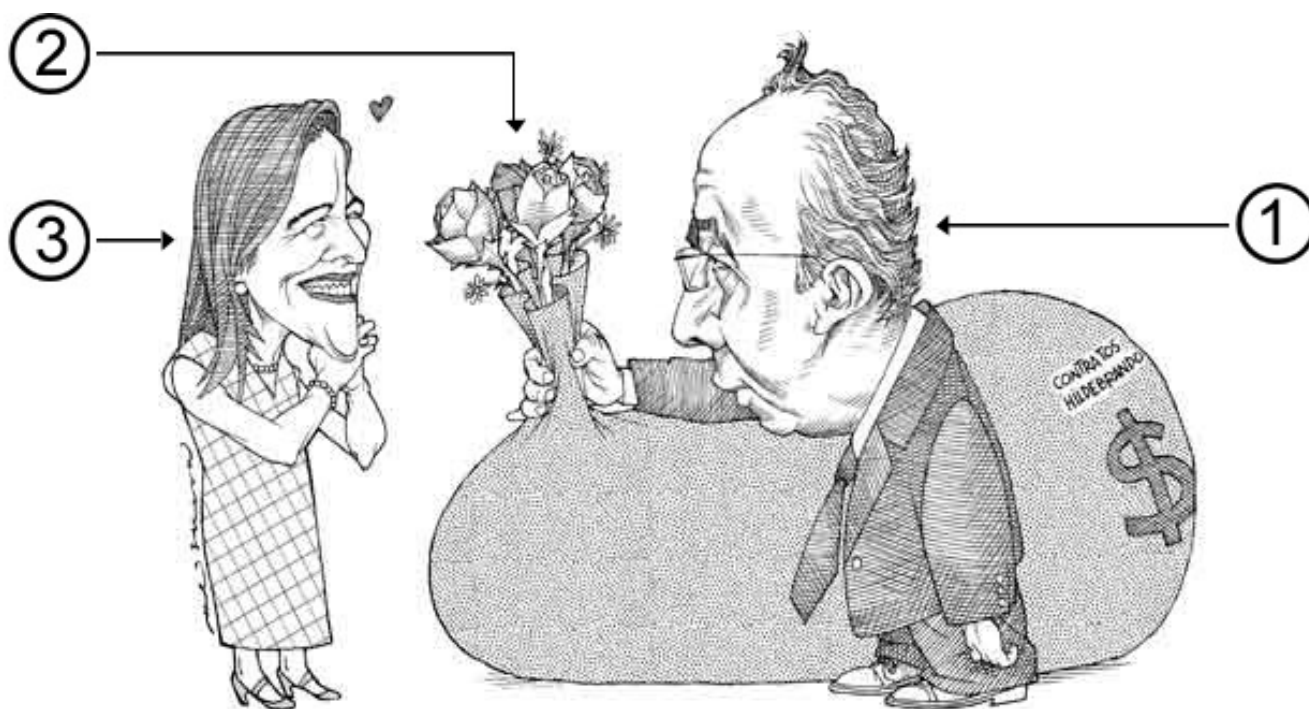
Metonimia: se utiliza para simbolizar los escándalos sobre corrupción de los hermanos Bribiesca y Diego Zavala como grandes y pesadas rocas.

Comparación: es usada para comparar los escándalos durante la administración de Fox con los de Calderón al interior de su campaña.

Alusión: con la utilización de los nombres Bribiesca y Zavala a manera de cargas, se hace referencia a estos actores políticos.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Vicente Fox aplastado por una roca con la leyenda “Bribiesca”.
Función de armado	Felipe Calderón aplastado por una roca en la que está labrada la palabra Zavala.
Función de disyunción	Felipe Calderón afirmando que seguirá el mismo camino que Fox.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), Vicente Fox, Diego Zavala y hermanos Bribiesca.

Un amoroso padre de familia.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Helguera.
Fecha	8 de junio de 2006.
Medidas	7.75 cm x 11.47 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Lunes, miércoles, jueves, viernes y sábado.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Un amoroso padre de familia”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras el segundo debate López Obrador denunció los supuestos contratos de Pemex otorgados a Diego Zavala, cuñado de Calderón. La compañía de los Zavala obtuvo contratos de empresas como Pemex, entidad regida por la Secretaría de Energía, en el periodo en que Felipe Calderón fue titular de esa dependencia entre septiembre de 2003 y mayo de 2004, de acuerdo con reportes de la Secretaría de la Función Pública (SFP).

Microunidades significativas

Asunto	Los nexos y relaciones de Felipe Calderón con otros actores y factores político-económicos que determinarán parte de su campaña.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Felipe Calderón (PAN), su esposa Margarita Zavala y Diego Zavala.

Denotación

Bajo el título “Un amoroso padre de familia”, en esta caricatura de Helguera encontramos 3 significantes. El primero de ellos que aparece a nuestra vista es la representación de un hombre de perfil, tez clara, cabeza elíptica y medianamente plana, escaso cabello color grisáceo, frente amplia, gruesas cejas negras, ojos pequeños y entreabiertos, lentes transparentes de forma rectangular, labios pequeños, mentón sumido, nariz grande y chata, mejillas pronunciadas y orejas pequeñas, ligeramente caídas. El individuo viste un traje y corbata de color gris oscuro, además de una camisa y zapatos blancos. La cabeza de este sujeto es de mayor tamaño en relación al cuerpo, así como las manos son más largas que los pies y el torso que aparecen achaparrados. Este signifiante se encuentra de pie mientras extiende recta la mano derecha hacia el frente, al mismo tiempo que sostiene un ramo de flores.

El ramo de flores, cuya base se ensancha y abulta hasta reposar sobre el suelo, dejando ver en uno de sus costados la frase: “Contratos Hildebrando”, además del símbolo de dinero (\$) en grande, es el signifiante 2.

El tercer signifiante es la imagen de una mujer de tez clara, cabello oscuro y largo que cubre la mayor parte de las orejas, en las que se observa un arete con forma circular de color blanco, frente amplia, ojos pequeños, delgadas, negras y tupidas cejas, nariz larga, ligeramente afilada y de comisuras anchas, boca grande de labios delgados, en la que solamente pueden verse los dientes superiores por debajo de las encías en gesto sonriente, plano mentón alargado, y, en general, rasgos enjutos. La mujer porta un

vestido largo, blanco y a cuadros, sin mangas, zapatos de tacón blancos, pulseras de bolitas blancas en ambos brazos, así como un collar con las mismas características.

Sus brazos son demasiado largos y la cara grande en comparación con el resto del cuerpo que aparece achaparrado. La mujer, de pie, se toma de las manos a la altura de la mejilla izquierda y mira de frente hacia el significante 1. Se observa la figura de un pequeño corazón estilizado, a la derecha de la frente de la mujer.

Connotación

En la caricatura connotamos que el primer significante es la representación del candidato del PAN a la presidencia, Felipe Calderón, quien ofrece lo que parece ser un ramo de flores a la mujer que tiene en frente. Este ramo de flores, abultado en la base, llama la atención no sólo por su forma irregular sino por lo que tiene escrito en el costado. Al parecer, el autor sugiere que el regalo de Calderón no es en sí un ramo de flores, ésta es simplemente una figura retórica (un tipo de metáfora conocido como metonimia) utilizada por Helguera para enriquecer el significado.

Da la impresión de que Calderón realmente ofrece una bolsa cargada con dinero, de ahí su forma abultada, idea que se reafirma con el signo de pesos en el costado. Para rematar, el cartonista añade otro texto al ramo-bolsa, "Contratos Hildebrando", anclando así un significado particular al significante 2, que el dinero contenido en el ramo-bolsa provino de los contratos otorgados a la empresa Hildebrando, propiedad de Diego Zavala (cuñado de Calderón), escándalo sobre corrupción en su campaña, que compete directamente a Calderón en el momento de la publicación de la caricatura.

Por los rasgos físicos del significante 3 vemos que se trata de Margarita Zavala, esposa de Felipe Calderón, quien en claro ademán conmovido (las manos unidas a la altura de la cara), parece aceptar el ofrecimiento de Calderón, situación que se enfatiza por el autor mediante la figura del corazón estilizado que aparece a un lado de la cara de Margarita Zavala, lo cual indica que esta última no sólo está conmovida por el gesto de

su esposo, sino que tal detalle la ha enamorado; en otras palabras, el autor señala una relación de complicidad entre ambos tras una acción fraudulenta.

En el título “Un amoroso padre de familia” se usa la ironía para referirse a Calderón de una manera que es contrariada en el contenido de la caricatura. El plano general y la toma frontal le brindan a la caricatura una sensación de estatismo sin que necesariamente esto añada adjetivaciones a la misma.

Figuras retóricas visuales:

Hipérbole: se emplea para deformar los rasgos físicos de Felipe Calderón y Margarita Zavala (caras grandes, brazos largos y cuerpos achaparrados).

Metonimia: se usa para representar los contratos otorgados a Hildebrando a manera de un ramo de rosas que termina ensanchándose en su base.

Metáfora: en la caricatura se utiliza una metáfora muy común en el lenguaje del comic, un corazón para simbolizar amor o enamoramiento.

Ironía: se nota en el título de la caricatura que satiriza el gesto de Calderón una vez que se ha leído la caricatura por completo.

Alusión: mediante la leyenda “Contratos Hildebrando”, en un costado del ramo-bolsa, se hace referencia directa a la empresa Hildebrando y, por ende, al dueño de ésta, Diego Zavala, cuñado de Calderón.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Felipe Calderón entregando un ramo de rosas a su esposa, Margarita Zavala.
Función de armado	Protuberancia en la base del ramo que se ensancha hasta el suelo y que simboliza los contratos otorgados a la empresa Hildebrando.
Función de disyunción	Felipe Calderón entregando un ramo de rosas, que simboliza los contratos otorgados a la empresa Hildebrando, a su esposa Margarita Zavala.
En pro de:	No aplica.
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), Margarita Zavala y Diego Zavala.

Cierrandeje eleganteje.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>La Jornada</i>
Autor	Magú.
Fecha	27 de junio de 2006.
Medidas	5.31 cm x 9.53 cm.
Presentación	Escala de grises.
Aparición	Lunes a viernes.
Grafismos	Dos viñetas rectangulares en posición horizontal, sin márgenes que les delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Dos rectangulares.
Título	"Cierrandeje eleganteje".
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Tras una competida contienda electoral, los candidatos del PRI y PAN cierran campañas con discursos alusivos al candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador.

Microunidades significativas

Asunto	Descalificaciones del PAN y el gobierno de Fox, hacia Andrés Manuel López Obrador al cierre de las campañas, así como las
--------	---

	irregularidades en el gobierno de Vicente Fox y la campaña presidencial del PAN.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Manuel Espino, dirigente nacional del PAN, Vicente Fox, presidente de México, su esposa Marta Sahagún, Felipe Calderón (PAN), hermanos Bribiesca, Diego Zavala y López Obrador (PRD).

Denotación

En esta caricatura de Magú, se hallan seis significantes. Al leer la primera viñeta (parte superior de la caricatura), observamos el texto que dice: “Si gana el Peje, el 2 de julio se acaba Mexicalpan de los Espinos...”; a la derecha del texto anterior se encuentra el signifiante 1. Éste es un hombre de cabello negro con dos flecos levantados en los costados, tez clara, cejas gruesas y abundantes, ojos circulares cuyas pupilas son apenas un punto negro, gran nariz alargada y redonda con algunos puntos en ella, bigote ancho, negro y tupido, boca pequeña, semiabierta, en la que se ven los dientes inferiores, barbilla pequeña y no se le ven orejas. El individuo porta una toga blanca y lleva un accesorio circular con las letras “PAN” en él, mientras extiende los brazos y piernas. Los pies de este signifiante no tocan el suelo. Del sujeto se desprende un globo de texto con la frase: “Por eso, en verdad os digo, que no se apejendejen!”.

Debajo del anterior signifiante se observa la representación de la tierra (signifiante 2), dentro de la que se encuentran algunas líneas curvas a manera de mareas y un trozo de tierra con forma de “S” invertida con la leyenda “Mexicalpan”. Un poco más arriba y a la derecha se ubica el tercer signifiante, un hombre que flota, de frente pequeña, arrugada, un mechón largo de cabello oscuro, cejas pequeñas y negras, ojos redondos pequeños circundados por unas ojeras oscuras, nariz larga y corrugada, bigote ancho y largo, mentón amplio con algunos puntos negros, no se observan orejas ni boca. El individuo lleva puesta una toga blanca y tiene el brazo izquierdo extendido hacia abajo, mientras que el brazo derecho se le enrolla alrededor del cuello, las piernas, en las que se ven un par de botas vaqueras puntiagudas, se arquean hacia el cuerpo del sujeto, a la altura del pecho. De este signifiante sale un bocadillo con el texto: “...Si se

apejendejan nos llevamos Foxilandia a San Cristóbal.”. En esta misma viñeta, cuyo fondo es gris claro, existen algunos puntos color gris oscuro a manera de estrellas.

En la segunda viñeta (parte inferior de la caricatura), de fondo blanco y con algunos puntos grises como estrellas, se lee en el extremo izquierdo el texto: “...Se aborta el programa de bienestar familiar ...primero mis hijos y mis cuñados”. A la derecha del texto se encuentra el cuarto significativo, la representación de una mujer de cabello claro, peinado circularmente, ojos grandes y ovalados con pestañas de gran longitud, nariz larga, pequeña y afilada, labios pequeños, mejillas prominentes y barbilla menuda, no se le ven las orejas. La mujer viste una toga blanca y zapatos de tacón, sus pies extendidos no tocan el suelo y sus manos, también extendidas hacia abajo, cargan dos bolsas abultadas con el signo “\$” inscrito en ellas. De la mujer sale un globo con la leyenda: “...Realmente eso sería mucho apejendejamiento.”.

Debajo del globo de texto anterior se ubica la imagen de la tierra (significante 5), parecida al significativo 2 salvo por la falta de la palabra “Mexicalpan” en ella. A la derecha de este significativo encontramos otro texto que dice: “Y se frustra el gran plan nacional de convertir al país en un enorme lavatorio de manos.”.

En el extremo inferior derecho de la caricatura se halla el sexto significativo, la figura de otro hombre de frente amplia y redondeada, cabello negro, escaso, gruesas cejas negras, lentes redondos, bajo los que están los ojos de forma circular, gran nariz chata de fosas amplias, orejas y mentón pequeños, boca chica semiabierta, en la que se ven los dientes inferiores. El hombre viste una toga blanca con un botón circular dentro del que se lee “PAN”, mientras abre los brazos y se encuentra flotando. De este significativo se desprenden dos globos de texto, el más grande dice: “...Por eso pejele a quien le peje, este domingo no se nos apejendejen...”, y el más pequeño: “Hemos dicho”.

Connotación

De la caricatura podemos connotar que el significante 1 se trata de Manuel Espino, dirigente nacional del PAN, vestido con toga blanca y un botón en pro de la campaña panista. En el segundo significante se representa al planeta tierra, se omiten todos los continentes y se deja sólo la limitación de la República Mexicana bajo el nombre de Mexicalpan, manera particular del autor para referirse a nuestro país.

Por los rasgos físicos del tercer significante podemos afirmar que se trata de Vicente Fox quien además de sus votas vaqueras viste toga blanca. El cuarto significante representa a Marta Sahagún, esposa de Vicente Fox, a quien también se presenta portando una toga blanca mientras carga lo que parecen ser bolsas de dinero.

El quinto significante es nuevamente la imagen de la tierra en la que sólo se dibuja a México, de la misma manera que en el segundo significante excepto por el mote de “Mexicalpan”.

Dadas las características del sexto significante, es Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia, ataviado con toga blanca y un botón a favor de su partido. Una vez que identificamos cada uno de los significantes podemos proceder a determinar su significación. Lo primero que vemos al leer la caricatura es el texto “Si gana el Peje, el 2 de julio se acaba Mexicalpan de los Espinos...”. Aquí, la palabra “peje” es un apodo que sirve para referirse a Andrés Manuel López Obrador, ex candidato del PRD a la presidencia, quien de resultar vencedor “acabaría con Mexicalpan de los Espinos”, elocución donde Mexicalpan es México y la frase “de los Espinos” es rematada por la efigie estilizada de Manuel Espino a un costado. Con ello el autor parece indicar una cierta propiedad, con lo que el texto completo podría quedar de la siguiente manera: “Si gana López Obrador se acaba el México del PAN”, idea que, aunque parece haber sido emitida por algún militante del PAN, connota un favoritismo hacia la imagen de Obrador por parte del autor.

El texto se acompaña de la imagen de Manuel Espino vestido con toga, lo cual le da una cierta apariencia de santo o ángel, y flotando en el espacio exterior mientras de fondo se observa el planeta tierra, donde no existe otro continente o país aparte de México. Este gesto de colocar solitario a nuestro país, escindiéndolo del resto del continente americano, pretende centrar la atención en él, especialmente en los acontecimientos que se desarrollan en su interior, tales como la contienda electoral. Manuel Espino dice en su globo de texto: “Por eso, en verdad os digo, que no se apejendejen!”; logrando así un verdadero juego de palabras con diversas significaciones. Por un lado, está la frase “en verdad os digo”, lugar común empleado por Jesucristo en sus discursos y que remite a la teología cristiana, en este caso otorgado por el autor a Espino con el fin de señalar los nexos e influencias del PAN con la Iglesia católica.

Espino llama a la sociedad a no “apejendejarse”, juego de palabras inventado por Magú en el que se fusionan las palabras “peje” (en su connotación de López Obrador) y “apendejarse” (entendido como atontarse) para formar el vocablo “apejendejarse”, lo que en otras palabras podría definirse como: “votar por López Obrador sería una tontería”. Mediante esta palabra inventada por el autor, éste parece sugerir que en sus discursos varios actores políticos relacionados con el PAN llaman a la sociedad a no votar por Obrador, aunque no de manera abierta.

Prosiguiendo con la lectura nos encontramos con la imagen de Fox, quien, sin abandonar sus típicas botas, aparece también vestido de santo. Llama la atención el ademán del mandatario, representa una significación poco clara por parte del autor. El hecho de que Fox aparezca con el brazo izquierdo extendido y el derecho enrollado sobre su cuello podría significar la prohibición del IFE impuesta sobre él para hacer proselitismo a favor de Calderón, puesto que tiene la mano derecha inhabilitada y el PAN es un partido considerado de derecha.

Fox también se expresa mediante un bocadillo en esta caricatura y afirma que de ganar Obrador se llevará Foxilandia (nombre surgido de la imaginación colectiva, que alude al

México utópico que Fox refería en sus discursos, con el fin de enaltecer los logros de su administración) a San Cristóbal, Guanajuato, lugar donde Vicente Fox reside.

Situados en la segunda viñeta nos encontramos con otro texto: "...Se aborta el programa de bienestar familiar ...primero mis hijos y mis cuñados", que el autor atribuye a la generalidad de personajes políticos encontrados en la caricatura. La frase es una clara burla con mucho sarcasmo, donde se alude a los hijos de Marta Sahagún, los hermanos Bribiesca, y al cuñado de Calderón, Diego Zavala, acusados por presunto enriquecimiento ilícito. Al mismo tiempo se comparan las propuestas de campaña del PRD y el PAN de manera parcial por parte del autor; mientras que el slogan del PRD rezaba: "Por el bien de todos, primero los pobres", el programa ficticio presentado aquí por Magú versa: "programa de bienestar familiar... primero mis hijos y mis cuñados", con lo que el enriquecimiento ilícito de los familiares se contraponen a ayudar a los pobres.

Para dar más fuerza a la sentencia anterior, Magú coloca la efigie de Marta Sahagún cargando dos bolsas llenas de dinero, que dan la impresión de haber sido obtenidas ilícitamente por sus hijos. Esta idea se remata con el globo que sale de Sahagún y dice: "...Realmente eso sería mucho apejendejamiento.", donde se repite la idea de que votar por Obrador sería una gran tontería, según el autor, actores políticos como los Bribiesca no podrían seguir enriqueciéndose a expensas del erario público.

A la derecha del globo anterior, vemos otro texto, al parecer salido de la conciencia generalizada de los militantes del PAN, que dice: "Y se frustra el gran plan nacional de convertir al país en un enorme lavatorio de manos.", frase que hace alusión al slogan de la campaña de Calderón ("tengo las manos limpias") pero con una connotación negativa, y sugiere que Calderón y sus copartidarios planean enriquecerse a costa de los ingresos públicos para después lavarse las manos, o sea, deslindarse de sus actos.

Observamos la representación de Calderón, también de toga blanca, que dice: "...Por eso pejele a quien le peje, este domingo no se nos apejendejen...", y en otro globo:

“Hemos dicho”. Otro juego de palabras que repite la idea de no votar por Obrador, pésele a quien le pese, y que, en el segundo globo, recalca la misma idea utilizada excesivamente, pero a propósito, en toda la caricatura. Ello también se aprecia desde el título del cartón “Cierrandeje eleganteje”, que podría reescribirse así: “los partidos cierran campañas elegantemente refiriéndose a Obrador”, frase que ridiculiza sarcásticamente el cierre de campañas y el llamado del PAN a no votar por Obrador.

El hecho de “vestir” como santos a los políticos de este cartón tiene como fin señalar una doble moral de su parte, por un lado, llaman, en calidad de santos, a no votar por Obrador y por el otro protagonizan escándalos sobre peculado; idea generalizada que connota una tendencia a favorecer la figura de López Obrador en este cartón.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: existen elementos que se repiten varias veces en la caricatura tales como: las togas, los puntos a manera de estrellas y el planeta tierra.

Sinécdoque: se observa en la tendencia del autor a no mostrar por completo a la tierra, así como a omitir al resto de los continentes y dejar sólo a la República Mexicana.

Hipérbole: se utiliza para estilizar los trazos en general que se muestran en la caricatura.

Ironía: se aprecia en la idea general del cartón, en el título del mismo y se usa para recalcar la idea de los militantes del PAN, vestidos como santos, llamando a no votar por Obrador a pesar de sus propios escándalos.

Tautología: la idea de no votar por Obrador (“apejendearse”) se repite en varias ocasiones y a través de varios argumentos.

Eufemismo: se usa la palabra “apejendearse” en vez del vocablo “apendejarse” con el fin de sonar menos altisonante conservando la esencia de dicho vocablo, además de llevar a cabo un juego de palabras.

Alusión: con la palabra “apejendeamiento” se alude a López Obrador y con la frase “primero mis hijos y mis cuñados” se refiere a los Bribiesca, hijos de Martha Sahagún, y a Diego Zavala, cuñado de Calderón.

Anulación de la gravedad: se utiliza para indicar que Manuel Espino, Vicente Fox, Marta Sahagún y Felipe Calderón están flotando debido a su calidad de santos, se les muestra como entidades divinas.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Manuel Espino, Vicente Fox, Marta Sahagún y Felipe Calderón reunidos, vestidos de santos y flotando sobre el planeta.
Función de armado	Manuel Espino, Vicente Fox, Marta Sahagún y Felipe Calderón llamando a la sociedad a no votar por López Obrador, porque de lo contrario se acabaría México y sería una tontería.
Función de disyunción	Manuel Espino, Vicente Fox, Marta Sahagún y Felipe Calderón afirmando que de ganar Obrador se acabaría el México del PAN y sus posibilidades de enriquecerse ilícitamente del erario público.
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD)
En contra de:	Felipe Calderón (PAN), Vicente Fox, Marta Sahagún; los hermanos Bribiesca, Diego Zavala y Manuel Espino.

El espantachambas está vivo!



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Paco Calderón.
Fecha	27 de junio de 2006.
Medidas	9.08 cm x 12.27 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Domingo, martes, miércoles, jueves y viernes.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“El Espantachambas está vivo!”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	En Toluca, el 26 de junio, López Obrador llama delincuentes de cuello blanco a los empresarios del CCE y los acusa de oponérsele, no obstante, aclara no estar en contra de los empresarios. El 28 de junio, José Luis Barraza, presidente del Consejo Coordinador Empresarial, reclama a Obrador haber tachado a su gremio de delincuentes de cuello blanco y traficantes de influencias, por lo que advierte ciertas inquietudes por parte del sector productivo a causa de las declaraciones de Obrador.

Microunidades significativas

Asunto	Las declaraciones de Andrés Manuel López Obrador que asustan a la inversión privada.
Plano	Plano general.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Andrés Manuel López Obrador (PRD) y empresarios.

Denotación

En esta caricatura existen nueve significantes. El primero de ellos es la figura de un espantapájaros hecho de paja y clavado sobre un palo de madera, está vestido con pantalón negro y guayabera blanca, lleva en la mano derecha un machete (significante 2). La cabeza, circundada por algunas estrellas estilizadas, es una calabaza cuya nariz

está formada por una zanahoria, el pelo está hecho de paja y peinado hacia la izquierda, la barbilla está partida, el ojo izquierdo es redondo y de color amarillo mientras el derecho es más grande, redondo, está cerrado y es de color morado, la boca es grande y se encuentra abierta, ahí se observan un par de dientes tanto en el maxilar superior como en el inferior, de la boca sale una lengua muy larga que tiene puesto un guante de box (significante 3) color negro.

Por encima de la cabeza y un poco hacia a la izquierda se ve una boina de color rojo (significante 4) con un círculo blanco en la frente, dentro del que está plasmada la figura estilizada de un rayo amarillo. Alrededor del espantapájaros se observan los significantes 5, 6, 7, 8 y 9, cada uno de ellos está representado por un ave de color rosa claro, ojos blancos y redondos, pico largo y amarillo, vestida con un frac negro, moño negro y sombrero de copa. Estas aves se alejan del espantapájaros mientras cargan con el pico una bolsa café con el signo “\$” grabado en ellas.

El fondo es un cielo que va del color amarillo y naranja en la base hasta el morado y gris en la parte superior de la viñeta. En la parte superior de la misma y escrito en mayúsculas, color rojo y en grande, se halla el título de la caricatura: “El espantachambas está vivo!”, texto cuya tipografía semeja sangre escurriendo de las letras. Un poco más abajo del título encontramos el texto: “...Pero **no** muy **lúcido**, que digamos...”, escrito también con mayúsculas pero con tipografía normal y en color negro.

Connotación

De acuerdo con la vestimenta y los rasgos físicos de la cabeza del espantapájaros, podemos connotar que éste es Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD a la presidencia de la República, a quien el autor ha dibujado en forma de espantajo. En la caricatura nos damos cuenta de que la lengua larga de Obrador le ha golpeado con un guante de box, dejándole un ojo morado y haciéndole ver estrellas; esto significa que las declaraciones del candidato lo perjudican en gran manera; el autor tilda al candidato del PRD de hablador.

Paco Calderón ha añadido algunos significantes para enriquecer la significación de Obrador, por ejemplo, el machete en la mano derecha connota rebeldía, insurrección, revolución armada, violenta; mientras que la boina roja, que da la impresión de caérsele a Obrador, remite a la tradicional boina de Ernesto Che Guevara, revolucionario y líder político latinoamericano. En adición, la boina de revolucionario que el cartonista le dibuja a Obrador lleva dibujada un rayo amarillo en la frente, detalle que hace referencia a uno de los mote más conocidos de la campaña del PRD, “Un rayito de esperanza”. Es a través de estos elementos que el autor parece sugerir un carácter violento, rebelde, entendido en una connotación más negativa como revoltoso, hablador, inestable, etc., en la figura López Obrador.

Las aves (significantes 5, 6, 7, 8 y 9) vestidas de frac negro que vuelan despavoridas llevándose su dinero lejos del espantapájaros Obrador, dan la impresión de representar a los inversionistas privados o empresarios, que al observar la llegada de Obrador deciden tomar su capital, o inversión, y llevárselo lejos de él. En una visión general de la caricatura, el autor parece advertir sobre la llegada de Obrador a la presidencia, considera que esto contribuiría a ahuyentar a los inversionistas.

En lo que al título respecta, éste llama la atención debido a su tamaño y, especialmente a su tipografía, la cual connota sangre, violencia, inestabilidad, miedo y terror. El título dice: “El espantachambas está vivo!”, con la palabra “espantachambas” se designa a Obrador, razón por la cual se le dibuja como espantapájaros, con el fin de simbolizar el miedo que este personaje causa sobre los inversionistas. Un segundo texto sirve para complementar el título y dice: “...Pero **no** muy **lúcido**, que digamos...”, nótese que las palabras “**no**” y “**lúcido**” aparecen en negritas. Con ello el cartonista pretende indicar una falta de lucidez, claridad o inteligencia en las declaraciones de Obrador, así como en sus acciones, con las que el sector empresarial se siente desconfiado.

El fondo de la viñeta en el que vemos un cielo que va del naranja al morado y gris, simboliza el clima antes de una tormenta, o al menos una fuerte lluvia, que está por venir. Ello colabora para resaltar la idea general de la caricatura, en la que se ve a

López Obrador como un peligro para la inversión privada, de salir triunfador en las elecciones del 2 de julio.

En lo que a la toma frontal y al plano general se refiere, éstos no añaden significaciones extra a la caricatura y su función es meramente esquemática.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: la imagen de las aves vestidas con frac se repite en cinco ocasiones.

Hipérbole: los rasgos físicos de la cara de Obrador se alteran para semejarlos a la forma de una calabaza.

Metonimia: se emplea para convertir a Obrador en un espantapájaros y para transformar a los inversionistas en aves.

Metáfora: se usa para indicar que el golpe que Obrador se ha dado con la lengua ha sido demasiado fuerte a través de la colocación de algunas estrellas estilizadas.

Prosopopeya: se otorga un comportamiento humano a las aves al vestirlas de frac y sombrero de copa, además de dibujarlas cargando una bolsa de dinero.

Acumulación: a la figura del espantapájaros-Obrador se añaden símbolos como el machete y la boina que resultan en una connotación revolucionaria, indisciplinada y violenta de la figura de Obrador.

Alusión: mediante la boina roja se hace alusión al líder revolucionario Ernesto Che Guevara, mediante los pájaros vestidos de frac se hace referencia a los empresarios.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Despliegue del título de la caricatura: “El espantachambas está vivo!”
Función de armado	Un espantapájaros asustando a varias aves.
Función de disyunción	El espantapájaros representa a Obrador y las aves a los inversionistas privados.
En pro de:	Empresarios.
En contra de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).

Haciendo el ridículo.



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Rapé.
Fecha	3 de junio de 2006.
Medidas	9.22 cm x 12.27 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición horizontal, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Haciendo el ridículo.”
Montaje	Narración lineal.

Contexto	Durante el seminario “México en la coyuntura electoral de 2006”, organizado por el Colegio de México, Javier Esteinou Madrid, investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, expresó que se ha constatado que el Poder Ejecutivo ha utilizado todo su aparato propagandístico en favor de Calderón. Según el investigador la administración de Fox hizo uso y abusó de las herramientas de publicidad y propaganda de 2001 a 2006, el gasto en comunicación social rebasa 15 mil millones de pesos, para promocionar la imagen personal del presidente y crear una videocracia fundada en el uso intensivo de la mercadotecnia y la publicidad política. Con ello, "han logrado realizar una elección mediática de Estado para favorecer al candidato de la derecha", manifestó el investigador.
----------	---

Microunidades significativas

Asunto	La unión de ciertos actores políticos del PAN para impedir que López Obrador llegue a la Presidencia de México.
Plano	Plano americano.
Angulación	Toma frontal.
Actores	Josefina Vázquez Mota coordinadora de la campaña presidencial del PAN, Felipe Calderón (PAN), Manuel Espino, dirigente nacional del PAN, Vicente Fox, presidente de México, Rubén Aguilar, vocero de la Presidencia y López Obrador (PRD).

Denotación

En esta caricatura de Rapé, titulada “Haciendo el ridículo...”, observamos seis significantes. El primero es una mujer delgada, cabello negro hasta los hombros, tez clara, frente amplia y redonda, cejas delgadas y alargadas, pequeños ojos rasgados ligeramente inclinados hacia abajo, ojeras marcadas, nariz pequeña, redonda y de fosas chicas, boca de labios gruesos color café, esbozando una sonrisa que deja ver difícilmente parte de los dientes, barbilla afilada, orejas pequeñas y rasgos parcos. La mujer, que se encuentra saltando y con las manos alzadas a la altura de la cara, viste un uniforme de fútbol color verde en cuyo *short* se aprecia el número 14 en color blanco, calcetas negras y zapatos de tacón blancos.

El segundo signifiante es un hombre delgado, piel clara, frente amplia y redonda, escaso cabello grisáceo, negras cejas gruesas, ojos pequeños y entrecerrados, lentes

transparentes de forma rectangular y redondeados en las esquinas, nariz extremadamente grande y redonda con fosas nasales chicas, boca grande de labios gruesos, mejillas redondas y orejas medianas ligeramente inclinadas hacia los extremos. La cara del individuo se encuentra de frente mientras el cuerpo está de perfil, viste uniforme de fútbol verde, calcetas negras, a la vez que flexiona las rodillas un poco y mantiene los puños cerrados al nivel del rostro.

El tercer significativo es otro hombre de tez clara, cabello negro y corto, cejas negras gruesas, ojos grandes, ojeras marcadas, nariz mediana y redonda, bigote negro, ancho y cuadrado, boca chica entreabierta de labios medianos, barbilla moderada y orejas medianas. El hombre, parado de frente, se encorva un poco al mismo tiempo que mantiene la mano derecha en el muslo de la pierna izquierda, y empuja con el codo del brazo izquierdo al hombre de su izquierda (significante 4 que describiremos un poco más adelante); viste calcetas negras y un uniforme de fútbol color verde en cuya camiseta se observa una franja blanca en el pecho, debajo de la que yace el número "10", y un círculo blanco en el *short*, justo en la pierna derecha.

El cuarto significativo es un individuo de tez clara, cabello entrecano, frente cuadrada y estrecha en la que se marcan tres líneas de expresión, cejas negras y gruesas, ojos pequeños, redondos abiertos, líneas de las ojeras marcadas, nariz larga y afilada, abultada en la punta, bigote negro, ancho y espeso, boca mediana y entreabierta en la que se ven algunos dientes inferiores, barbilla amplia de forma rectangular, se notan algunas arrugas en la piel del cuello y las orejas son medianas. El sujeto, más alto que el resto de los demás individuos de la caricatura, se encuentra de pie y de frente, tiene los puños cerrados a la altura del pecho y viste calcetas negras y uniforme de fútbol color verde con una franja blanca en el pecho, un círculo blanco en la pierna derecha y el número "9", también en blanco, sobre la izquierda.

El quinto significativo está representado por un hombre delgado, de tez clara, calvo y poco cabello blanco en los costados, cejas negras y gruesas, ojos de gran tamaño, lentes grandes y redondos, nariz mediana abultada en la punta, boca mediana y

abierta, barbilla partida y orejas grandes. El individuo, que mira hacia arriba y tiene ambas manos en la entrepierna mientras levanta el pie izquierdo al nivel del pecho, lleva puesto un uniforme de fútbol color verde con una franja blanca en el pecho, calcetas negras y zapatos blancos. A este significativo no se le ve un tercio de la cara, ya que ésta se encuentra tapada por el hombro del cuarto significativo.

El sexto significativo es una bola blanca con las siglas “AMLO” inscritas en ella. En el costado de la bola se observan 4 líneas curvas, paralelas, en orden decreciente y de color negro.

Connotación

Se connota que el primer significativo representa a la coordinadora de campaña de Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, ataviada con un elemento que se repetirá en los siguientes cuatro significativos: el uniforme de fútbol color verde.

El segundo significativo se trata de la imagen de Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia de México, vestido con uniforme de fútbol color verde.

El tercer significativo se trata de Manuel Espino, dirigente nacional del PAN, quien, también vestido con el uniforme verde, le da un codazo al significativo 4. En éste, por los rasgos físicos, reconocemos a Vicente Fox, presidente de la República, portando el uniforme de fútbol verde.

En lo que al quinto significativo respecta, éste es la representación de Rubén Aguilar, vocero de la Presidencia, situado al costado izquierdo de Vicente Fox, al tiempo que porta el mismo uniforme verde de balompié.

El significativo 6, la bola con las siglas “AMLO”, simboliza a claras luces, la figura de Andrés Manuel López Obrador, a quien se hace referencia colocando las iniciales de su nombre completo en la bola blanca, que por el contexto futbolístico reconocemos como un balón de fútbol.

El hecho de vestir a Vicente Fox, Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, Rubén Aguilar y Manuel Espino con el mismo uniforme de fútbol color verde sugiere, de parte del cartonista, que estos personajes militan en un mismo bando (entiéndase partido) o equipo, por lo que comparten intereses comunes y persiguen los mismos objetivos.

Juzgando por la posición de los actores vestidos de futbolistas, éstos se encuentran formando una barrera (en términos futbolísticos) con el fin de evitar la anotación de un gol que, probablemente proviene de un tiro libre directo cercano a la portería (la cual se omite a propósito para no distraer al lector); es decir, cuenta con muchas probabilidades de convertirse en gol.

Esta situación con la que Rapé arma la escena resulta particularmente interesante, connota la unión de varios personajes políticos militantes del PAN, uniéndose, haciendo a un lado sus diferencias, para formar una barrera (obstaculizar) la anotación de un gol, que, dejando de lado el simbolismo, sería el triunfo de Obrador en las elecciones del 2006. La conjunción de estos actores, salvo por el caso de Espino que parece tener sus propios problemas y abrir espacio entre él y Fox, da cuenta de una acción organizada con el fin de evitar el gol, entendido como Obrador ocupando la Presidencia, lo cual acarrearía repercusiones negativas en detrimento de los militantes del PAN que aquí aparecen; o sea, el marcador en su contra.

Nótese que el autor coloca el balón-Obrador por encima de los jugadores, como si éste fuera inalcanzable para ellos (idea que se subraya con algunas líneas de velocidad detrás del balón), connota un favoritismo hacia la figura de Obrador sugiriendo un triunfo inevitable de su parte. Lo anterior se ve reforzado por el título de la caricatura que indica que Vicente Fox, Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, Rubén Aguilar y Manuel Espino hacen el ridículo al tratar de detener a Obrador, el autor considera que éste triunfará en las elecciones del 2006.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: el elemento uniforme de fútbol se repite en cinco ocasiones.

Sinécdoque: parte de los pies de los personajes vestidos de futbolistas se omite.

Hipérbole: se utiliza para exagerar los rasgos físicos de los actores representados en la caricatura.

Metonimia: la figura de López Obrador es cosificada en un balón de fútbol.

Alusión: mediante el balón blanco de fútbol se hace referencia a Andrés Manuel López Obrador por las siglas de su nombre (AMLO).

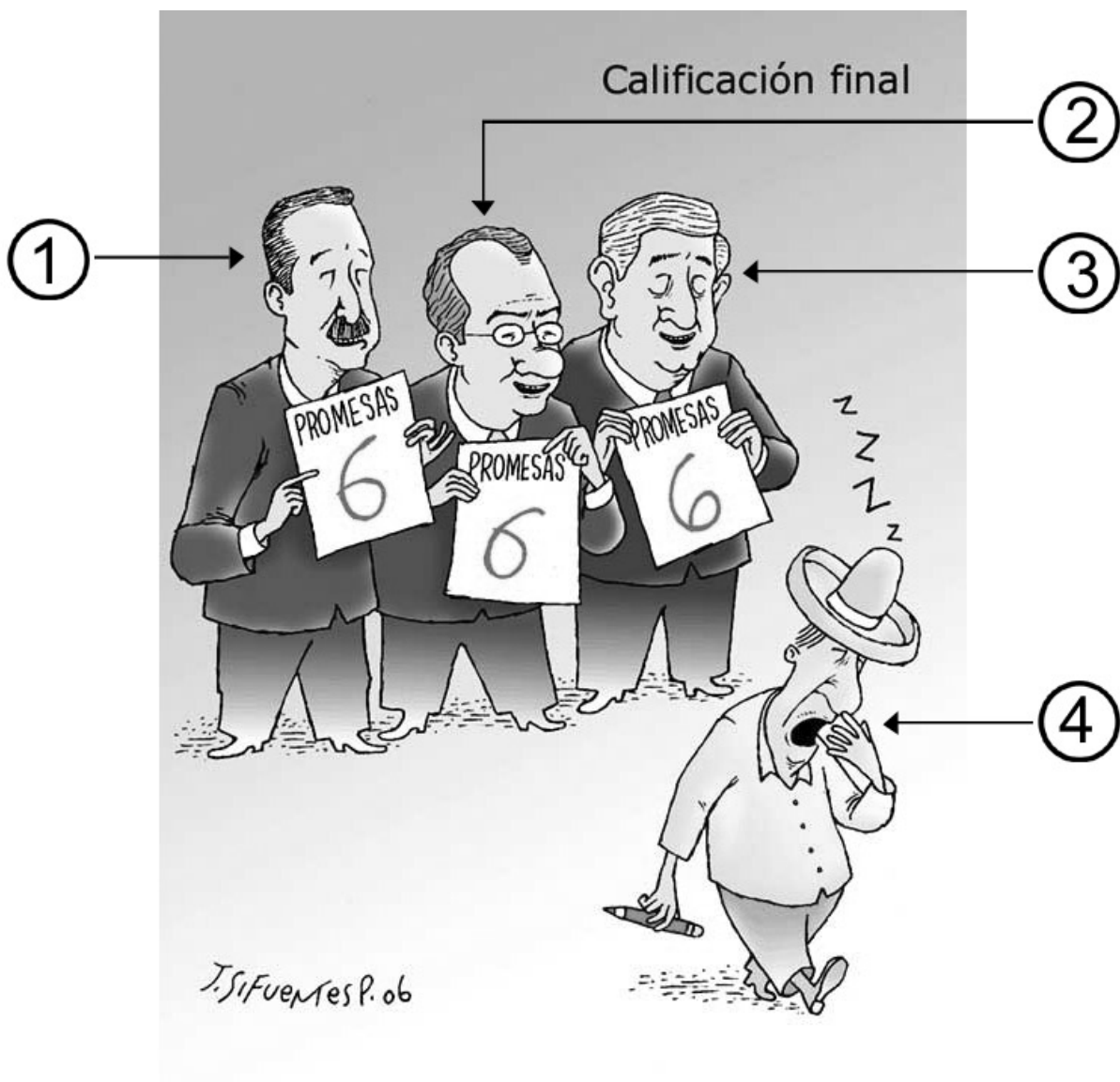
Elipsis: aunque los elementos futbolistas y balón, correspondientes a la situación “partido de fútbol”, se encuentran presentes en la caricatura, se deja al lector adivinar el último significante ausente en la viñeta: portería.

Ecos de movimiento: se usan para indicar que el balón se mueve.

Anulación de la gravedad: se aprecia en el significante 1, éste se encuentra suspendido en el aire dando la impresión de estar saltando.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Vicente Fox, Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, Rubén Aguilar y Manuel Espino vestidos de futbolistas.
Función de armado	Vicente Fox, Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, Rubén Aguilar y Manuel Espino formando una barrera para impedir la anotación de un gol.
Función de disyunción	El balón lleva las siglas del nombre de López Obrador por lo que Vicente Fox, Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, Rubén Aguilar y Manuel Espino, intentan impedir que anote (que Obrador sea presidente).
En pro de:	Andrés Manuel López Obrador (PRD).
En contra de:	Josefina Vázquez Mota coordinadora de la campaña presidencial del PAN, Felipe Calderón (PAN), Manuel Espino, dirigente nacional del PAN, Vicente Fox, presidente de México, y Rubén Aguilar, vocero de la Presidencia.

Calificación final



Macrounidades significativas

Periódico	<i>Reforma</i>
Autor	Sifuentes.
Fecha	7 de junio de 2006.
Medidas	13.83 cm x 10.38 cm.
Presentación	A color.
Aparición	Alternativa.
Grafismos	Única viñeta rectangular en posición vertical, sin márgenes que le delimiten.

Unidades significativas

Viñeta	Única rectangular.
Título	“Calificación final”.
Montaje	Narración lineal.
Contexto	Durante el segundo debate llevado a cabo el 6 de junio de 2006, los candidatos del PAN y PRD, Felipe Calderón y López Obrador respectivamente, se sumieron en descalificaciones mientras que Roberto Madrazo, abanderado del PRI, criticó el desempeño del gobierno de Vicente Fox.

Microunidades significativas

Asunto	Las propuestas mediocres de los candidatos del PAN, PRI y PRD tras el segundo debate.
Plano	Plano general.
Angulación	Angulación lateral derecha.
Actores	Roberto Madrazo (PRI), Felipe Calderón (PAN), Andrés Manuel López Obrador (PRD) y electorado.

Denotación

En esta caricatura de Sifuentes se denotan cuatro significantes, el primero es un individuo de tez clara, cabeza rectangular, cabello corto y entrecano, cejas negras delgadas, arqueadas hacia arriba, ojos chicos y cerrados, nariz alargada, pequeña y curva, bigote ancho y grueso, boca pequeña ligeramente abierta y orejas medianas. El hombre viste traje azul fuerte y camisa blanca. Sostiene con ambas manos un cartel blanco rectangular, con el número seis de color rojo escrito en él, además de la leyenda “Promesas” en negro.

El segundo significante es otro sujeto de tez clara, frente amplia y redonda, corto cabello gris oscuro, cejas largas y negras, ojos pequeños y cerrados, lentes transparentes de forma oval, grande nariz chata, boca mediana abierta en la que se ven los dientes superiores, barbilla menuda y orejas medianas. El hombre viste un traje azul fuerte, camisa blanca y corbata azul claro. Además, sostiene un cartel rectangular color

blanco con las manos, en el que puede leerse la frase en negro “Promesas”, acompañada de un número 6 en rojo.

El tercer significativo es un individuo de tez clara, cabello blanco, cejas negras pequeñas, arqueadas hacia arriba, ojos chicos y cerrados, ojeras marcadas, nariz grande, ancha y curva, boca mediana formando una sonrisa en la que se ven los dientes superiores, barba partida y orejas grandes. El hombre lleva puesto un traje azul fuerte, camisa blanca y corbata roja. Con las dos manos agarra un cartel rectangular de color blanco, en el que se lee en negro “Promesas”, y en rojo el número 6.

El cuarto y último significativo es un individuo de tez clara, cabello corto negro, ojos pequeños y cerrados, nariz grande y redonda, boca grande abierta en demasía y orejas diminutas. Este significativo viste una camisa azul claro, pantalones y zapatos verdes; porta un lápiz color rojo en la mano derecha, además de un sombrero pequeño, color amarillo y de forma redonda sobre la cabeza. De la cabeza de este hombre salen cuatro zetas en orden ascendente.

Connotación

De la caricatura titulada “Calificación final”, de Sifuentes, se connota que el significativo 1 se refiere a Roberto Madrazo, candidato del PRI a la presidencia, quien aparece vestido de traje azul y con un cartel que parece tener la calificación de sus promesas, en este caso, 6.

El significativo 2 es la representación de Felipe Calderón, candidato del PAN a la presidencia, quien también sostiene un cartel con la calificación 6 a sus promesas, mientras viste un traje color azul fuerte.

El tercer significativo se trata de Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD a la presidencia, personaje vestido con un traje azul fuerte y quien sostiene también un cartel con la calificación 6 a sus promesas.

El hecho de dibujar a los tres candidatos vestidos con el mismo traje color azul fuerte, y sosteniendo el cartel blanco con la leyenda “Promesas” acompañada de la calificación 6, sin ninguna diferencia aparente a excepción de las caras de los políticos, sugiere una agrupación o generalización de la idea. En otras palabras, significa que para el autor los tres candidatos ofrecen las mismas promesas y propuestas de campaña, eso explicaría la falta de contrastes importantes en la vestimenta.

El cuarto significativo (el hombre del sombrero, con el lápiz rojo) es un estereotipo que pretende englobar a la sociedad y/o pueblo mexicanos. Esa imagen de “hombre común” busca la suma de voluntades de parte de la generalidad de las personas, que el lector se identifique y se reconozca a sí mismo en esa imagen. Representa a la opinión pública y al electorado.

El hombre del sombrero, al tener el lápiz rojo en la mano derecha, parece haber sido quien marcó la calificación de 6 en los carteles de los tres candidatos. Este significativo se aleja de los tres políticos al tiempo que bosteza aburrido, gesto que se ve reforzado por las zetas que salen de su cabeza para connotar tedio o sueño. Con ello el cartonista insinúa que la sociedad mexicana está aburrida de escuchar las mismas propuestas en los discursos de los tres aspirantes, por lo que la calificación que el pueblo les da es 6 (al parecer la escala utilizada va del 1 al 10, así que una calificación de 6 sería la mínima aprobatoria).

Tal hecho engloba el desempeño de las campañas no sólo en junio, sino en un plano más general relativo a los seis meses de campaña; por ello el título de “Calificación final”.

La caricatura parece decir que tras seis meses de campaña, los tres candidatos a la presidencia ponen su mejor cara que es insuficiente a falta de propuestas sólidas, razón por la cual la sociedad mexicana, aburrida, le da una calificación mediocre al desempeño electoral de los políticos.

Aunque el plano general no aporta significaciones adicionales, la angulación lateral derecha pretende añadir la sensación de movimiento al hombre del sombrero que se aleja de los candidatos.

Figuras retóricas visuales:

Repetición: utilizada para vestir de traje azul a los candidatos. El elemento cartel con la leyenda “Promesas” y la calificación 6 se repite en tres ocasiones.

Hipérbole: se emplea para deformar y exagerar los rasgos físicos de los tres políticos.

Metonimia: se observa al representar las promesas de los candidatos en forma de cartel, así como en englobar a la opinión pública en un individuo de sombrero.

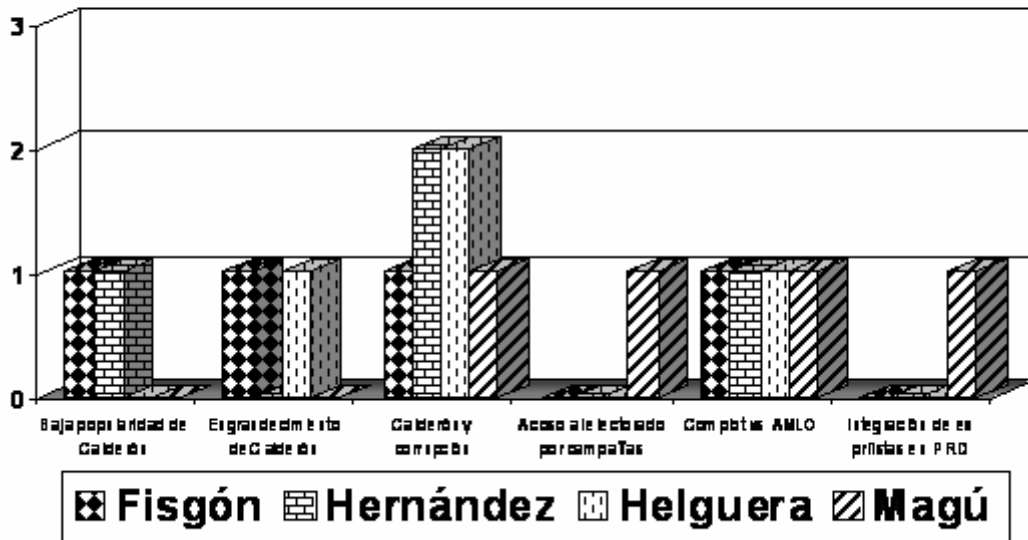
Metáfora: se usa en las zetas que salen de la cabeza del individuo con sombrero para significar aburrimiento o sueño.

Estructura del chiste	
Función de normalización	Roberto Madrazo, Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador parados, sosteniendo el cartel que simboliza sus promesas con la calificación 6 escrita en él.
Función de armado	Un hombre con sombrero y un lápiz en la mano, alejándose de los tres políticos.
Función de disyunción	El hombre del sombrero ha sido quien calificó con 6 a las promesas de los tres aspirantes para después alejarse decepcionado y aburrido de ellos.
En pro de:	Electorado.
En contra de:	Roberto Madrazo (PRI), Felipe Calderón (PAN) y Andrés Manuel López Obrador (PRD).

5.3. Resultados del análisis

Como primer resultado obtenido tras la aplicación del análisis semiótico, encontramos en *La Jornada* un marcado énfasis de los cartonistas a referirse a los escándalos de corrupción en la campaña de Felipe Calderón y al interior del PAN (gráfica 2). Es el caso particular de los moneros Hernández y Helguera, quienes en mayor número de ocasiones realizan señalamientos sobre las relaciones del candidato del PAN, Felipe Calderón, con ciertos actores políticos considerados negativos por su lectura.

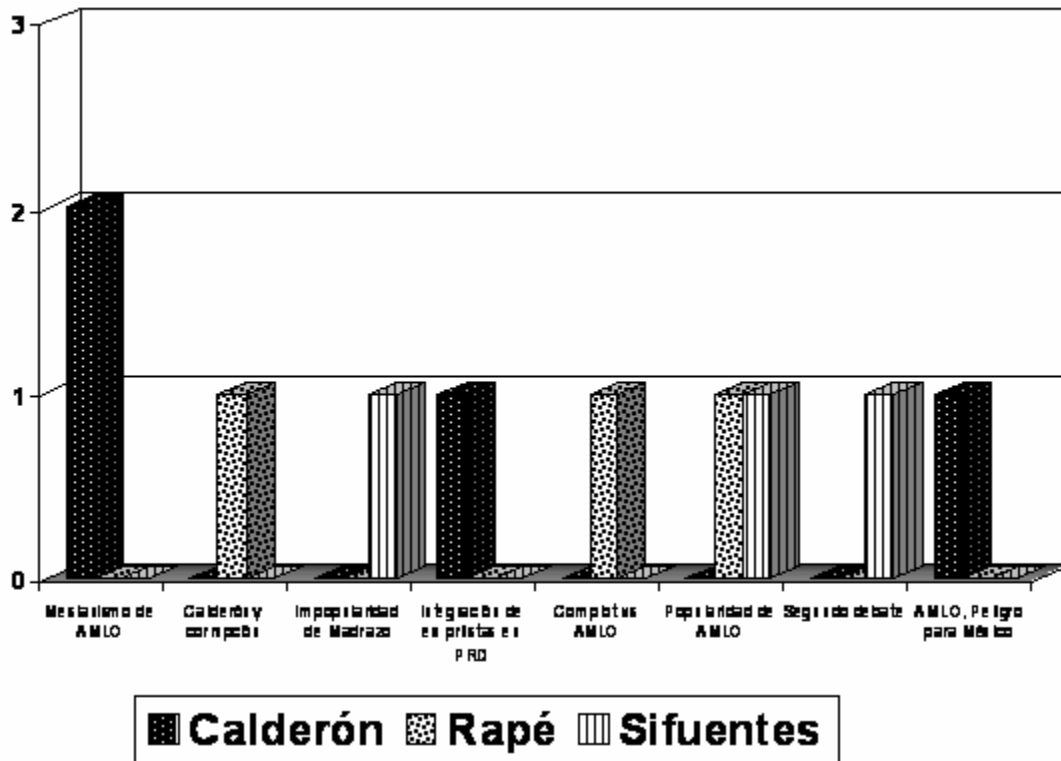
Gráfica 2. Asuntos particulares en La Jornada



Resulta interesante que los cuatro moneros de *La Jornada* hagan referencia al llamado complot en contra de Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD, el mismo número de veces. El único cartonista que trata la inclusión de ex priistas en las filas del PRD es Magú. En la gráfica 2 observamos que los asuntos aludidos por El Fisgón, Hernández y Helguera se centran en cuestiones referentes a Felipe Calderón.

En lo que respecta al periódico *Reforma*, los asuntos tocados por sus cartonistas son más variados en comparación con los de *La Jornada* (gráfica 3). Algo curioso respecto a *Reforma* es que los asuntos de Paco Calderón jamás concuerdan con los de Rapé y Sifuentes. Paco Calderón se refiere a cuestiones específicas relacionadas con López Obrador (su actitud mesiánica, la integración de ex priistas en su campaña y su supuesto riesgo para el país), mientras que Rapé y Sifuentes aluden a otros aspectos relacionados con la campaña de Obrador (tales como el complot en su contra y su popularidad en las encuestas).

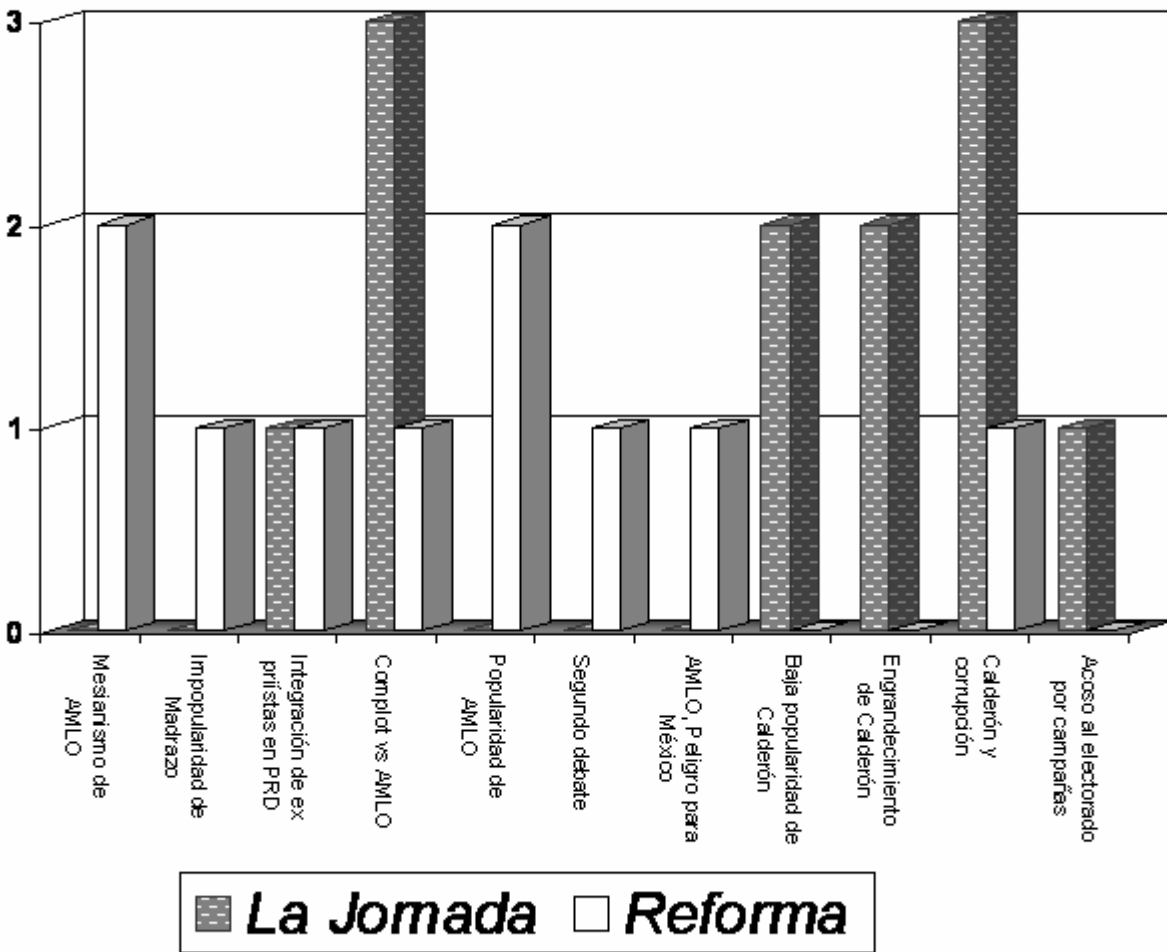
Gráfica 3. Asuntos particulares en *Reforma*



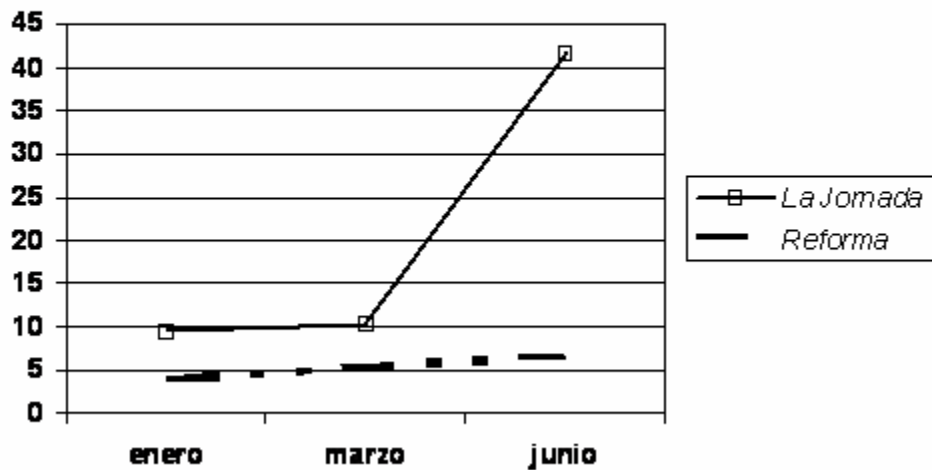
En la gráfica 4 se realiza una comparación entre los asuntos más recurrentes de ambos periódicos, en ella nos damos cuenta de que existen coincidencias, aunque mínimas, en los asuntos relativos al complot contra López Obrador y la corrupción en la campaña de Felipe Calderón. La mayor coincidencia existente entre las dos publicaciones es la inclusión de ex priístas en la campaña del PRD, asunto tocado en una ocasión dentro de los periódicos.

En la quinta gráfica notamos un incremento considerable de marzo a junio, de 10% a 41%, por parte de los cartonistas de *La Jornada* en cuanto a asuntos relevantes a la campaña del PAN se refiere. En *Reforma* hay también un incremento en el mismo período de asuntos sobre la campaña de Calderón. Éste es muy pequeño, apenas de 5.3% a 6.6% (sólo 1.3 %).

Gráfica 4. Comparación de asuntos entre *La Jornada* y *Reforma*

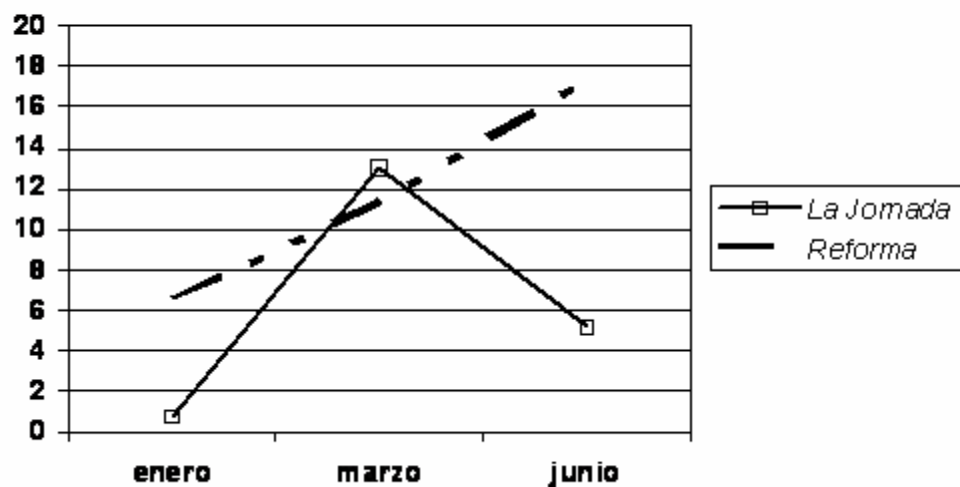


Gráfica 5. Asuntos relativos a la campaña de Felipe Calderón (PAN) por mes



Da la impresión de que los papeles se invierten cuando se trata de asuntos relativos a la campaña de Obrador (gráfica 6). Los cartonistas de *Reforma* muestran un incremento progresivo respecto a asuntos relacionados con la campaña del PRD, mientras que en *La Jornada* se observa un incremento considerable de enero a marzo, para terminar con una disminución de marzo a junio.

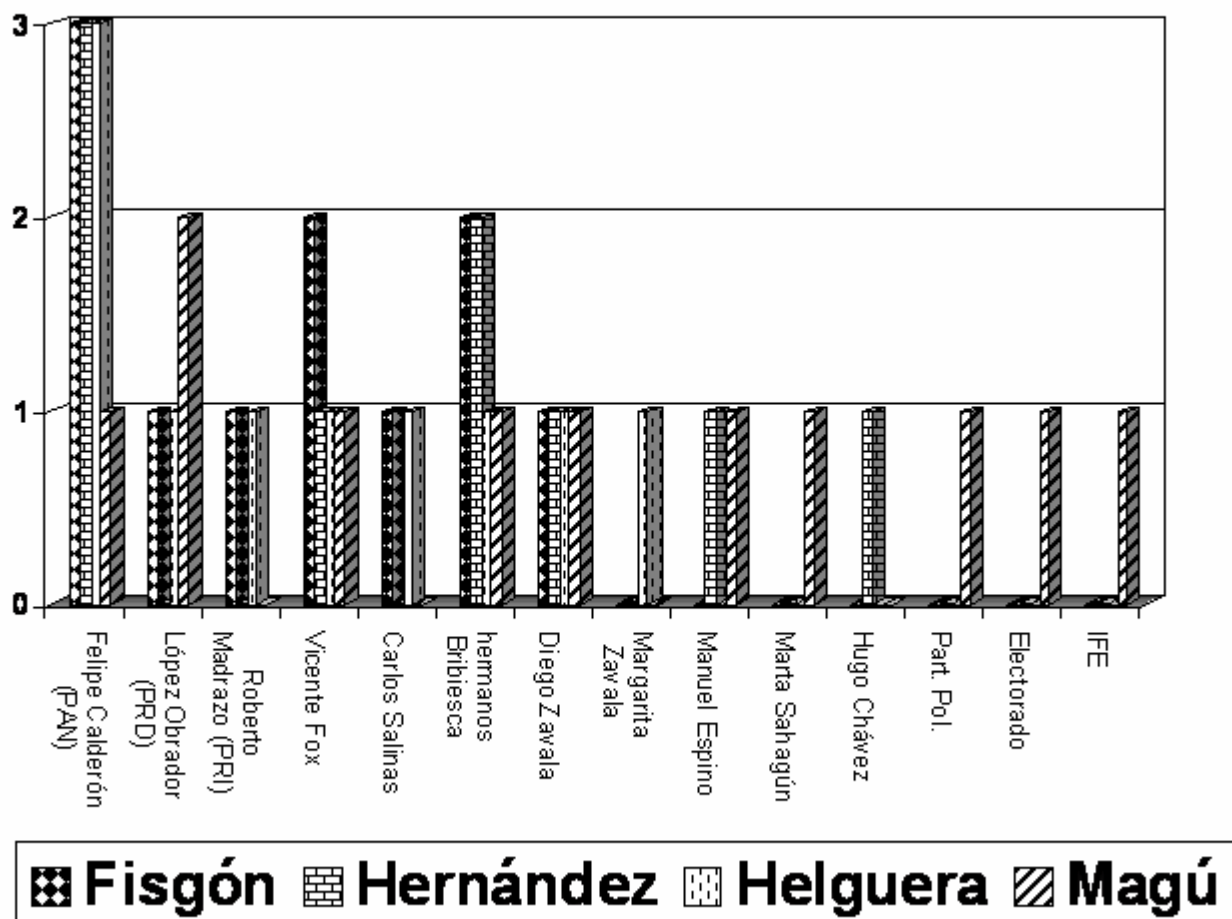
Gráfica 6. Asuntos relativos a la campaña de López Obrador (PRD) por mes



En la gráfica 7 se despliegan los actores registrados en las caricaturas de *La Jornada*. Felipe Calderón es el actor más recurrido por los cartonistas de esta publicación, específicamente de El Fisgón, Hernández y Helguera. Le siguen los hermanos Bribiesca, siendo El Fisgón y Hernández quienes utilizan a este actor en más ocasiones.

En tercer lugar se encuentra Vicente Fox, presidente de México, actor recurrido más a menudo por El Fisgón. Diego Zavala, cuñado de Felipe Calderón, es el cuarto actante más recurrente en la muestra de cartones de *La Jornada*, los cuatro cartonistas se refieren a él en el mismo número de frecuencias.

Gráfica 7. Actores registrados en *La Jornada*

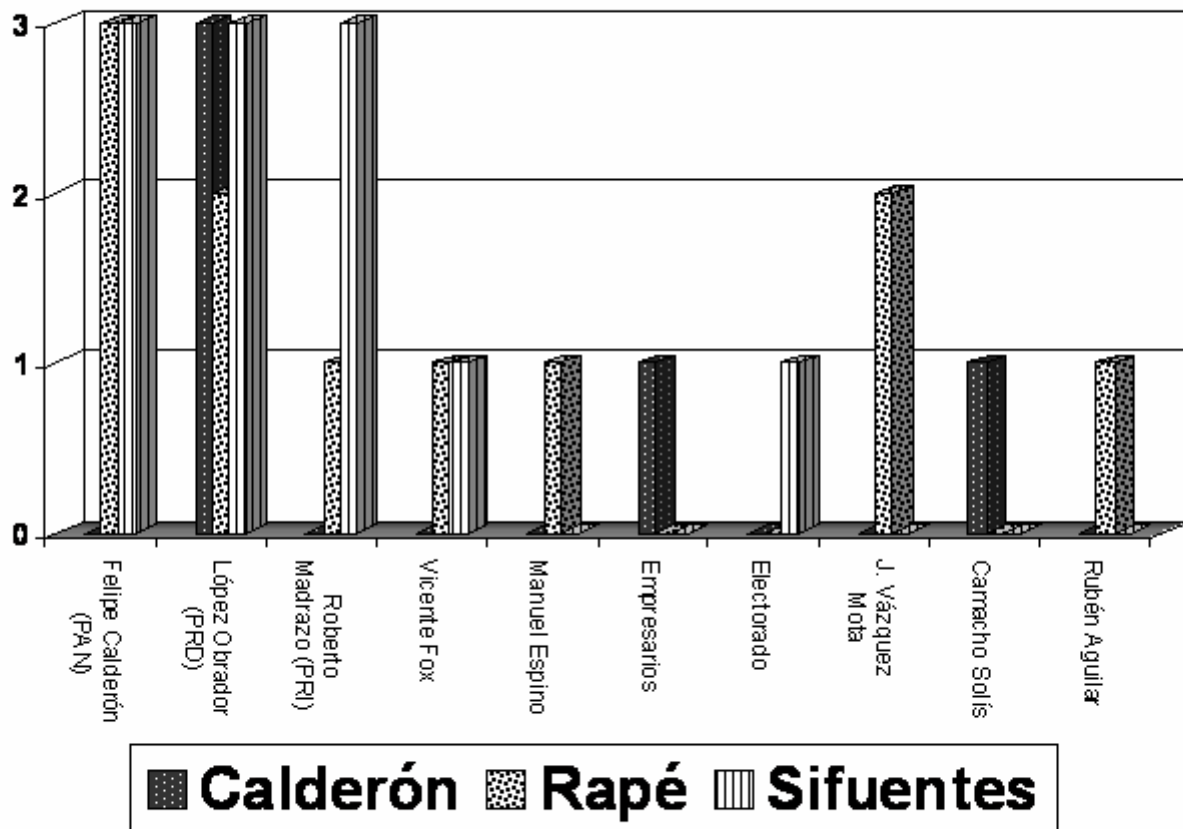


En la gráfica 8 se presentan los actores registrados en el periódico *Reforma*. Una primera observación que podemos hacer de esta gráfica es el hecho de que tanto para Rapé como para Sifuentes, Felipe Calderón representa una figura central en sus cartones, lo cual no ocurre en el caso del monero Paco Calderón.

En lo que se refiere a la figura de Andrés Manuel López Obrador, ésta es sobresaliente para los tres moneros de *Reforma*. En las caricaturas de Sifuentes y Calderón la presencia de Obrador es común, lo que también ocurre entre los cartones de Rapé aunque con un poco menos de regularidad.

Algo que llama la atención, es la especificidad con que el caricaturista Paco Calderón elige a sus actores. Además de López Obrador, sólo emplea la efigie de Camacho Solís y la metáfora de los empresarios a manera de aves. Rapé y Sifuentes emplean una amplia variedad de actores en sus cartones.

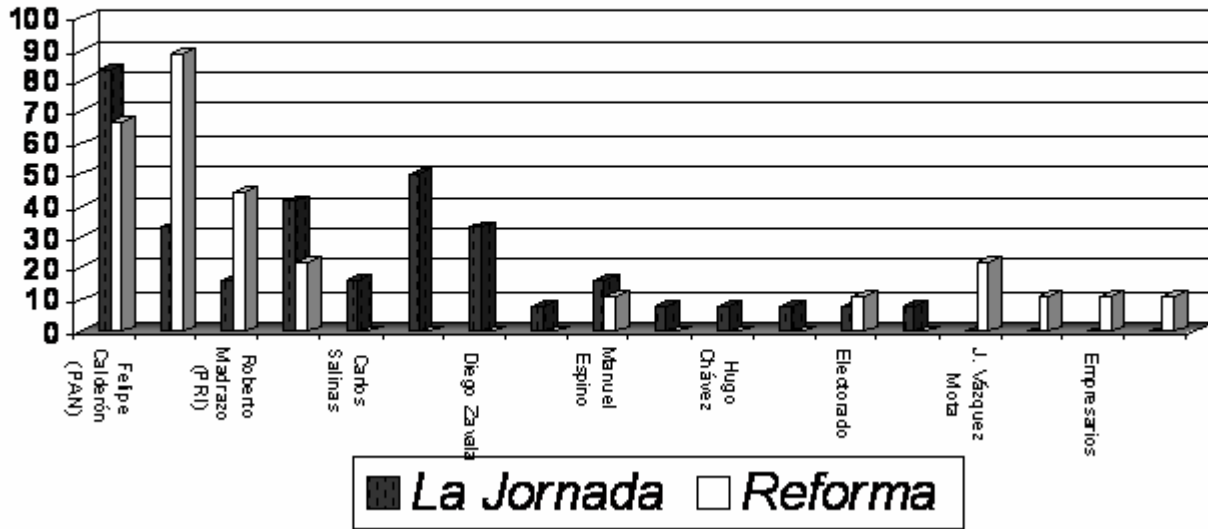
Gráfica 8. Actores registrados en Reforma



En la gráfica 9 se hace una comparación de los actores utilizados en *La Jornada* y *Reforma* de acuerdo con el porcentaje que ocupan en el total de caricaturas.

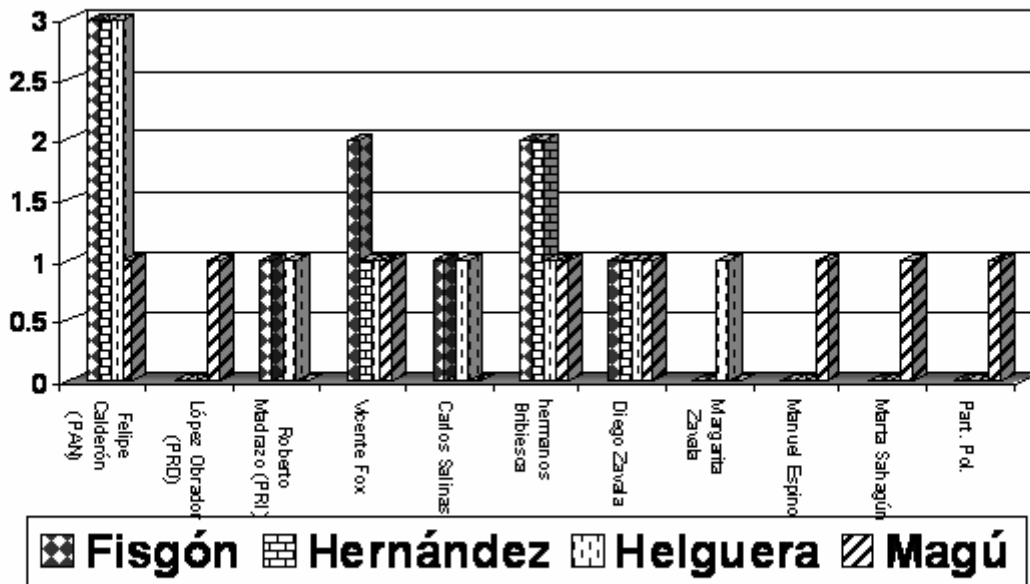
Sobresale el hecho de que López Obrador es el actor más recurrido en *Reforma*, seguido por Felipe Calderón, quien es el personaje más aludido en el periódico *La Jornada*.

Gráfica 9. Porcentaje de presencia de actor por total de caricaturas en *La Jornada* y *Reforma*

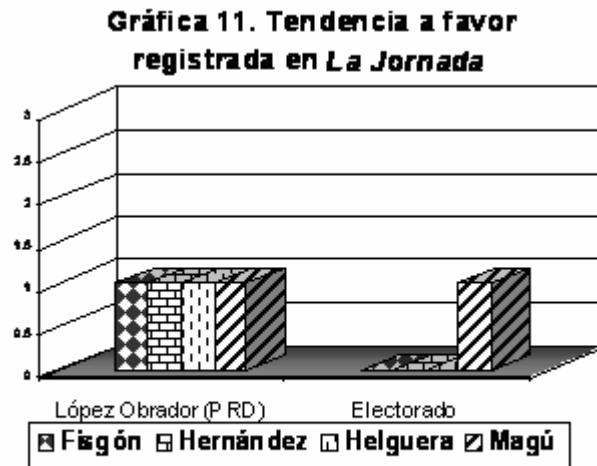


En la categoría de tendencia nos hallamos con que en *La Jornada* existe una oposición constante respecto a la embestidura de Felipe Calderón (gráfica 10).

Gráfica 10. Tendencia en contra registrada en *La Jornada*



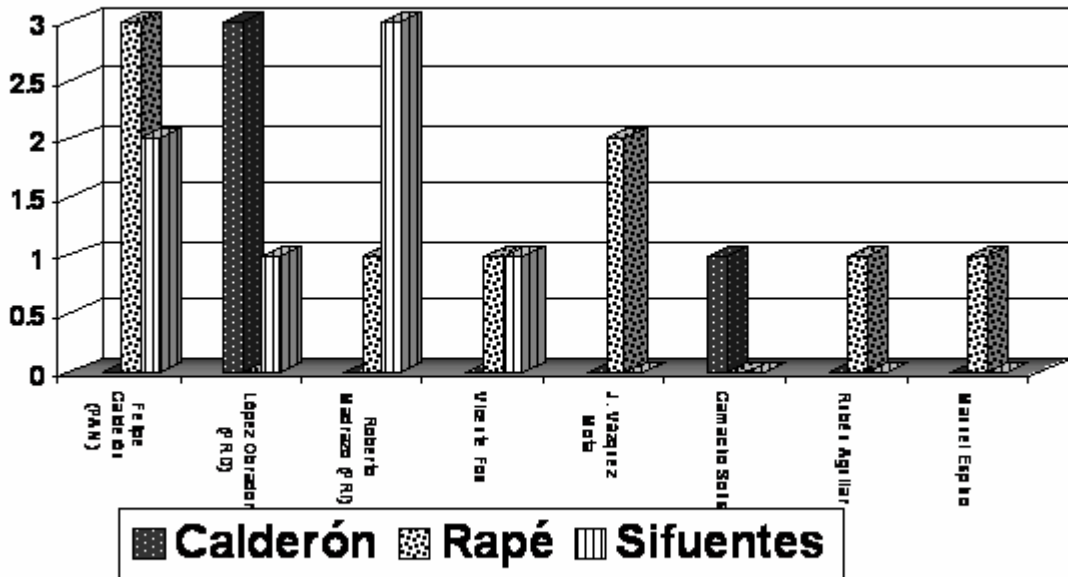
Únicamente Magú le brinda a Calderón un menor número de críticas en contra dentro de sus cartones, de hecho, Magú es el único cartonista de *La Jornada* que mantiene una posición equitativa al desaprobar en un mismo grado a varios personajes políticos.



Aunque existen tendencias a favor en la caricatura política, éstas son rara vez manifestadas y por ello no demasiado numerosas. Esto se debe a que la intención del cartón político es la de criticar y no la de lanzar loas o elogios, por lo cual no es extraño que los cartonistas disimulen sutilmente sus preferencias. Es sólo a través de omisiones o énfasis excesivos que la orientación a favor se descubre. Más adelante analizaremos la tendencia a favor desde estos preceptos, por lo pronto nos limitaremos a aquellas manifestaciones de apoyo que realizan abiertamente los cartonistas en las caricaturas muestreadas.

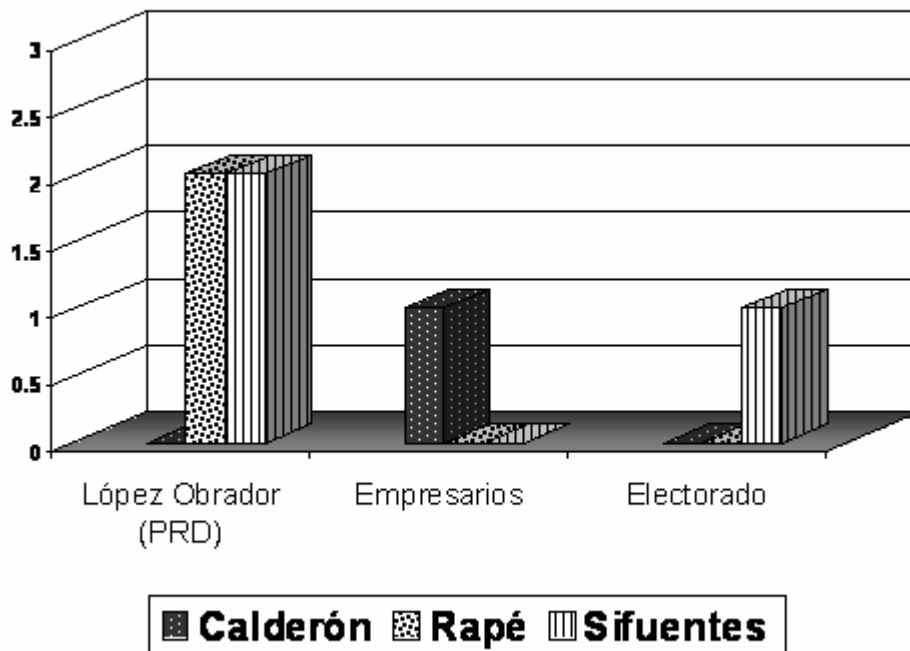
En *La Jornada* se manifiesta una tendencia generalizada, aunque ciertamente reducida, a favor del candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador. Además de Obrador, no existe otro actor al que se dé muestras de apoyo salvo al electorado, a quien Magú parece defender en su caricatura del 20 de enero del 2006.

Gráfica 12. Tendencia en contra registrada en *Reforma*



En el caso de *Reforma* la orientación negativa se ve especialmente hacia la figura de Felipe Calderón, esto se lleva a cabo por los cartonistas Rapé y Sifuentes (gráfica 12). Caso contrario es Paco Calderón, quien se centra en lanzar sus críticas hacia López Obrador y su partido. También resalta el énfasis con que Sifuentes crítica a Roberto Madrazo, superando la cantidad de críticas que el mismo Sifuentes realiza de Calderón.

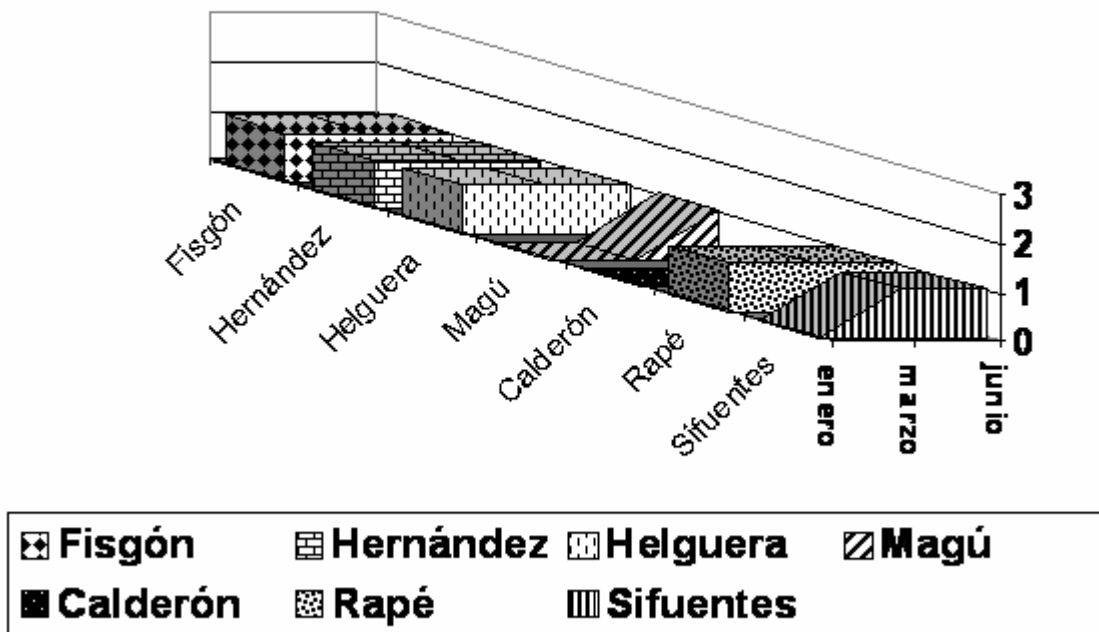
Gráfica 13. Tendencia favor registrada en *Reforma*



De igual modo que en *La Jornada*, en *Reforma* la tendencia manifiesta a favor es poca y sólo se deja ver en el apoyo de los moneros Rapé y Sifuentes con respecto a López Obrador (gráfica 13). En el caso de Paco Calderón no sólo no existe una orientación a favor de Obrador, sino que la única defensa que el monero realiza expresamente es la del sector empresarial.

Desde una óptica general, vemos que la tendencia en contra de Felipe Calderón y su campaña se mantiene constante durante la contienda electoral por parte de los cartonistas de *La Jornada*: Hernández, El Fisgón y Helguera. Magú sólo lanza sus críticas en contra del abanderado del PAN hasta los meses finales (gráfica 14). En el caso de *Reforma* observamos que Paco Calderón no se manifiesta en contra de Felipe Calderón en los meses muestreados, así como Rapé mantiene una oposición constante a la figura del panista y, finalmente, Sifuentes se pronuncia abiertamente contra la campaña de Calderón hasta marzo de 2006.

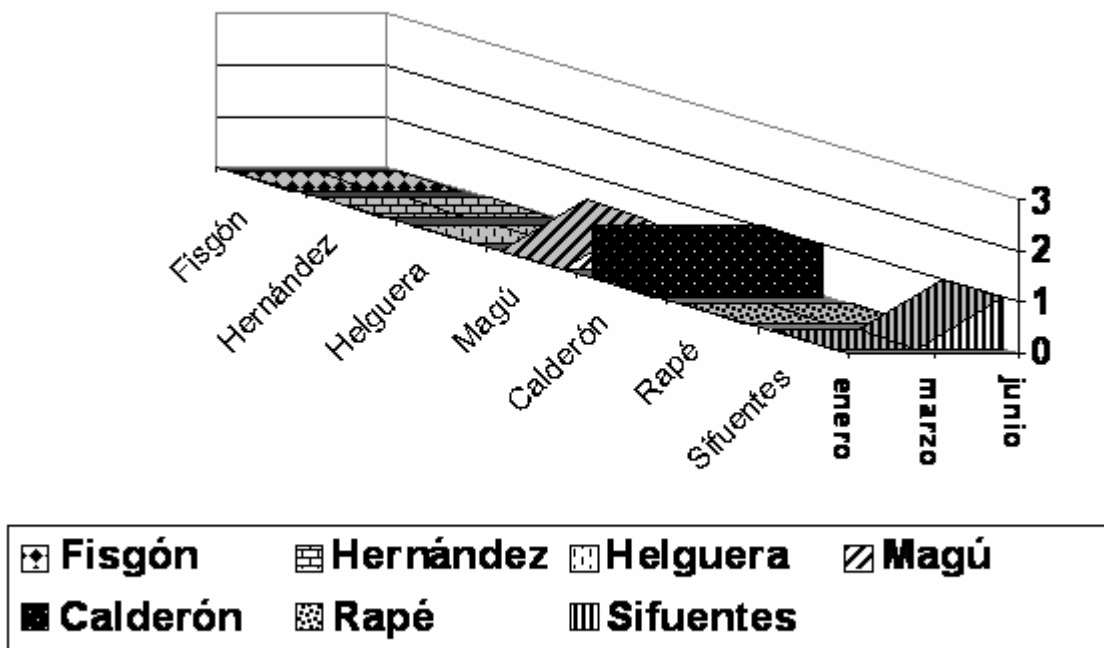
Gráfica 14. Tendencia en contra de Felipe Calderón por mes



Pasando a la gráfica de tendencia en contra de López Obrador (cabe señalar que no se encontró tendencia manifiesta a favor de Felipe Calderón por parte de ninguno de los cartonistas de las dos publicaciones, por ello tal gráfica ha sido omitida), vemos que El Fisgón, Hernández y Helguera nunca se pronuncian gravemente en contra de Obrador durante la contienda electoral (gráfica 15), siendo Magú el único cartonista de *La Jornada* que critica la embestidura del perredista.

Tampoco Rapé parece oponerse en gran medida a la campaña del PRD durante la contienda electoral, en cambio, Paco Calderón es un constante opositor al candidato perredista y, en lo que a Sifuentes respecta, éste se muestra más crítico de Obrador hacia el cierre de campañas.

Gráfica 15. Tendencia en contra de López Obrador por mes

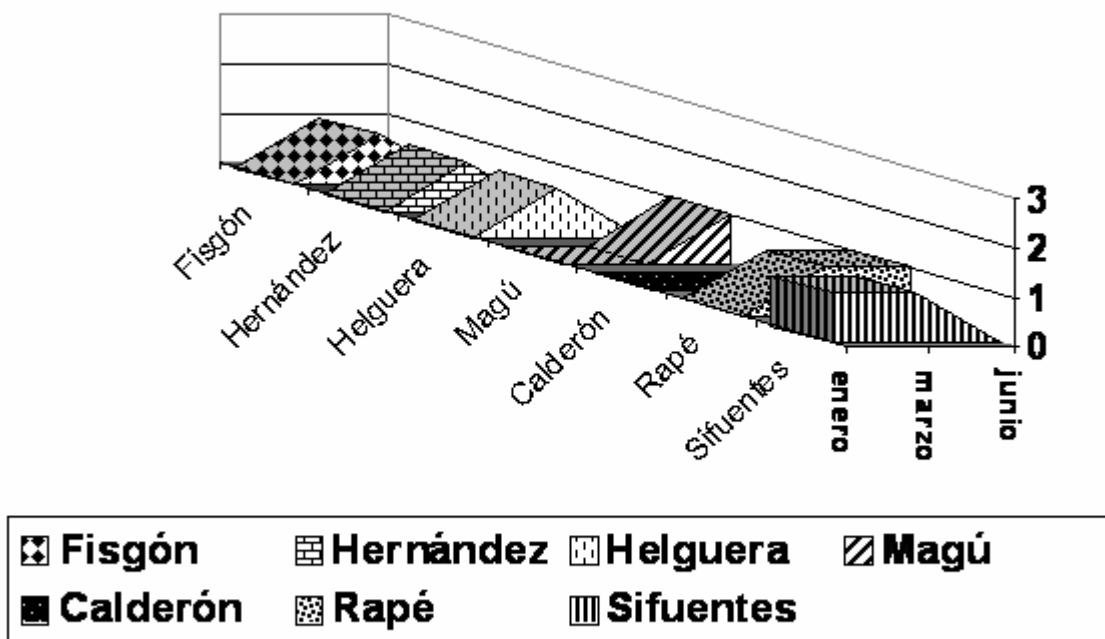


La tendencia a favor de Obrador alcanza su máximo punto a mitad de la contienda electoral dentro del periódico *La Jornada*, ello se generaliza especialmente en Hernández, El Fisgón y Helguera (gráfica 16), mientras que Magú se pronuncia a favor

de la campaña de Obrador hasta el cierre de la contienda. Todo lo contrario sucede con Paco Calderón, monero de *Reforma*, quien nunca se pronuncia a favor del perredista.

Respecto a Rapé y Sifuentes observamos una cierta tendencia invertida a favor de López Obrador, mientras que Rapé presenta una posición en pro de Obrador en aumento, Sifuentes lo hace en detrimento desde el mes de marzo. Se debe recalcar que en casos como éste, el hecho de que un cartonista deje de pronunciarse a favor de un cierto candidato no necesariamente significa que ha dejado de apoyarlo, podría ser, por ejemplo, que tal cartonista enfoca sus críticas hacia el candidato opositor.

Gráfica 16. Tendencia a favor de López Obrador por mes



Conclusiones

El principal objetivo de la investigación fue determinar la orientación política de las caricaturas publicadas en *Reforma* y *La Jornada* durante la elección presidencial de 2006, meta lograda gracias al empleo de los análisis de contenido y semiótico. La argumentación para la hipótesis se desprende de la generalidad de los resultados obtenidos con los análisis antes citados.

Al comienzo del trabajo, la hipótesis nos hacía pensar que los cartonistas de *La Jornada* se mostrarían a favor de Andrés Manuel López Obrador y en contra de Felipe Calderón y Roberto Madrazo, mientras que en *Reforma* los caricaturistas favorecerían la figura de Calderón manifestándose en contra de Madrazo y López Obrador. Las conclusiones nos llevan a pensar que esta suposición *a priori* no es del todo acertada.

Durante el presente estudio fue posible observar pautas recurrentes y bien definidas al interior de las dos publicaciones estudiadas: *La Jornada* y *Reforma*. Da la impresión de que estas tendencias u orientaciones responden a criterios particulares que no necesariamente reflejan la orientación política del periódico al que pertenecen.

En una evaluación general del desempeño de los cartonistas analizados, es posible afirmar que, refiriéndonos al periódico *La Jornada*, El Fisgón presenta una oposición constante hacia Felipe Calderón y actores de su partido en general. Paradójicamente, este cartonista casi nunca se pronuncia abiertamente a favor del candidato del PRD a la presidencia, López Obrador, a excepción del mes de marzo de 2006, cuando El Fisgón hace un mayor énfasis en recalcar la supuesta unión del gobierno con otros actores políticos para desprestigiar la imagen de Obrador.

El mismo escenario se repite en el caso del monero Hernández, también de *La Jornada*, quien, a la par de El Fisgón, cuestiona a menudo la campaña del PAN a la presidencia. Hernández no se muestra en pro de López Obrador manifiestamente hasta mediados del proceso electoral y como consecuencia del asunto referente al complot en contra de

Obrador. Tanto Hernández como El Fisgón son los únicos cartonistas de *La Jornada* en poner de manifiesto el supuesto desconocimiento generalizado de Felipe Calderón por parte de la sociedad.

Rasgos similares son perceptibles en las caricaturas de Helguera, monero de *La Jornada*, cuyos cartones reflejan una evidente oposición a la campaña panista a la presidencia y, especialmente, a la embestidura de Felipe Calderón. Helguera, de igual forma que los caricaturistas anteriormente citados, tiende a apoyar al candidato perredista, López Obrador, en mayor medida a mediados de las campañas electorales del 2006. Helguera junto con El Fisgón son los únicos moneros de *La Jornada* en denunciar el engrandecimiento que de la figura de Calderón lleva a cabo el PAN a principios del 2006.

Lo dicho respecto a los caricaturistas Helguera, El Fisgón y Hernández, tiene la finalidad de sentar las bases para la determinación de su orientación política. Los datos obtenidos mediante el análisis de las caricaturas políticas de los cartonistas previamente citados, nos permiten afirmar que existe una tendencia constante y homogénea de su parte a descalificar a Felipe Calderón, y, por consiguiente, a su campaña electoral. En igual magnitud Helguera, Hernández y El Fisgón se orientan a proteger la imagen de López Obrador al no criticarlo significativamente en sus caricaturas mostrando una tendencia a su favor.

Esto se sustenta en la medida en que, durante los seis meses de contienda electoral, Hernández y El Fisgón solamente dibujan a López Obrador una vez en sus cartones, el primero lo hace el 14 de febrero de 2006, a través de la caricatura titulada: "Mensajes de campaña", y el segundo el 20 de junio de 2006, bajo el título: "Derroche publicitario". Helguera jamás dibuja a Obrador durante el transcurso de las campañas electorales.

Una importante omisión se hace latente y nada tiene de fortuita. A todas luces, los cartonistas de *La Jornada* (El Fisgón, Hernández y Helguera) protegen frecuentemente la imagen de López Obrador simplemente omitiéndola a propósito en sus caricaturas.

Incluso, cuando las críticas tienen como objetivo al PRD (a causa, por ejemplo, de la inclusión de ex priístas en la campaña perredista), nunca se toca a Andrés Manuel López Obrador, como si éste fuese un agente externo a los hechos cuestionados.

Dicha afirmación se cimienta desde la elección de asuntos y actores que poblarán las viñetas de El Fisgón, Helguera y Hernández. Éstos, durante los primeros meses de campañas políticas, dejan ver una prevalencia de asuntos relativos al apoyo del presidente Vicente Fox a la campaña del PAN, las relaciones de complicidad de Calderón para con los Bribiesca y la alianza del PAN con el ex presidente Carlos Salinas con el fin de desprestigiar a López Obrador. Tras el segundo debate, Diego Zavala, cuñado de Calderón, es sumado a esta lista de personajes.

Con ello es posible identificar la manera en que El Fisgón, Hernández y Helguera trabajan para elaborar sus críticas en contra de Felipe Calderón, primeramente reuniendo a aquellos agentes cuyos escándalos sobre corrupción les han ganado un descontento por parte de la sociedad, para después relacionarlos con cuestiones referentes a la campaña panista. La figura de Calderón se ve adjetivada por una amplia gama de connotaciones negativas, salidas de asuntos turbios suscitados durante el gobierno de su partido y traídas de vuelta al ambiente político por la triada de moneros anteriormente mencionada.

Caso aparte lo representa el caricaturista de *La Jornada*, Magú. A principios de la contienda electoral las críticas de este monero estaban dirigidas hacia la generalidad de partidos políticos, a causa de la saturación de *spots* y propaganda política en los medios de comunicación. A mediados de las campañas electorales Magú se vuelve más crítico respecto de López Obrador, sobre todo en lo que respecta a la postura del candidato perredista frente a la integración de ex priístas en su campaña. Con el advenimiento del cierre de campañas, Magú adopta una posición similar a la de sus compañeros y enfoca sus diatribas hacia la campaña del PAN.

En lo que al periódico *Reforma* se refiere, también fueron encontradas varias tendencias particularmente bien definidas, correspondientes a ciertos caricaturistas. Por ejemplo, Rapé presenta una constante orientación en contra de Felipe Calderón y su campaña, toda vez que se muestra a favor de la figura de López Obrador (aún más que los moneros de *La Jornada*), situándolo al frente de encuestas y como principal motivo de escarnio hacia la campaña panista. Si bien Rapé se pronuncia a favor de Obrador, no hace lo mismo respecto del PRD.

Sifuentes, monero de *Reforma*, es más discreto al referirse al candidato perredista, sin que necesariamente esto afecte su posición en pro de Obrador. A principios de enero de 2006 Sifuentes dirige sus críticas y cuestionamientos hacia la campaña priísta, con Roberto Madrazo al frente, debido a los escándalos en los que la lideresa magisterial, Elba Esther Gordillo, se vio inmiscuida. A mitad de la contienda electoral, Sifuentes retoma el asunto de las encuestas y aparece a favor de López Obrador; a finales de dicho proceso, el mismo Sifuentes arremete contra el PRI, PAN y PRD por igual, dejándose ver como el cartonista de postura más variada tanto de *Reforma* como de *La Jornada*.

Pero quizá el caricaturista político que arroja los resultados más particulares es Paco Calderón. Éste, desde el inicio de la contienda electoral, se deja ver como un acérrimo opositor de López Obrador y su campaña. La afluencia de la figura de Obrador en los cartones de Calderón es tal, que un porcentaje elevado de éstos presentan diatribas contra la campaña perredista.

Es importante mencionar que la imagen de Felipe Calderón, candidato panista a la Presidencia, se encuentra pocas veces entre las viñetas del monero Paco Calderón. Lo que es más, escándalos relacionados con la campaña del PAN tales como el asunto Bribiesca-Zavala, si aparecen (como en la caricatura del 3 de febrero de 2006 sobre el caso Bribiesca) es para hacerlos ver como asuntos sin importancia, son minimizados por Paco Calderón.

Lo anterior muestra una vez más, las omisiones voluntarias llevadas a cabo por un caricaturista, en este caso de *Reforma*. Paco Calderón dedica mayor espacio, y, por ende, importancia a cuestionar la postura de Obrador sobre diversos temas, mientras que las críticas hacia Felipe Calderón son escasas y moderadas, hecho que sugiere un favoritismo por parte del monero.

Sobresale además la forma en que Calderón establece sus críticas, a menudo viste a López Obrador con varios atuendos (como el de Jesucristo) con el objetivo de sobre-significar su imagen. La visión de López Obrador como peligro para México se repite a menudo en los cartones de Calderón, especialmente en la recta final hacia el cierre de campañas.

Hasta aquí hemos podido darnos cuenta de que las opiniones se encuentran divididas al interior de *Reforma* y *La Jornada*. La variedad de estas opiniones se limita a estar en contra o a favor de Felipe Calderón y López Obrador. Es el grado de apoyo o descalificación lo verdaderamente diverso. En otras palabras, existen cartonistas en ambas publicaciones cuya postura va de la más opositora, el caso de Paco Calderón, El Fisgón, Hernández, Rapé y Helguera, hasta la más variada, como la de Sifuentes y Magú.

Con base en ello notamos que durante los comicios del 2006 existió en *La Jornada* una tendencia bien definida a favorecer al candidato de la izquierda Andrés Manuel López Obrador. En el periódico *Reforma* no existe una tendencia generalizada a causa de dos vertientes principales. Un primer sector de la publicación se dedicó a favorecer la figura del candidato perredista, otro hizo lo propio aunque de manera más moderada y una tercera sección se enfocó a favorecer al candidato del PAN, Felipe Calderón.

Ello resulta particularmente inesperado. Una primera suposición hacía pensar que los caricaturistas del periódico *Reforma* se centrarían en favorecer únicamente al candidato de la derecha, los resultados demuestran exactamente lo contrario. Solamente uno de los tres cartonistas analizados de *Reforma* siguió la tendencia planteada en la hipótesis

en pro del candidato de la derecha, mientras que los moneros restantes favorecieron la imagen del candidato de la izquierda. Por tanto, nuestra hipótesis ha sido derogada.

Como reflexión general podemos decir que, durante las campañas electorales del 2006, tanto los cartonistas de *La Jornada* como los de *Reforma* parecen tomar partido hacia los bandos de derecha e izquierda, definen su postura y establecen su propia línea a seguir al igual que los partidos políticos. En suma, da la impresión de que los caricaturistas entraron también en campaña.

Es importante señalar que la intención de la presente tesis no es la de juzgar el porqué tal o cual caricaturista toma una posición a favor o en contra de uno u otro candidato, la posible parcialidad que muestra un caricaturista no está aquí a discusión. A fin de cuentas, la caricatura, como cualquier género periodístico de opinión, es libre.

No está de más preguntarnos acerca de qué tan válido resulta para un formador de opinión el hecho de sumarse a una cierta causa, corriente o partido político, independientemente de la publicación para la que trabaje. Tal inquietud se agrava cuando la frontera entre la opinión y la propaganda se debate en el marco de una contienda electoral, y especialmente si ésta es de tipo presidencial.

En entrevista con Emmanuel Vélez, el monero señala que como caricaturista político no es lícito tomar una postura a favor de ningún político, según él, el caricaturista es un francotirador por definición, cuya tarea es la de atacar a la clase política. Quizá una actitud un tanto radical, pero que nos deja ver la inquietud respecto al dilema de la parcialidad e imparcialidad en la caricatura política.

Si bien la postura política es válida dentro de los géneros de opinión, el compromiso adquirido para con la sociedad es primero para el cartonista político; luego entonces, el caricaturista es quien debe reflexionar en qué medida la parcialidad, que se desprende de su orientación política, le impide cumplir con su responsabilidad social. El monero

debe decidir entre formar parte de la propaganda política o ser formador de opinión pública.

A lo largo de esta investigación hemos podido conocer la historia, la creación, el oficio, las ventajas y desventajas, la lectura, codificación y alcances de la caricatura política, un género periodístico de opinión con gran fuerza e impacto social, cuya función primordial es la creación de una conciencia colectiva, crítica y analítica, a través del humor y la sátira política. Finalmente, concluyo el presente estudio con una reflexión del escritor Carlos Monsiváis respecto al cartón político:

La de ustedes es una empresa fantasiosa, la búsqueda de Lo Imposible. (...) Sé que lo perciben y estoy al tanto de su rechazo a percibirlo: si la caricatura es por naturaleza el ennoblecimiento de los rasgos de los caricaturizados (la esencia es superior a la presencia), en sociedades tan devastadas por la degradación y la privatización de lo público, la parodia y la sátira suelen ser copias al carbón, actas notariales del naturalismo...

En fin. No me harán caso y seguirán en su empeño de darle corporeidad a la derecha, a los empresarios y a sus alrededores del saqueo íntegramente aprovechado. Lo entiendo: es su trabajo y están en una edad en la que ya no se consigue aprender algo de provecho. Pero recuérdense: la parodia es el arquetipo, y los parodiados son los estereotipos.

¿Cómo se satiriza a los que desde siempre provocan con su mera presencia la indignación y la carcajada?¹

¹ Carlos Monsiváis, "A los necios de El Chamuco", *El Chamuco*, México, DF, p. 1.

Anexo 1: figuras retóricas visuales *

Acumulación: unión de procedimientos a otros para que sean resueltos por una sola sentencia.

Alegoría: figura que hace patente en el discurso, por medio de varias metáforas consecutivas, un sentido recto y otro figurado, ambos completos, a fin de dar a entender una idea expresando otra diferente.

Alusión: consiste en hacer referencia a algo o a alguien.

Anacoluto: crea mediante la oposición una imagen imposible (sobre todo a través del fotomontaje).

Antanaclasis: forma idéntica y contenido opuesto.

Antimetábola: figura de doble sentido que contrapone dos imágenes ligeramente distintas.

Antífrasis: designa personas o cosas con voces que signifiquen lo contrario de lo que debiera decir.

Antítesis: presenta simultáneamente dos elementos contrarios que enriquecen el significado, sin que uno excluya al otro.

Asíndeton: omite las conjunciones para dar viveza o energía al concepto.

* Véase: Ana Meléndez Crespo, "Análisis de publicidad gráfica", *Didáctica de los medios de comunicación*, pp. 107-113, y Jacques Durand, "Retórica e Imagen Publicitaria", *Análisis de las imágenes*, pp. 89-107.

Circunloquio: rodeo de palabras para dar a entender algo que hubiera podido expresarse más brevemente.

Comparación: compara expresamente una cosa con otra, para idea viva y eficaz de una de ellos.

Dubitación: suprime un elemento para lograr una oposición de forma, es decir, se duda entre varias formas para transmitir un mismo contenido.

Elipsis: elimina parte del ícono y es inversa a la repetición, mientras que en ésta se nos presenta un mismo elemento varias veces, en la elipsis no se le presenta. Contraria a la sinécdoque en el sentido de que suprime una fracción del signo, dejando adivinar el resto al perceptor. Se llama también reticencia, pues retiene parte de la información.

Eufemismo: manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante.

Ironía: muestra una idea con tal manejo del sarcasmo que el signo debe significar exactamente lo contrario o deformar un símbolo con extraordinario humor.

Hipérbaton: invierte el orden que en el discurso tienen habitualmente las palabras.

Hipérbole: lleva a cabo la exageración y exceso de los términos. Conduce más allá de sus límites la dimensión real de un objeto.

Homología: relación de correspondencia que ofrecen entre sí pautas que en diversos organismos tienen el mismo origen aunque su función pueda ser diferente. Es el mismo contenido presentado de modo sucesivo bajo formas gramaticales diferentes.

Lítote: conocida también como atenuación o disminución y contraria a la hipérbole, la lítote expresa de manera breve y concisa los términos; suprime cualidades de un objeto usando la negación del mismo en vez de su afirmación para hacerlo más deseable.

Metáfora: exalta algún valor del objeto o elemento al que sustituye. Obsérvese que algunas de las metáforas proceden de expresiones lingüísticas ‘Vi estrellas’, ‘Tuvo una idea brillante’, ‘Tiene roto el corazón’, ‘Duerme como un tronco’, etc. Algunas de las metáforas usadas son: la interrogante (?) para denotar interés; el signo de admiración (!) para denotar asombro; una bombilla sobre la cabeza para indicar idea luminosa o ingeniosa; estrellas para indicar o representar golpes; un corazón para simbolizar pasión; asteriscos; culebras y espirales para indicar palabras soeces.

Metonimia: es la sustitución de la causa por el efecto. Intenta reducir el significante para aumentar el significado.

Onomatopeya: imitación de un sonido en un vocablo que lo representa. En su mayoría proceden del inglés y son de carácter fonosimbólico como: to smach (aplastar), to ring (llamar al timbre), to knock (golpear), to click (golpe seco), to crack (quebrar, crujir), to boom (explosión), to splash (salpicar).

Oximorón: (antilogía) une en una misma proposición elementos aparentemente contradictorios.

Paradoja: la imagen ilustra visualmente una oposición tras una falsa alternativa, un dilema. La forma puede ser opuesta pero el contenido es idéntico. Presenta signos totalmente irreconciliables que al aparecer juntos provocan un extraño y sorprendente efecto de sobresignificación. Los dos significados distintos usados en la paradoja se reconcilian finalmente cuando se da el nuevo significado.

Preterición: aparenta que se quiere omitir o pasar por alto aquello mismo que se dice.

Prosopopeya: antropomorfización de los objetos inertes y seres racionales. Se dota al objeto de capacidades y comportamientos humanos.

Repetición: se refiere a la reproducción fotográfica de una misma imagen.

Retruécano: se basa en la inversión de términos.

Similitud: se trata de una semejanza en cuanto a forma o también de contenido.

Sinécdoque: sustitución del todo por una de sus partes. Intenta realzar una parte del todo para imprimirle mayor fuerza a la totalidad.

















Tautología: repetición de un mismo pensamiento expresado de distintas maneras.

Anexo 2: formato de registro para las caricaturas

La Jornada

enero de 2006

EL Fisgón

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10 Proyecto de grupos empresariales. 	11 Obreros tienen malos empleos y bajos salarios. 	12 Promoción del voto panista con la llegada de Ana Teresa Aranda a la Sedeso. 	13 Guerra de declaraciones entre Fox y Evo Morales. 	14 Reto del PAN por dar a conocer a su candidato ocultando la corrupción del partido. 
15	16 Registro del candidato del PRI. 	17 Madrazo y la presentación de su declaración patrimonial. 	18 Altercado entre Dr. Simi y Patricia mercado por Alternativa. 	19 Desconocimiento de Calderón por parte de la sociedad. 	20 Fox y su promoción a pensiones de jubilados. 	21 Inicio de campaña de difamación contra AMLO por PRD. 
22	23	24 Defensa de los Bibriesca por Fox. 	25 Intromisión de Fox en la campaña del PAN. 	26 Defensa de los Bibriesca por Fox. 	27 Incursión de comando armado en EU y repercusión en política exterior. 	28
29	30	31 Defensa de los Bibriesca por Fox. 				

Fuentes de consulta

Bibliografía

Arévalo Zamudio, Javier, *et. al.* (1998), *Didáctica de los medios de comunicación*, México, SEP.

Aurrecoechea, Juan Manuel y Armando Bartra (1993), *Puros cuentos, historia de la historieta en México*, México, Grijalbo.

Barthes, Roland, *et. al.* (1991), *Análisis estructural del relato*, 8va edición, México, Premiá.

Berelson, Bernard (1984), *Análisis de contenido, (Cuaderno de apoyo a la docencia) Núm. 4*, México, ENEP Aragón.

Del Río García, Eduardo (Rius) (1998), *La trukulenta historia del kapitalismo*, México, Grijalbo.

-----, ----- (2001), *Los panuchos*, México, Grijalbo.

-----, ----- (2004), *Recetarius, 100 propuestas para tratar de salvar lo que queda de México*, 3ª edición, México, Grijalbo.

-----, ----- (1998), *La droga que refresca*, México, Grijalbo.

Dorfman, Ariel y Armand Mattelart (1972), *Para leer al Pato Donald*, México, Siglo XXI.

El Fisgón y Helguera (1994), *El sexenio me da risa: la historieta no oficial*, México, Grijalbo.

El Fisgón, Hernández y Helguera (2003), *El sexenio se me hace chiquito*, México, Grijalbo.

Freyre, Rafael (1972), *Freyre*, México, Libros de México.

González Ramírez, Manuel (1955), *Caricatura política*, México, Fondo de Cultura Económica.

Guerra, Georgina (1982), *El comic o la historieta en la enseñanza*, México, Grijalbo.

Hernández Sampieri, Roberto *et. al.* (2000), *Metodología de la investigación* 2ª edición, México, Mc Graw Hill.

Holsti, Ole R. (1983), *Una Introducción al análisis de contenido, (Cuaderno de apoyo a la docencia) Núm. 1*, México, ENEP Aragón.

Krippendorff, Klaus (1990), *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*, México, Paidós.

Liñán Ávila, Edgar (2001), *Géneros periodísticos: interpretaciones de la realidad*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

López, Jorge (2005), *Chiste manía*, México, Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

Medina, Luis Ernesto (1992), *Comunicación, humor e imagen*, México, Trillas.

Metz, Christian, et. al. (1972), *Análisis de las imágenes*, Argentina, Tiempo Contemporáneo.

Moles, Abraham A. (1991), *La imagen, comunicación funcional*, México, Trillas-Sigma.

Moragas Spa, Miguel de (1980), *Semiótica y comunicación de masas*, Segunda edición, Barcelona: Península.

Mossi, Alberto Facundo (2001), *El dibujo, enseñanza y aprendizaje*, México, Alfaomega.

Piñón, Francisco (1995), *Presidencialismo, estructura de poder en crisis*, México, Plaza y Valdés.

Ponce Velásquez, Franco (2003), *Los monos de los políticos y lo político de los monos. El fisgón, entrevista de semblanza*, Tesis de Licenciatura, México, Autor, UNAM, ENEP Aragón.

Rodríguez, Antonio (1977), *Posada: "el artista que retrató a una época"*, México, Domes.

Salinas Ramírez, Brenda Alicia (1995), *La caricatura política un género periodístico de opinión*, Tesis de Licenciatura, México, Autor, UNAM, ENEP Aragón.

Sánchez González, Agustín (1997), *Diccionario biográfico ilustrado de la caricatura mexicana*, México, Limusa.

-----, ----- (2004), *Guerrero Edwars, imagen y perseverancia*, México, Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

-----, ----- (2003), *Las moneras llegaron ya...*, México, Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

Silva, Ludovico (1984), *Teoría y práctica de la ideología*, México, Editorial Nuestro Tiempo.

Sociedad Mexicana de Caricaturistas (1989), *Piratería*, México, Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

Sol la Lande, Juan Pedro, 'Pedro Sol' (2003), *En lo obscuro*, México, Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

Trino (1999), *Chistes por si acaso*, México, La Jornada Ediciones.

Thompson, Ross y Bill Hewison (1996), *El dibujo humorístico: cómo hacerlo y cómo venderlo*, Trad. Juan Manuel Ibeas, Madrid, Hermann Blume.

Vargas Romero, Dulce María y Bárbara Damaris Alvarado Santos (1999), *La intención de la caricatura política en los medios impresos*, Tesis de Licenciatura, México, Autor, UNAM, ENEP Aragón.

Cibergrafía

Abreu Sojo, Carlos, "Periodismo iconográfico, clasificaciones sobre la caricatura", www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre/4506abreu.htm, fecha de consulta: 18/10/2006

"Andrés Manuel López Obrador", <http://www.lopezobrador.org.mx/documentos/trayectoria.php>, fecha de consulta: 05/10/2007.

"Andrés Manuel López Obrador", http://es.wikipedia.org/wiki/Andr%C3%A9s_Manuel_L%C3%B3pez_Obrador, fecha de consulta: 04/10/2007.

Bautista, Jacobo y Maríaisabel Mota, "Calderón, Francisco José", http://www.lideresmexicanos.com/articulos.php?id_sec=32&id_art=84&id_ejemplar=0 fecha de consulta: 17/08/2006

"Carmen Lira Saade", http://es.wikipedia.org/wiki/Carmen_Lira_Saade, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

"Diario Reforma", http://es.wikipedia.org/wiki/Diario_Reforma, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

"Felipe Calderón Hinojosa", <http://www.presidencia.gob.mx/felipecalderon/>, fecha de consulta: 04/10/2007.

"Grupo Reforma", http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_Reforma, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

"Haré todo lo posible para que Madrazo no sea presidente: Elba Esther", <http://www.dossierpolitico.com/vernoticiasanteriores.php?artid=4341&relacion=Precompa%C3%B1asPRI>, fecha de consulta: 16 de febrero de 2008.

"La Jornada", http://es.wikipedia.org/wiki/La_Jornada, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

Lira Saade, Carmen, "La sociedad en el espejo de las princesas", <http://www.jornada.unam.mx/info/>, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

“Qué hay de nuevo”,
<http://investigacion.org.mx/lared/enefeb99/quehaydenuevo.html#L>
fecha de consulta: 5 de abril de 2006.

“Reforma”, <http://www.reforma.com/>, fecha de consulta: 16 de octubre de 2007.

“Roberto Madrazo Pintado”,
<http://www.terra.com.mx/especialesnoticias/articulo/127878/>, fecha de consulta: 4 de octubre de 2007.

Sánchez, Lola, “¿Por qué hay tan pocas mujeres que hagan caricatura política?”,
www.tebeosfera.com/Documento/Articulo/Olvidados/Mujeres/nodibujan.htm,
fecha de consulta: 30 de agosto de 2006.

Silver, Sara, “La fundación de la primera dama de México bajo escrutinio”, *Financial Times*, 14 de junio de 2004,
<http://search.ft.com/ftArticle?queryText=vamos+mexico&y=7&aje=true&x=15&id=040614008419&ct=0>, fecha de consulta: 9 de octubre de 2007.

-----, -----, “Auditor investiga a la primera dama de México”, *Financial Times*,
30 de junio de 2004,
<http://search.ft.com/ftArticle?queryText=vamos+mexico&y=7&aje=true&x=15&id=040630008197&ct=0>, fecha de consulta: 9 de octubre de 2007.

Hemerografía

Aponte, David, “Yo compre sólo 275 casas del IPAB: Khoury”, *El Universal*, México, DF, 7 de octubre de 2005, México, p. A10.

Aranda, Jesús, “Critican aliancistas a Ugalde por ser omiso ante intervencionismo de Aznar”, *La Jornada*, México, DF, 28 de febrero de 2006, Política, p. 5.

Arreola, Juan José, “Hildebrando tuvo acceso a padrón de Sedesol, denuncian”, *El Universal*, México, DF, 11 de junio de 2006, México, p. A9.

“Arturo Montiel Rojas (perfil)”, *El Universal*, México, DF, 4 de agosto de 2005, México, p. A16.

Arvizu, Juan, “PRI culpa a Los Pinos y a Elba de renuncias”, *El Universal*, México, DF, 7 de marzo de 2006, México, p. A12.

Avilés, Carlos, “Plantean en la Corte fallar contra Fox en caso de ‘spots’”, *El Universal*, México, DF, 3 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “La Corte ratifica orden de retirar ‘spots’ de Fox”, *El Universal*, México, DF, 4 de abril de 2006, México, p. A8.

-----, -----, “AN entrega a Fepade presuntas pruebas contra López Obrador”, *El Universal*, México, DF, 15 de junio de 2006, México, p. A13.

Avilés, Jaime, "Madrazo se roba a Benito Juárez para su campaña", *La Jornada*, México, DF, 16 de enero de 2006, Política, p. 12.

Ballinas, Víctor, "Vázquez Mota denunciará ante el IFE a AMLO", *La Jornada*, México, DF, 28 de febrero de 2006, Política, p. 8.

Becerril, Andrea, "Madrazo debe ser sustituido; detrás de él está Salinas, advierte Bartlett", *La Jornada*, México, DF, 3 de febrero de 2006, Política, p. 10.

Boffil, Luis A., "Critica AMLO a consorcios 'que no tienen llenadera'", *La Jornada*, México, DF, 6 de febrero de 2006, Política, p. 5.

Bolaños, Claudia, "Tribunal de Justicia del DF falla a favor del hijo de Marta", *El Universal*, México, DF, 29 de marzo de 2006, México, p. A10.

"Calderón califica a AMLO de 'cobarde'", *El Universal*, México, DF, 11 de abril de 2006, México, p. A11.

Calderón, Francisco José, "Obra pública", *Reforma*, México, DF, 26 de enero de 2006, Opinión, p. 11.

-----, -----, "Converso", *Reforma*, México, DF, 23 de marzo de 2006, Opinión, p. 13.

-----, -----, "El Espantachambas está vivo!", *Reforma*, México, DF, 27 de junio de 2006, Opinión, p. 17.

"Calderón: la discusión, un simple asunto polémico", *El Universal*, México, DF, 1 de abril de 2006, México, p. A10.

Camacho, Carlos, "Abuchean a Madrazo en Pachuca miles de estudiantes hidalguenses", *La Jornada*, México, DF, 25 de enero de 2006, Política, p. 10.

Cancino, Fabiola, "Arcipreste sí cometió fraude, insiste AMLO", *El Universal*, México, DF, 26 de febrero de 2005, México, p. A9.

Cortés, Nayeli, "Madrazo saca a Montiel de Candidaturas al Congreso", *El Universal*, México, DF, 10 de febrero de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Madrazo: fin del PRI si perdemos", *El Universal*, México, DF, 2 de marzo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "Madrazo: la elección se definirá en los tribunales", *El Universal*, México, DF, 6 de marzo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Si yo no gano, lo hará el primo hermano del PRI", *El Universal*, México, DF, 14 de marzo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Madrazo desestima 'repunte' del PAN", *El Universal*, México, DF, 2 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Calderón es el enemigo a vencer, asegura Madrazo", *El Universal*, México, DF, 3 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Rechazan candidatos injerencia de extranjeros en las campañas", *El Universal*, México, DF, 3 de abril de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Madrazo y Castañeda tiene 'roce' por política exterior", *El Universal*, México, DF, 5 de abril de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "Madrazo admite que sí se reúne con Cárdenas", *El Universal*, México, DF, 5 de abril de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "Madrazo reprocha crítica de AN a Elena Poniatowska", *El Universal*, México, DF, 13 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Madrazo presenta denuncia ante la PGR contra Campa", *El Universal*, México, DF, 27 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Foxismo prepara una elección de Estado: Madrazo", *El Universal*, México, DF, 29 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Madrazo, dispuesto a una alianza con López Obrador", *El Universal*, México, DF, 20 de mayo de 2006, México, p. A10.

De Ávila, José Juan, "Calderón se reúne con ex-líderes guerrilleros", *El Universal*, México, DF, 6 de abril de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "Cárdenas justifica la reunión con el priísta", *El Universal*, México, DF, 6 de abril de 2006, México, p. A15.

-----, -----, "Cota: el descenso se debe a 'guerra sucia'", *El Universal*, México, DF, 7 de abril de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Poniatowska inicia defensa del candidato en un 'spot'", *El Universal*, México, DF, 8 de abril de 2006, México, p. A13.

De Jesús González, Felipe, "Debe retirarse 'spot' de AN, insisten", *El Universal*, México, DF, 21 de abril de 2006, México, p. A13.

E. Muñoz, Alma, "Asegura Calderón que en su campaña no hay aportaciones de los Bribiesca", *La Jornada*, México, DF, 21 de febrero de 2006, Política, p. 13.

-----, -----, "Vázquez Mota entregó la Sedeso a Teresa Aranda", *La Jornada*, México, DF, 11 de enero de 2006, Política, p. 7.

El Fisgón, "Según encuestas", *La Jornada*, México, DF, 19 de enero de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, "Frente contra AMLO", *La Jornada*, México, DF, 23 de marzo de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, "Manos limpias, letra pequeña", *La Jornada*, México, DF, 13 de junio de 2006, Política, p. 5.

"Embajada Argentina ofrece ayuda a Wornat", *El Universal*, México, DF, 30 de marzo de 2006, México, p. A9.

"Exigen indagar presunto nexos Venezuela-AMLO", *El Universal*, México, DF, 11 de marzo de 2006, México, p. A10.

Galindo, Blanca Patricia, "Fox: 'atropello brutal' en el caso Bribiesca", *El Universal*, México, DF, 10 de febrero de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Abandonan al PRI 4 diputados poblanos", *El Universal*, México, DF, 6 de marzo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Ex priístas poblanos, aspirantes de AN al Senado", *El Universal*, México, DF, 8 de marzo de 2006, México, p. A14.

Garduño, Roberto, "Ordena la Corte a Fox retirar spots con proselitismo para AN", *La Jornada*, México, DF, 25 de febrero de 2006, Política, p. 3.

-----, -----, “Acusan a PGR de ocultar querellas contra los Fox y Bribiesca Sahagún”, *La Jornada*, México, DF, 23 de septiembre de 2007, Política, p. 9.

Gómez, Natalia, “Vocero advierte que Fox continuará inaugurando obras”, *El Universal*, México, DF, 10 de mayo de 2006, México, p. A9.

Gómez, Ricardo, “Mejor perder puntos que ir a ‘carnicería’, afirma Camacho”, *El Universal*, México, DF, 27 de abril de 2006, México, p. A16.

“Gordillo no figurará en las listas del Panal, según Campa”; *La Jornada*, México, DF, 27 de enero de 2006, Política, p. 14.

Grajeda, Ella, “El Encino, una larga disputa”, *El Universal*, México, DF, 19 de mayo de 2004, México, p. A11.

Guillén, Guillermina “Denuncian que Sedesol ocultó uso político de sus programas”, *El Universal*, México, DF, 25 de abril de 2006, México, p. A8.

-----, -----, “SRA: Compete al GDF indagar sobre El Encino”, *El Universal*, México, DF, 12 de junio de 2004, México, p. A10.

Helguera, “Inflado pero atado”, *La Jornada*, México, DF, 20 de enero de 2006, Política, p. 7.

-----, -----, “En campaña”, *La Jornada*, México, DF, 16 de marzo de 2006, Política, p. 7.

-----, -----, “Un amoroso hombre de familia”, *La Jornada*, México, DF, 8 de junio de 2006, Política, p. 7.

Heras, Camilo, “2º Congreso de la Caricatura”, *Lapiztola*, México, DF, diciembre, 1997, p. 8.

-----, -----, “Los Grandes del Humor, Vadillo y su Mundito”, *Lapiztola*, México, DF, diciembre, 1997, p. 13.

-----, -----, “Picheta”, *Lapiztola*, México, DF, diciembre, 1997, p. 9.

Hernández, “Lavándose las manos”, *La Jornada*, México, DF, 22 de enero de 2006, Política, p. 8.

-----, -----, “Buena estrategia”, *La Jornada*, México, DF, 28 de marzo de 2006, Política, p. 8.

-----, -----, “Continuidad”, *La Jornada*, México, DF, 8 de junio de 2006, Política, p. 14.

Hernández Navarro, Luis, “Nueva alianza, nuevos problemas”, *La Jornada*, México, DF, 1 de febrero de 2005, Política, p. 14.

Herrera, Claudia, “La migración, por falta de empleo, reconoce Calderón”, *La Jornada*, México, DF, 12 de enero de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, “De pesadilla el inicio de campaña de Calderón”, *La Jornada*, México, DF, 20 de enero de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, “Frene a los hijos de doña Marta: costureras a Calderón”, *La Jornada*, México, DF, 2 de febrero de 2006, Política, p. 6.

-----, -----, "Honraré la memoria de Juárez, asegura Calderón", *La Jornada*, México, DF, 23 de enero de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, "Muchas campañas michoacanas podrían haber recibido fondos del narco: Calderón", *La Jornada*, México, DF, 12 de febrero de 2006, Política, p. 10.

Herrera, Jorge, "El nuevo IFE, bajo la sombra del PRI y el PAN", *El Universal*, México, DF, 1 de noviembre de 2003, México, p. A8.

-----, -----, "Denuncian a AN y Calderón por uso ilegal del padrón", *El Universal*, México, DF, 13 de mayo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "El IFE niega relación de Hildebrando con el PREP", *El Universal*, México, DF, 10 de junio de 2006, México, p. A11.

"Hijo de Sahagún demanda a Wornat por daño moral", *El Universal*, México, DF, 23 de junio de 2005, México, p. A9.

Jiménez, Arturo, "Barajas, Rafael, El Fisgón", *La Jornada*, México, DF, *La Jornada*, 28 de junio de 2003, Cultura, p. 7a.

Jiménez, Sergio Javier, "Infonavit niega contratos con los hijos de Sahagún", *El Universal*, México, DF, 13 de julio de 2005, México, p. A11.

-----, -----, "Calderón y Fox evalúan el asunto Bribiesca", *El Universal*, México, DF, 9 de febrero de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Calderón admite errores en campaña y que no avanza", *El Universal*, México, DF, 2 de marzo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Calderón confronta a un joven que lo increpa en un mitin", *El Universal*, México, DF, 3 de marzo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "El candidato del PAN ajusta su equipo de campaña", *El Universal*, México, DF, 5 de marzo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Felipe Calderón se reúne con un ex amigo de Fox", *El Universal*, México, DF, 10 de marzo de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Calderón dice que no solicitó dinero a 'amigo de Fox'", *El Universal*, México, DF, 11 de marzo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "López Obrador es un autoritario", *El Universal*, México, DF, 17 de marzo de 2006, México, p. A8.

-----, -----, "IP recibe con reclamos a Calderón Hinojosa", *El Universal*, México, DF, 2 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Entre protestas y abucheos reciben en la Ibero a Calderón", *El Universal*, México, DF, 5 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "La gente está hasta el 'gorro' de perredistas", *El Universal*, México, DF, 9 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Es derecho de AN hablar de la deuda del GDF", *El Universal*, México, DF, 22 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Increpan jóvenes a Calderón en desangelado encuentro", *El Universal*, México, DF, 24 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Calderón ofrece crear un millón de empleos al año", *El Universal*, México, DF, 3 de mayo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Calderón confirma que Ana Teresa Aranda fue a su casa", *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Calderón alerta de manipulación", *El Universal*, México, DF, 14 de mayo de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Calderón califica de hipócrita y agresivo al perredista", *El Universal*, México, DF, 19 de mayo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "Ni uno por uno, ni en bolita nos van a ganar", *El Universal*, México, DF, 21 de mayo de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Calderón; absurdo, retiro de los 'spots'", *El Universal*, México, DF, 3 de junio de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "López Obrador lleva ya 3 mentiras, acusa Calderón", *El Universal*, México, DF, 8 de junio de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Aclarado el caso de mi cuñado: Calderón", *El Universal*, México, DF, 11 de junio de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Calderón se defiende y critica al gobierno perredista del DF", *El Universal*, México, DF, 14 de junio de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "Calderón convoca al juego limpio y a respetar resultado", *El Universal*, México, DF, 29 de junio de 2006, México, p. A8.

"López Obrador, el mejor candidato para resolver problemas nacionales", *La Jornada*, México, DF, 19 de enero de 2006, Política, p. 10.

Magú, "A doce horas de campaña", *La Jornada*, México, DF, 20 de enero de 2006, Política, p. 3.

-----, -----, "Esperando desbandada", *La Jornada*, México, DF, 23 de marzo de 2006, Política, p. 3.

-----, -----, "Cierrandeje eleganteje", *La Jornada*, México, DF, 27 de junio de 2006, Política, p. 3.

Martínez, Fabiola, "Quitan tintes proselitistas a mensajes de Los Pinos", *La Jornada*, México, DF, 24 de febrero de 2006, Política, p. 10.

Méndez, Enrique, "Oleada de renuncias en Sedeso por el nombramiento de Ana Teresa Aranda", *La Jornada*, México, DF, 7 de enero de 2006, Política, p. 8.

-----, -----, "El fracaso de la política económica provocó la migración a EU: AMLO", *La Jornada*, México, DF, 9 de enero de 2006, Política, p. 3.

-----, -----, "Sí hubo tráfico de influencias de los Bribiesca: diputados", *La Jornada*, México, DF, 27 de enero de 2006, Política, p. 3.

-----, -----, "AMLO demanda a Fox frenar a Vázquez Mota", *La Jornada*, México, DF, 2 de febrero de 2006, Política, p. 10.

"Mensaje íntegro de Fox", *El Universal*, México, DF, 28 de abril de 2005, México, p. A15.

Montes Vázquez, Celia Ana, "Mosquera Soto, Adriana, Nani", *Lapiztola*, México, DF, 2 de febrero de 2006, p. 11.

Monsiváis Carlos, "A los necios del Chamuco", *El Chamuco*, México, DF, 14 de febrero de 2007, p. 1.

Morales, Alberto, "Televisa acapara inversión de los candidatos en 'spots'", *El Universal*, México, DF, 3 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Calderón acapara casi 50% de gasto en 'spots' en radio y tv", *El Universal*, México, DF, 10 de abril de 2006, México, p. A8.

-----, -----, "Calderón duplica 'spots' en medios", *El Universal*, México, DF, 1 de mayo de 2006, México, p. A15.

-----, -----, "Intensifican 'spots' en la recta final de la campaña", *El Universal*, México, DF, 5 de junio de 2006, México, p. A15.

-----, -----, "Cárdenas se reunió con López Obrador", *El Universal*, México, DF, 10 de junio de 2006, México, p. A13.

Ochoa, Jorge Octavio, "La nueva estrategia golpeadora de Calderón", *El Universal*, México, DF, 19 de marzo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "López Obrador pide a Fox que se dé a respetar", *El Universal*, México, DF, 1 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Abucheómetro' a todo lo que da en el Auditorio", *El Universal*, México, DF, 9 de mayo de 2006, México, p. A12.

Ochoa, Oscar, "Acelera pugna Gordillo-Madrado reacomodos en el SNTE", *El Universal*, México, DF, 19 de noviembre de 2005, México, p. A10.

Ordóñez, Carlos, "Calderón supera a AMLO en preferencias por primera vez", *El Universal*, México, DF, 15 de mayo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "AMLO saca una ligera ventaja", *El Universal*, México, DF, 23 de junio de 2006, México, p. A8.

Otero, Silvia, "Frenan PGR y PAN el arresto de AMLO", *El Universal*, México, DF, 21 de abril de 2005, México, p. A2.

-----, -----, "PGR cierra caso AMLO; recupera el fuero", *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2005, México, p. A8.

-----, -----, "AN admite no tener pruebas contra López Obrador", *El Universal*, México, DF, 24 de junio de 2006, México, p. A13.

Pedrero, Fernando "CCE seguirá con su promoción del voto", *El Universal*, México, DF, 24 de junio de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "CCE rechaza acusaciones; 'carecen de fundamento'", *El Universal*, México, DF, 28 de junio de 2006, México, p. A13.

Pérez Silva, Ciro, "\$29 millones patrimonio de Madrazo", *La Jornada*, México, DF, 19 de enero de 2006, Política, p. 8.

-----, -----, "Desairan gobernadores y acarreados a Madrazo", *La Jornada*, México, DF, 20 de enero de 2006, Política, p. 7.

-----, -----, "Buscará Madrazo a quienes ya hayan votado por el PRI-PVEM", *La Jornada*, México, DF, 21 de enero de 2006, Política, p. 9.

-----, -----, "Decenas exigen candidaturas a Madrazo", *La Jornada*, México, DF, 2 de febrero de 2006, Política, p. 12.

-----, -----, "El escándalo por el caso Montiel costó al PRI 14 puntos, admite Madrazo", *La Jornada*, México, DF, 15 de febrero de 2006, Política, p. 10.

-----, -----, "El 15 de julio Elba Esther Gordillo dejará la Secretaría General del PRI", *La Jornada*, México, DF, 25 de mayo de 2005, Política, p. 11.

Ramírez, Bertha Teresa, "Apanicado ante la posibilidad de una caída en el DF, Acción Nacional hizo a Sodi su candidato", *La Jornada*, México, DF, 30 de enero de 2006, La capital, p. 41.

Ramos, Jorge, "AMLO sugiere que haya un solo candidato del 'PRIAN'", *El Universal*, México, DF, 3 de marzo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "AMLO no espera que banqueros voten por él", *El Universal*, México, DF, 8 de marzo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "AMLO incluirá a banqueros", *El Universal*, México, DF, 9 de marzo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "AMLO: mi triunfo pone en riesgo, pero a Salinas", *El Universal*, México, DF, 12 de marzo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Cállese', pide AMLO al Presidente", *El Universal*, México, DF, 15 de marzo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "AMLO justifica el 'cállate chachalaca'", *El Universal*, México, DF, 28 de marzo de 2006, México, p. A16.

-----, -----, "Critican a AMLO por candidatos para el Congreso", *El Universal*, México, DF, 30 de marzo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "A los panistas les gusta mentir asegura AMLO", *El Universal*, México, DF, 2 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "AMLO arremete contra los banqueros", *El Universal*, México, DF, 3 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "AMLO declara tregua a duelo verbal con el Presidente", *El Universal*, México, DF, 5 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "AMLO: vamos 10 puntos arriba en nuestra encuesta", *El Universal*, México, DF, 9 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "López Obrador compara a Felipe Calderón con Bejarano", *El Universal*, México, DF, 10 de abril de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Televisa me crea imagen de autoritario: AMLO", *El Universal*, México, DF, 11 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "AN ataca con nuevos spots; no me preocupan: AMLO", *El Universal*, México, DF, 23 de abril de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "AMLO justifica ausencia en debate", *El Universal*, México, DF, 25 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, "AMLO hay consigna para que maestros voten por AN", *El Universal*, México, DF, 14 de mayo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "AMLO no desmiente posible acuerdo", *El Universal*, México, DF, 20 de mayo de 2006, México, p. A16.

-----, -----, "No juzgaré a Bartlett por su papel en 1988: AMLO", *El Universal*, México, DF, 31 de mayo de 2006, México, p. A8.

-----, -----, "AMLO pide a IP no temer a gobierno con alcance social", *El Universal*, México, DF, 22 de junio de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Sé quienes desde la IP actúan en mi contra: López Obrador", *El Universal*, México, DF, 25 de junio de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "AMLO increpa a dirigentes del CCE", *El Universal*, México, DF, 27 de junio de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "AMLO descarta una crisis económica", *El Universal*, México, DF, 29 de junio de 2006, México, p. A8.

Rapé, "Dios mío, hazme abusada...", *Reforma*, México, DF, 6 de enero de 2006, Opinión, p. 13.

-----, -----, "Y siguen...", *Reforma*, México, DF, 28 de marzo de 2006, Opinión, p. 21.

-----, -----, “Haciendo el ridículo”, *Reforma*, México, DF, 3 de junio de 2006, Opinión, p. 11.

Reséndiz, Francisco “IFE registra más presencia de AMLO en radio y tv”, *El Universal*, México, DF, 17 de abril de 2006, México, p. A8.

-----, -----, “Abascal niega que se esté preparando elección de Estado”, *El Universal*, México, DF, 17 de mayo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, “Presidencia rechaza recibir a AMLO; lo remite a SG”, *El Universal*, México, DF, 19 de mayo de 2006, México, p. A12.

Rodríguez, Martín Diego, “García Oceguera candidato del PRD en Guanajuato”, *La Jornada*, México, DF, 23 de enero de 2006, Estados, p. 36.

Rodríguez, Ruth, “Se defienden hijos de Marta; ‘estamos aquí’”, *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2005, México, p. A8.

Román, José Antonio, “A destiempo, Gobernación reconviene a Aznar y al PAN”, *La Jornada*, México, DF, 23 de febrero de 2006, Política, p. 3.

Ruiz, José Luis “Acusación a los Bribiesca, puros cuentos chinos”, *El Universal*, México, DF, 14 de febrero de 2006, México, A14.

-----, -----, “Fox critica a políticos que buscan provecho de plan para ancianos”, *El Universal*, México, DF, 1 de marzo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “Fox inicia acto público saludando con la “V”, *El Universal*, México, DF, 4 de marzo de 2006, México, p. A15.

-----, -----, “Fox pide seguir rumbo económico”, *El Universal*, México, DF, 14 de marzo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “Fox: que nadie pretenda callar a uno solo de los mexicanos”, *El Universal*, México, DF, 18 de marzo de 2006, México, p. A13.

-----, -----, “Fox solicita dejar mesianismo para honrar a Juárez”, *El Universal*, México, DF, 22 de marzo de 2006, México, p. A11.

-----, -----, “Fox celebra que Senado aprobara ley de medios”, *El Universal*, México, DF, 1 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “Fox desdeña tregua unilateral y arremete contra López Obrador”, *El Universal*, México, DF, 6 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, “Mis mensajes no van dirigidos al perredista”, *El Universal*, México, DF, 6 de abril de 2006, México, p. A15.

-----, -----, “Una ‘tontería’ podría colapsar la economía: Fox”, *El Universal*, México, DF, 11 de abril de 2006, México, p. A8.

-----, -----, “Activismo de Fox crece en la antesala de las elecciones”, *El Universal*, México, DF, 18 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “Nadie debe dudar del IFE y del Tribunal”, *El Universal*, México, DF, 18 de abril de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “Temen manipulación con los programas sociales”, *El Universal*, México, DF, 18 de abril de 2006, México, p. A14.

-----, -----, “Fox sólo hay que cambiar de jinete”, *El Universal*, México, DF, 19 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “El Presidente defiende la libertad de información”, *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2006, México, p. A15.

-----, -----, "El 'tabasquismo' afecta, dice Fox; ya dejen los 'faritos', sugiere", *El Universal*, México, DF, 1 de junio de 2006, México, p. A13.

Saldierna, Georgina, "Mercado solicita registro con requisitos incompletos", *La Jornada*, México, DF, 8 de enero de 2006, Política, p. 5.

-----, -----, "Campa, candidato del Panal a la Presidencia", *La Jornada*, México, DF, 9 de enero de 2006, Política, p. 6.

-----, -----, "'Gobernar escuchando', ofrece AMLO", *La Jornada*, México, DF, 25 de enero de 2006, Política, p. 8.

-----, -----, "Trajo el PAN a Aznar para promover el voto a favor de Calderón Hinojosa", *La Jornada*, México, DF, 22 de febrero de 2006, Política, p. 14.

Samaniego, Fidel, "Crónica: Ruleta rusa de descalificaciones", *El Universal*, México, DF, 26 de abril de 2006, México, p. A15.

Sánchez González, Agustín, "Islas Allende, caricaturista de la transición", *Lapiztola*, México, DF, febrero, 1998, p. 6.

Saúl, Lilia, "AMLO insta a IP a no temer al cambio", *El Universal*, México, DF, 2 de marzo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "PRD critica al encuentro; fue un 'debatito'", *ELUniversal*, México, DF, 26 de abril de 2006, México, p. A15.

-----, -----, "Lanzan cuatro candidatos nuevos 'spots'", *El Universal*, México, DF, 28 de abril de 2006, México, p. A13.

-----, -----, "Contraofensiva de coalición con nuevos 'spots'", *El Universal*, México, DF, 5 de mayo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Revelan 'presión' del Ejecutivo al Verde", *El Universal*, México, DF, 18 de mayo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "PRD expresa su temor a un fraude electoral", *El Universal*, México, DF, 26 de mayo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, "Diego Zavala niega tener contratos irregulares", *El Universal*, México, DF, 8 de junio de 2006, México, p. A10.

-----, -----, "Caso Hildebrando desata nueva 'guerra de spots'", *El Universal*, México, DF, 9 de junio de 2006, México, p. A11.

-----, -----, "Hacienda acredita que los datos son verdaderos: PRD", *El Universal*, México, DF, 11 de junio de 2006, México, p. A12.

Sifuentes, "Popularidad", *Reforma*, México, DF, 27 de enero de 2006, Opinión, p. 16.

-----, -----, "Encuestas", *Reforma*, México, DF, 17 de marzo de 2006, Opinión, p. 20.

-----, -----, "Calificación final", *Reforma*, México, DF, 7 de junio de 2006, Opinión, p. 16.

Teherán, Jorge, "Documentan nexos de hijo de Sahagún con empresa", *El Universal*, México, DF, 4 de octubre de 2005, México, p. A13.

-----, -----, "Impensable, alianza con el tricolor: Acosta", *El Universal*, México, DF, 23 de mayo de 2006, México, p. A12.

-----, -----, "El poblano sin cabida en el equipo de AMLO", *El Universal*, México, DF, 30 de mayo de 2006, México, p. A16.

“Texto íntegro de defensa de AMLO en la Cámara de Diputados”, *El Universal*, México, DF, 7 de abril de 2005, México, p. A11.

Torres, Alejandro, “Echarán del PRI a quien apoyo otros candidatos”, *El Universal*, México, DF, 28 de mayo de 2006, México, p. A10.

“Un video destapa fraude por 30 millones de pesos contra el GDF”, *La Jornada*, México, DF, 2 de marzo de 2004, Política, p. 6.

Urrutia, Alonso, “Consejeros electorales gastaron \$1.5 millones en viáticos, en 2006”, *La Jornada*, México, DF, 21 de marzo de 2007, Política, p. 10.

-----, -----, “Aprueba el IFE acuerdo de neutralidad que deben acatar funcionarios públicos”, *La Jornada*, México, DF, 20 de febrero de 2006, Política, p. 14.

“Utilizan mi imagen para frenar a AMLO: Chávez”, *El Universal*, México, DF, 22 de marzo de 2006, México, p. A12.

Vales, José, “La política polariza la sociedad: Slim”, *El Universal*, México, DF, 1 de abril de 2006, México, p. A14.

Zárate, Arturo, “Acuerdan realizar cuatro debates, AMLO irá sólo a uno”, *El Universal*, México, DF, 1 de marzo de 2006, México, p. A14.

-----, -----, “La calificación de la elección será inobjetable: TEPJF”, *El Universal*, México, DF, 14 de marzo de 2006, México, p. A9.

-----, -----, “Audiencia en IFE por ‘spots’ contra López Obrador”, *El Universal*, México, DF, 8 de abril de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “Tribunal prohíbe ‘spots’ que ‘denigran y difaman”, *El Universal*, México, DF, 24 de mayo de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “Retiran ‘spots’ contra Calderón”, *El Universal*, México, DF, 2 de junio de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “Chocan Calderón y AMLO”, *El Universal*, México, DF, 7 de junio de 2006, México, p. A10.

-----, -----, “IFE revisará el padrón y PREP por caso Zavala”, *El Universal*, México, DF, 13 de junio de 2006, México, p. A13.

-----, -----, “Preocupa a IFE injerencia de IP en competencia electoral”, *El Universal*, México, DF, 23 de junio de 2006, México, p. A12.

Zepeda Patterson, Jorge, “La familia presidencial”, *El Universal*, México, DF, 7 de agosto de 2005, Editoriales, p. 6.

Videografía

Aventuras en Foxilandia, canalseisdejulio Dir. y Prod., 1 hora 25 min., 2004-2005, DVD.

Democracia para imbéciles, canalseisdejulio Dir., Nancy Ventura Prod., 1 hora, 2003, DVD.

Historia de la caricatura. Diálogos en confianza. Tere Costa Dir.y Prod. 1 hora, Once TV. 03 de octubre de 2005. Videocasete.

Los Dueños de la Democracia, canalseisdejulio Dir., Nancy Ventura Prod., 58 min., 2007, DVD.

TELECOMPLOT, De videoescándalos, ética para payasos y un decretazo, canalseisdejulio Dir., Nancy Ventura Prod., 50 min., 2004, DVD.

Fuentes vivas

Barajas, Rafael, El Fisgón, caricaturista político de *La Jornada*, entrevista realizada por Alberto Ramírez Zaragoza el 22 de febrero de 2007.

Fabio, caricaturista político de *La Prensa*, entrevista realizada por Alberto Ramírez Zaragoza el 21 de enero de 2006.

Ruiz Tejada, Rafael, Rruizte, caricaturista político de *Metro*, entrevista realizada por Alberto Ramírez Zaragoza el 30 de enero de 2006.

Sol, Pedro, caricaturista político de *El Financiero*, entrevista realizada por Alberto Ramírez Zaragoza el 24 de enero de 2006.

Vélez, Emmanuel, caricaturista político de *Lapiztola*, entrevista realizada por Alberto Ramírez Zaragoza el 9 de febrero de 2006.

Conferencias

“Presentación de *El Chamuco*”, Museo Nacional de las Culturas Populares, 22 de febrero de 2007.