



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

La política hecha imagen: análisis temático del cartón político de La Jornada durante la campaña para la elección presidencial del 2000.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ESPECIALIDAD EN PERIODISMO PRESENTA

CLAUDIA GUZMÁN GARCÍA

DIRECTORA DE LA TESIS:

DOCTORA FRANCISCA ROBLES

MÉXICO, D.F. 2008





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.

Dedicatoria

A mi madre, Florinda García García.

De quien aprendí que para poder dejar huella en este mundo es necesario esforzarse por ser cada vez mejor y nunca ser conformista. Erick From en su libro *El arte de amar* plantea que el amor materno es incondicional y hace sentir al niño que es una suerte haber nacido, inculca el amor a la vida y no sólo el deseo de conservarse vivo. “La misma idea se expresa en otro simbolismo bíblico. La tierra prometida (la tierra es siempre un símbolo materno) se describe como <<plena de leche y miel>>. La leche es el símbolo del primer aspecto del amor, el de cuidado y afirmación. La miel simboliza la dulzura de la vida, el amor por ella y la felicidad de estar vivo. La mayoría de las madres son capaces de dar <<leche>>, pero sólo unas pocas pueden dar <<miel>> también.” Mi madre siempre ha sabido dar miel.

A mi padre, Gustavo Guzmán Orozco.

De quien aprendí a tener la fortaleza suficiente para conseguir lo que deseo. Según Erick From el padre significa para el niño el mundo del pensamiento, de la ley y el orden, de la disciplina, los viajes y la aventura. El padre es el que enseña al niño, el que le muestra el camino hacia el mundo, el que lo guía. Debido a que el amor paterno es condicional, es posible hacer algo por conseguirlo... debe ganarse. Yo deseo habérmelo ganado y sobre todo merecerlo.

A mis hermanos: Enrique Guzmán García y Armando Guzmán García.

Por darme su apoyo y siempre hacerme sentir protegida. Por haber compartido de niños los mejores juegos y travesuras. Por seguir siendo, hasta el día de hoy, los mejores compañeros.

A mis sobrinos Jonathan Enrique y Jesús Eduardo.

Que con cada mirada, sonrisa y caricia de sus manitas te contagian su alegría, ingenuidad y capacidad de asombro que se pierde al crecer.

A mis amigos.

De quienes he aprendido que los amigos son como una estrella: no puedes ver su luz en el esplendor de la prosperidad, pero sí puedes verla en la sombra de la adversidad. La gloria de la amistad no es una mano extendida, ni una sonrisa amable ni la dicha de la compañía, es la inspiración espiritual que llega cuando descubres que alguien cree en ti y está dispuesto a confiarte su amistad.

Agradecimientos

A mi asesora Francisca Robles, por su paciencia, por sus inacabables consejos que lograron mejorar sustancialmente el contenido del trabajo, además de su apoyo que siempre me impulsó a avanzar y sobre todo por haber creído en mí.

A los sinodales: Maestra Ana Goutman Bender, Maestro Francisco Portillo Ruiz, Maestra Irma Lombardo García (que con su experiencia y conocimientos contribuyó a mejorar el contenido de la investigación) y Maestro Hernán Becerra Pino (que con su revisión hizo de este trabajo algo mucho mejor).

A los caricaturistas de *La Jornada* (Rocha, Magú, Ahumada, Fisgón y Helguera), que con sus entrevistas me permitieron conocer su trabajo y enriquecer el contenido de esta investigación.

*“En Egipto se llamaba a las bibliotecas
el tesoro de los remedios del alma.
En efecto, curábase en ellas la ignorancia,
la más peligrosa de las enfermedades
y el origen de todas las demás.”*

Bossuet

Índice

Introducción	7
CAPÍTULO 1 El análisis temático y el cartón político	12
1.1 El estudio de la tematización	12
1.2 Definición de Análisis Temático	14
1.3 Los criterios para la selección de temas	17
1.4 Nivel cognitivo de los acontecimientos	19
1.5 El cartón político como reflejo de la tematización	22
CAPÍTULO 2 Los caricaturistas dibujando	32
2.1 Ahumada	33
2.2 Fisgón	36
2.3 Helguera	39
2.4 Magú	42
2.5 Rocha	47
2.6 La casa del cartonista: <i>La Jornada</i>	51
CAPÍTULO 3 Análisis temático del cartón político del periódico <i>La Jornada</i> durante la campaña electoral del 2000	59
3.1 La política en decadencia: tratamiento de los hechos	61
3.1.1 Decadencia del PRI	61
3.1.2 Compra de votos	67
3.1.3 Dedazo	71
3.1.4 Debates: dimes, diretes y descalificaciones	74
3.1.5 La huelga de la UNAM como distractor de la campaña	80

3.2 Los candidatos: tratamiento de los personajes	85
3.2.1 El vaquero: Vicente Fox	85
3.2.2 La “vestida”: Francisco Labastida	98
3.2.3 La tercera no es la vencida: Cuauhtémoc Cárdenas	103
3.2.4 Los ninguneados: Rincón Gallardo, Muñoz Ledo y Camacho Solís	106
Conclusiones	113
Apéndice	118
Bibliografía	127

Introducción

Una tarde camino a la facultad leía el periódico, ante mis ojos desfilaba un universo de información y pese a ese cúmulo de oportunidades para elegir he de confesar que lo primero que atrapó mi atención fue una caricatura.¹ Por medio de su dibujo Rocha plasmaba la lucha entre candidatos, la imagen de una pelea en un “chiquero” hacía alusión a la “lucha sucia” que se vivía en la contienda electoral. El día de su publicación era el 25 de febrero de 2000.

El encuentro con la caricatura de aquel día y con la sonrisa que me arrebató sin siquiera darme cuenta, me recordó el gusto que yo desde siempre tuve para con este género por ser tan sintético y por atrapar a sus lectores de una manera casi automática. Si bien es cierto que han ocurrido muchas elecciones importantes en el país, considero que específicamente la contienda de ese año fue determinante, no sólo porque se veía la posibilidad de que un nuevo partido político (ya no el PRI) llegaría a la Presidencia, sino por la histórica cobertura que los medios de comunicación hicieron en torno a este acontecimiento. Desde ese momento desee hacer una investigación que analizara los cartones políticos publicados durante esa contienda electoral.

Así fue como surgió “**La política hecha imagen**”, una investigación que tiene como principal objetivo presentar el análisis temático del cartón político del periódico *La Jornada* durante la campaña electoral del 2000. Dicho análisis tiene como finalidad demostrar que el diario tematiza los acontecimientos y a partir de dicha tematización los moneros (por medio de la abstracción en sus trabajos), dejan ver el reflejo de la postura de la publicación. De ahí que la presente tesis parta de la óptica de los caricaturistas: Ahumada, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha.

Los cartones fueron motivados por los hechos que rodearon al proceso electoral. Con la aprobación del diario, los cartonistas exponen sus puntos de vista, desesperanzas, anhelos y preocupaciones; al par de criticar, cuestionar y satirizar los temas y personajes resultantes de la campaña electoral. Cada cartón delata la intención de su autor intelectual, quien apoyado en la información que tiene a su alcance emite su opinión gráfica.

Existe una relación muy estrecha entre los hechos, la información y la opinión gráfica, por lo que se vuelve factible reconstruir una serie de hechos. Sin embargo, no basta con relacionar hechos, pues al ser trabajados periodísticamente se vuelven a relacionar con el medio que los publicará y después con la posición que guarde quién emitirá los mensajes. Debido a lo anterior, en el presente trabajo se estudiará no sólo la trayectoria de cada uno de los caricaturistas para conocer sus posturas, sino también del medio en el cual trabajan: *La Jornada*.

¹ Caricatura y cartón político son utilizados en la presente tesis de la misma manera; ya que ambos se definen como un género periodístico de opinión que al exagerar expresiones y rasgos de personajes y objetos alude a un hecho político y social.

Debido al inevitable vínculo entre el periódico y los cartonistas que trabajan en él, se hará un recuento de lo que se publicó en La Jornada durante la campaña presidencial, para evidenciar la estrecha relación entre las notas informativas que aparecieron en la publicación y el cartón político (que de alguna forma fue generado por dichas notas). La selección de noticias que hizo el periódico dio pauta a lo que los cartonistas dibujaron durante ese periodo, los titulares y las notas que ocuparon las primeras planas también fueron los temas que se reflejaron en los trazos de las caricaturas publicadas.

Mientras el país se enfrentaba a una situación política, social y económica muy inestable, la pluma de los caricaturistas giraba en torno a evidenciar los hechos y lugares comunes de la campaña electoral. Por tal razón, en este trabajo se ubica al cartonista político como un observador de la realidad, como un investigador minucioso que tiene como propósito expresar, por medio de un dibujo, un hecho noticioso de interés público.

Asimismo, se utiliza el análisis temático para codificar los hechos que surgieron a raíz de la campaña presidencial. Los cartonistas manejaron varios temas de estudio, entre ellos: la decadencia del PRI, la compra de votos, el “dedazo”, los debates y descalificaciones entre candidatos y la huelga de la UNAM que cimbró durante varios meses la opinión pública y que fungió como un distractor de la campaña presidencial.

Se empleará la metodología del análisis temático que consiste en disponer de criterios, tanto argumentativos como de conveniencia útil y práctica (que en este caso propusieron los caricaturistas), con base en lo cual un tema debe inscribirse en la “agenda política” de una colectividad nacional.

Con respecto al tratamiento de los personajes se hará referencia a un grupo de protagonistas inmersos en la política y que su mención fue constante por medio de los caricaturista, tal es el caso de cada uno de los candidatos a la Presidencia de la República: Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano (PRD), Francisco Labastida Ochoa (PRI), Gilberto Rincón Gallardo (PDS), Manuel Camacho Solís (PCD), Porfirio Muñoz Ledo (PARM) y Vicente Fox Quesada (PAN y PVEM).

Así pues, la codificación que se haga sobre el tema estará directamente relacionada con las menciones que los caricaturistas dediquen a cada apartado. Habiendo aclarado lo anterior, la estructura del presente trabajo se divide en tres capítulos:

En el primero se especifica la metodología de trabajo utilizada: el análisis temático. Se mencionarán los estudios que han dado origen a la tematización, así como algunas definiciones necesarias para entender mejor el método con el cual se analizan los cartones políticos. También se valoran los criterios de la selección de temas y se retoma el nivel cognitivo de los acontecimientos.

El cartón político como reflejo de tematización también se plasma en este capítulo, con la intención de recalcar que pese a todos los momentos que ha vivido la caricatura en México, la constante en esta opinión gráfica ha sido la dureza de sus críticas, la capacidad de darle voz al pueblo a través de sus trazos, provocar la risa o la burla abierta y sobre todo

formar la conciencia crítica del ciudadano (esto por medio de la opinión que en cada cartón imprime el “monero”).

Los opinadores gráficos se presentan en el segundo capítulo: Ahumada, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha. Los datos plasmados en estas páginas se obtuvieron de la bibliografía pertinente, así como de entrevistas realizadas a los caricaturistas. Se muestra su formación (académica y personal), desarrollo profesional y posición ideológica con respecto al acontecer político nacional.

Debido a la relación inevitable entre los cartonistas y su medio, en este mismo apartado se hace una revisión del surgimiento y desarrollo del periódico *La Jornada*, con la intención de hacer notar que esta publicación periodística, ha sido un espacio en donde un pedazo de México se ha reconocido, pues en sus páginas se guarda gran parte de la historia del país.

La importancia de este capítulo radica en que en él no sólo se abordan las trayectorias de los caricaturistas (quienes imprimieron su opinión en cada uno de sus trabajos); sino que también se permite apreciar el inevitable vínculo entre el periódico y los cartonistas que trabajan en él, pues durante el periodo de estudio (campana para la elección presidencial del 2000) las noticias publicadas tienen una estrecha relación con lo que se plasmó en los cartones.

Finalmente, la parte medular de la investigación se centra en el análisis temático del cartón político de *La Jornada* durante la campaña electoral del 2000, el cual se realiza en el tercer y último capítulo. Habría que recalcar que la caricatura en el proceso electoral tiene como función el mostrar, exponer y conformar una opinión pública respecto a un hecho que afecta a la sociedad.

El trabajo de los cartonistas surge de las actitudes y actividades públicas de los candidatos en la contienda electoral, a quienes se podría decir que se enjuicia por medio de la ironía y la sátira, ya sea con la especulación de las causas que propiciaron sus comentarios, declaraciones y decisiones, o bien con la previsión de consecuencias de sus actos.

Para la realización del presente análisis se recopilaron los cartones relacionados a la campaña electoral, publicados en *La Jornada* de diciembre de 1999 a junio de 2000. Se logró identificar los siguientes temas:

- 1) **Decadencia del PRI.** Incluye todos los elementos que caracterizaron la participación del partido oficial y su inminente decadencia después de 71 años en el poder; se empieza a notar la creatividad de los cartonistas al cuestionar a ese partido “viejo” que va rumbo a la derrota.
- 2) **Compra de votos.** Agrupa todos los elementos que entraron en juego en dichas elecciones; pues hace mención de esa compra de votos por parte del PRI, como un intento desesperado de mantenerse en el poder por más tiempo.
- 3) **Dedazo.** Abarca las formas tradicionales de la selección del candidato por parte del Presidente en turno (relación Zedillo-Labastida).

- 4) **Debates: dimes, directes y descalificaciones.** Recupera la participación de los candidatos en el proceso electoral, esta parte se concentra en la pobreza política de la campaña de los tres candidatos fuertes de la contienda (PRI, PAN y PRD), ya que para los “moneros” y medios en general los candidatos restantes pasaron casi inadvertidos.
- 5) **La huelga de la UNAM como distractor de campaña.** Pone en evidencia la cobertura que se hizo en torno al conflicto estudiantil por parte de los medios de comunicación y como ocasionó, en su momento, desplazar a los candidatos.

El análisis arrojó la presencia de personajes temáticos, a quienes los moneros les dieron vida en su trabajo, los crearon y recrearon, entre ellos:

- 1) **El vaquero: Vicente Fox.** Caracterizó al candidato del PAN, un personaje carismático, con botas, mal hablado, ranchero, ignorante y hablador, que se ganó la simpatía del electorado por su promesa de “cambio”, considerándose incluso como el candidato más fuerte.
- 2) **La “vestida”: Francisco Labastida.** Simbolizó la candidatura del PRI, ya sin la suficiente fuerza para poder ganar. Un personaje mayor, sin carisma ni presencia, que se prestó al juego (pelea) del candidato del PAN.
- 3) **La tercera no es la vencida: Cuauhtémoc Cárdenas.** Fue el candidato del PRD cansado y sin posibilidad de ganar, el personaje que había perdido otras elecciones a la Presidencia y que se vislumbraba que la contienda del 2000 no sería la excepción.
- 4) **Los ninguneados: Rincón Gallardo, Muñoz Ledo y Camacho Solís.** Representaron a los candidatos más débiles, que pasaron inadvertidos tanto para el electorado como para los medios de comunicación; su única posibilidad de ser tomados en cuenta era formando parte de alianzas con los partidos fuertes.

En cuanto al proceso electoral se refiere es menester hacer mención sobre algunas razones por las que las elecciones del 2000 son tan significativas en la historia del país: en primer lugar, las sucesiones presidenciales, que antecedieron a las ocurridas en el 2000, se caracterizaron por ser crecientemente conflictivas en el terreno político y económico. Cada seis años se presentaba una crisis de magnitud creciente respecto del anterior. Al menos desde que Luis Echeverría ascendió a la presidencia, se han sucedido fines de sexenio cada vez más inestables y peligrosos; tal es el caso de 1994 (comicios que corrieron el riesgo de salirse de control, en medio de un enrarecido clima provocado por la aparición de la guerrilla zapatista en Chiapas, y por el asesinato del candidato original del PRI, Luis Donaldo Colosio). Como es evidente, desde las elecciones de 1994, gran cantidad de estudiosos y políticos se preguntaban: ¿Qué ocurrirá con los comicios del 2000?

Las elecciones federales del año 2000 se significaron por dos tipos de aspectos singulares: los técnicos y los relativos a los resultados. Sin lugar a dudas el aspecto más relevante y mejor conocido fue el hecho de que la presidencia de la República, gracias a la mayoría de voto ciudadano, la ganó Vicente Fox Quesada, candidato de la Coalición por el Cambio formada por

el PAN (Partido Acción Nacional) y el PVEM (Partido Verde Ecologista de México) al obtener 15 988 740 votos, esto es el 42% de los votos.²

En segundo lugar, se destaca el hecho de una jornada electoral histórica de corte mediático, ya que así fue considerada por los más importantes medios electrónicos de comunicación y destacados diarios de circulación nacional. Mientras que la participación en las urnas fue menor a la de la anterior elección presidencial; por el contrario, la presencia de los medios de comunicación durante las campañas políticas y el día de la elección fue sin duda notable y llena de nuevos contenidos. No obstante que se mantuvieron algunas desigualdades en la cobertura de las campañas, proliferaron las encuestas de opinión encargadas directamente por los medios, en donde se realizaron debates, entrevistas, programas de opinión, intercambios de puntos de vista por medios escritos o a través del reportaje, así como discusiones por medio de Internet. Todo indica que la presencia de los medios de comunicación sí constituyó un hecho nuevo, que esto es parte de un cambio que merece una consideración particular, además de lo más evidente: que fueron un terreno importante para el curso que tomaron los acontecimientos, incluso por el papel que jugó la propaganda y publicidad político-electoral que hicieron los partidos.

De ahí la importancia de analizar el cartón político durante la campaña presidencial del 2000, además de descifrar sus mensajes con la intención de descubrir si a través de este género periodístico se reflejaba la postura del diario (al tematizar acontecimientos) y se revelaban los posibles resultados de la elección presidencial, así como los atributos o deficiencias del posible ganador: Vicente Fox Quesada. Como ya se había mencionado, el trabajo se concentra al recuento de cartones realizados de diciembre de 1999 a junio de 2000, siendo un total de 183 los analizados, centrando la atención en sus contenidos temáticos y sus intenciones.

Así pues, queda a consideración de los lectores una reflexión con respecto a esa idea errónea de ver al cartón político como la parte chusca y de entretenimiento de una publicación, pues en la contienda electoral analizada en el presente trabajo jugó un papel importantísimo; no sólo porque como lo menciona Magú “la caricatura siendo un ejercicio de opiniones que se realizan con elementos gráficos es muy susceptible de verse por amplios sectores de la sociedad”, sino porque a través de sus trazos deja al descubierto que los *mass media* son los mediadores entre el sistema político y la opinión pública al realizar una selección de temas para colocarlos en el centro de la atención pública y reducir así la complejidad social.

² Favela García Alejandro, Martínez Rosas Pablo, *México: ciudadanos y partidos políticos al inicio del siglo XXI*, UAM, México 2003, p. 91.

CAPÍTULO 1

El análisis temático y el cartón político

En este capítulo se aborda la importancia del Análisis Temático como instrumento de trabajo de la presente tesis. Se hace mención de los estudios que han dado origen a la tematización, así como algunas definiciones necesarias para entender mejor el método con el cual se analizarán los cartones políticos publicados durante la campaña para la elección presidencial del 2000. También se valoran los criterios para la selección de temas y se retoma el nivel cognitivo de los acontecimientos.

Asimismo, se diferencian los dos géneros en los que se divide el periodismo: informativo y opinativo. Se puntualiza la importancia del cartón político como género de opinión y se describe un desarrollo a lo largo de la historia de México, para evidenciar que desde los primeros trazos de los caricaturistas, la política ha sido el tema central que ha imperado en el cartón y que es, precisamente, su contribución para formar la conciencia crítica del ciudadano.

1.1 El estudio de la tematización

La tematización es un estudio de muy reciente creación, se puede considerar muy cercana a la *Agenda Setting Function*. Surgió paralelamente al resto de las formas de investigación orientadas hacia el estudio de los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Se considera que por primera vez el concepto de tematización apareció en el texto de Niklas Luhmann³ titulado <<*Offentliche Meinung*>>, publicado en 1970. Sin embargo, la plena integración a la investigación comunicativa italiana y germano occidental ha sido muy reciente, por medio de obras como las de **F. Böckelmann**, *Formación y funciones sociales de la opinión pública* (publicado en 1975); o como las de **Franco Rositi**, *Informazione e complessità sociale* (publicada en 1978), o *I modi dell' argomentazione e l' opinione pubblica* (publicada en 1982).

Para Luhmann la tematización se enmarca en el análisis de la opinión pública y de la comunicación. En este sentido, la opinión pública debe ser concebida como una estructura temática de la comunicación pública, fundamentada en el hecho de que ante el número ilimitado de temas que pueden ser reflejados por la comunicación pública, la atención del público sólo puede manifestarse como limitada. La opinión pública se manifiesta como una estructura formada por temas institucionalizados al obedecer a una valoración de relevancia por parte de los medios de comunicación en función de las necesidades de la sociedad y de su sistema político.

³ El alemán Luhmann se considera representante del funcionalismo sistémico surgido del desarrollo del último periodo de la obra de Talcott Parsons.

Observamos, pues, que Luhmann enmarca la tematización (en cuanto estructura temática) en la comunicación política y, al mismo tiempo, la opinión pública se sitúa en relación con el sistema político y a sus necesidades de decisión estratégica. Por ello, Luhmann insiste en la afirmación del carácter contingente de la opinión pública y en su relación con el sistema político a través de la mediación de los medios de comunicación de masas.⁴

Algunos investigadores italianos han desarrollado parcialmente aspectos contemplados por Luhmann en su definición y descripción del proceso de la tematización. Fundamentalmente Rositi, Grossi y Marletti han protagonizado estos desarrollos. Por su relevancia teórica y por su personalidad descollante en la investigación italiana, Franco merece nuestro mayor interés. Él enmarca la descripción de la tematización en la evaluación de la estructura organizativa en la que se produce la información en el seno del sistema social. En esta estructura organizativa se cumplen diversas funciones que podemos desglosar en tres niveles:

- a) *Selección de primer grado.* Consiste en una clase de regulación de un genérico derecho al acceso o derecho a entrar en el circuito informativo.
- b) *Selección de segundo grado.* Permite el establecimiento de un orden de valoración de los diversos temas de interés público, de ahí que en este nivel intermedio se cumpla con una función de jerarquización.
- c) *Selección de tercer grado.* Consiste en seleccionar los grandes temas que orientarán la atención pública y, por ende, movilizarla hacia la toma de decisiones.

Para Rositi la selección temática puede realizarse mediante una gran variedad de tipos de selección, desde la simple selección de un acontecimiento (considerado como relevante), hasta la selección de un tema para seguir a lo largo de un cierto tiempo hasta la tematización en sí misma. Este investigador italiano insiste en que se debe comprender la tematización como un proceso de decisión selectiva, pues permite reconocer los grandes problemas que afectan a la vida colectiva de un Estado, de una comunidad, de una agrupación.

Rositi, al igual que Luhmann, observa que aquello que define el proceso de tematización es la selección (...) de los temas colectivos que comportan, por un lado, una necesidad de decisión para resolver un problema concreto que afecta a la colectividad y, por otro lado, la tematización comporta la existencia de diversas argumentaciones (de valoración) sobre el tema mediante la expresión de una variedad de opiniones: la tematización debe ser entendida como una movilización hacia la decisión, por cuanto exige la

⁴ Saperas, Enric, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ed. Ariel, S.A., 1987, p. 95.

resolución de un problema estructural mediante la adopción de una opinión determinada.⁵

Con relación a lo planteado por Rositi, Angelo Agostini (otro de los investigadores italianos) afirma que la tematización no necesariamente implica una exigencia de solución, de movilización de la opinión pública hacia la resolución de un tema, puede simplemente comportar una interpretación de la realidad (exponer un problema sin que implique una necesidad de resolución).

Es menester mencionar que la introducción en la investigación comunicativa de esta nueva clase de análisis (de la comunicación pública), se ha producido mediante numerosos artículos que lo han explorado. Así pues, nos enfrentamos ante una noción notablemente compleja, surgida de un ámbito teórico ajeno a la propia investigación comunicativa, que ha ofrecido importantes aportaciones al conocimiento de la comunicación de masas. Sin embargo, su alcance resulta especialmente importante porque el análisis de la tematización afecta a tres aspectos imprescindibles para la comprensión de la comunicación de masas:

- a) En primer lugar, el estudio de la tematización se orienta hacia la evaluación de los efectos cognitivos resultantes de la acción de los medios de comunicación de masas en el marco del sistema político.⁶
- b) La tematización parte de la modificación del concepto de opinión pública surgida de la tradición liberal. El estudio del proceso de la tematización ha surgido de la voluntad de analizar los mecanismos que dan lugar a la opinión pública.
- c) La tematización se aplica a las sociedades complejas y se adecua al estudio del impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y de las transformaciones del modelo periodístico sobre la opinión pública.

1.2 Definición de Análisis Temático.

Según Marletti “tematizar, desde el punto de vista más concreto, significa disponer de criterios no sólo argumentativos, sino de conveniencia útil y de influencia práctica en base a la cual un determinado tema debe inscribirse en la ‘agenda política’ de una colectividad nacional”.⁷ Por otro lado, Agostini define la tematización como la actividad de los *mass media* concretada por la selección de los temas y la discusión de la modalidad de memorización de los mismos por el público. Así pues, la selección y la memorización de la información periodística son dos caras de una misma moneda.

La tematización supone no sólo la selección de un tema, sino que también la colocación de éste en el centro de la atención pública, de hecho sirve para que la opinión pública

⁵ Ibidem. p. 107.

⁶ Podemos referirnos a los efectos cognitivos, por cuanto la tematización se define como el proceso de definición, establecimiento y reconocimiento público de los grandes temas, de los grandes problemas políticos que constituyen la opinión pública, mediante la acción determinante de los medios de comunicación de masas.

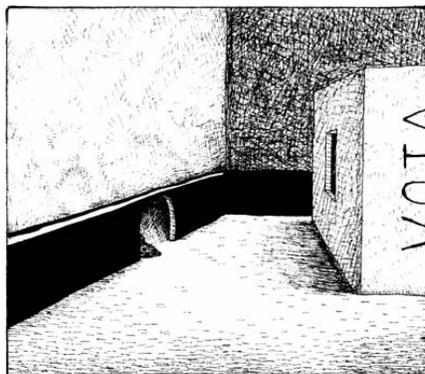
⁷ Marletti, C., *La información tematizada*, Ed. Milán, 1985, p.25.

reduzca la complejidad social y se haga posible la comunicación entre los diversos sujetos, ya que la atención se centra únicamente sobre los temas comunes y más relevantes.

Precisamente la tematización se define, en palabras de Angelo Agostini, uno de los estudiosos italianos que se han ocupado de este tipo de análisis, como: <<Un proceso que se realiza en la relación establecida entre el sistema político y la opinión pública, a través de la mediación de los *mass media*. De esta manera los medios de comunicación han sido considerados no como los protagonistas sino precisamente sólo los mediadores de esta relación.>>⁸

Así pues, la tematización se define como el proceso de selección y de valoración de ciertos temas de interés insertados en la opinión pública.⁹ Hay que considerar que si el ambiente es complejo, la opinión pública, como resultado del proceso de tematización, permite la comunicación entre los individuos reclamando su atención sobre un número limitado de los temas, señalando posibles soluciones y posibles opiniones que dichos temas pueden generar, pero diferenciando tema¹⁰ y opinión.

“Por último, podemos concluir que la tematización debe enmarcarse en lo que hemos denominado efectos cognitivos de la comunicación de masas al realizar una acción mediadora entre individuos y sistemas parciales en lo que actúa la opinión pública.”¹¹ Alsina explica que la función de tematización es relevante porque nos muestra uno de los roles más importantes de los *mass media*, con especial incidencia en el ámbito de la política. Es decir, existe en la comunicación política una especialidad de los *mass media* y una función particular de la tematización que consiste en la capacidad simbólica de estructurar la atención, en la de distinguir entre un tema y una opinión, y en la de programar el desarrollo cíclico de los temas. Es necesario indicar que en la tematización se da claramente una estrategia de interacción política. Más que mostrar una exposición de temas, supone centrar la atención en ciertos temas.



Ahumada

⁸ Saperas, Enric. Op. Cit. p. 93.

⁹ Opinión pública definida como estructura temática contingente que reduce la complejidad social en los diversos subsistemas o sistemas parciales en los que actúa.

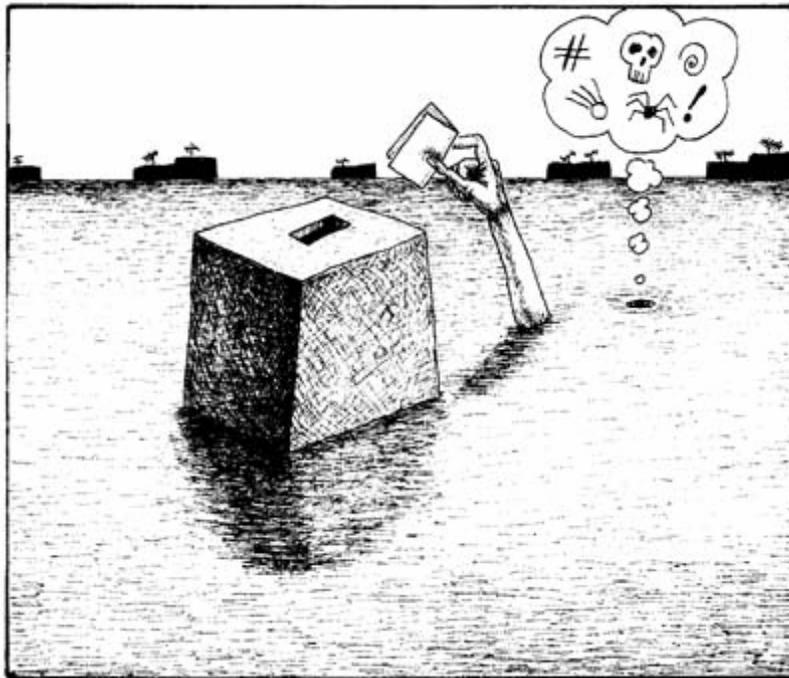
¹⁰ Luhmann menciona que los temas pueden ser considerados como <<complejos de significados más o menos indeterminados y susceptibles de desarrollo>>.

¹¹ Saperas, Enric. Op. Cit. p. 99.

Es por ello que los *mass media* “no son canales, son más bien coproductores (...), no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirla.”¹² Ahora bien, el público es el que articula la información recibida. Benzon, M. Y Frazier¹³ establecen tres niveles de cómo es recordada la información:

1. La etiqueta de los mayores problemas.
2. La especificación del tema principal, causa del problema y soluciones propuestas.
3. Pros y contras de las soluciones propuestas y los autores de los propuestas.

Cabe destacar que en los resultados de su investigación, se concluyó que los efectos del temario en estos tres niveles se dan en la prensa, mientras que por lo que respecta a la televisión sólo se da el primero. Con ello se puede indicar que la tematización es una de las funciones de la prensa frente a los medios audiovisuales.



Ahumada

En la tematización se dan complejas consideraciones que, sin embargo, Agostini¹⁴ agrupa en tres grandes órdenes:

- a) *A la cualidad de la información ofrecida a los lectores.* Es preciso aclarar que el medio de estudio, *La Jornada*, hizo un manejo informativo imparcial, debido a las distintas posturas que tienen los cartonistas.
- b) *A la política editorial* (la concurrencia en las ventas, en el mercado publicitario). Se puede señalar que *La Jornada* en circunstancias normales su tiraje era menor al

¹² Grossi, *La Comunicación política y la mass media en comunicación política*, Ed. Milán, 1983, p.26.

¹³ Benton, M. Y Fraizier, P. J., *La agencia setting función de los mass media y tres niveles de molde de información*, Communication Research, 1976.

¹⁴ Agostini A., *La tematización*, año IX No. 4, 1984, p. 59.

comparado con el que se dio durante la campaña electoral del 2000. Fue evidente que el momento histórico determinó la circulación de los diarios.

- c) *A la línea política del periódico*. Si bien es cierto que *La Jornada* la consideramos de izquierda, la información pese a eso se mantuvo equilibrada debido a esas posturas distintas de los cartonistas.

Por último, Agostini establece una tipología de los casos en los que puede producirse un proceso de tematización:

1. Los casos excepcionales. Se produce una “tematización involuntaria”; se produce una selección ideológica e irreflexiva propia de las rutinas profesionales de los periodistas.
2. Las grandes cuestiones de la vida colectiva. Problemas políticos, económicos, culturales, de costumbres y morales.
3. Todas las iniciativas que un periódico puede tomar para profundizar de modo autónomo en determinado tema.

1.3 Los criterios para la selección de temas.

La existencia del proceso de tematización, llevado a cabo por la comunicación pública, presupone que éste se realice mediante una acción estable en cada sistema particular en el que actúan. Esta acción estable permite el mantenimiento de unos criterios de selección temática que sean capaces de orientar la atención pública. A estos criterios de selección Luhmann los denomina reglas de atención, por cuanto ellas determinan cómo los individuos son reclamados en su atención hacia el número limitado de temas propuestos en la opinión pública.¹⁵

Previo a la tematización, la existencia de reglas permite afirmar a Luhmann que pese a las posibles preferencias de los individuos, ellos tan sólo pueden optar entre las selecciones temáticas previamente establecidas por los medios de comunicación de masas. La tematización lejos de la estabilidad temática, permite su modificación mediante su sucesión temporal y según las necesidades de decisión del sistema parcial en el que se desarrolla su acción.

F. Böckelmann en su obra *Formación y funciones sociales de la opinión pública* (Böckelmann, 1983) ha propuesto un desarrollo de las reglas dominantes de la atención que determinan los criterios de selección temática en los medios de comunicación de masas. A pesar de su distanciamiento teórico respecto del funcionalismo sistémico de Luhmann, Böckelmann, mediante el recurso a otros autores y a la simple observación de la actividad de los medios de comunicación de masas, nos ofrece un excelente desarrollo de las propuestas realizadas por Luhmann. Veamos, seguidamente, y de manera abreviada cuáles son estas reglas determinantes de la atención:¹⁶

¹⁵ Saperas, Enric. Op. cit. p. 99.

¹⁶ *Ididem*. p. 101.

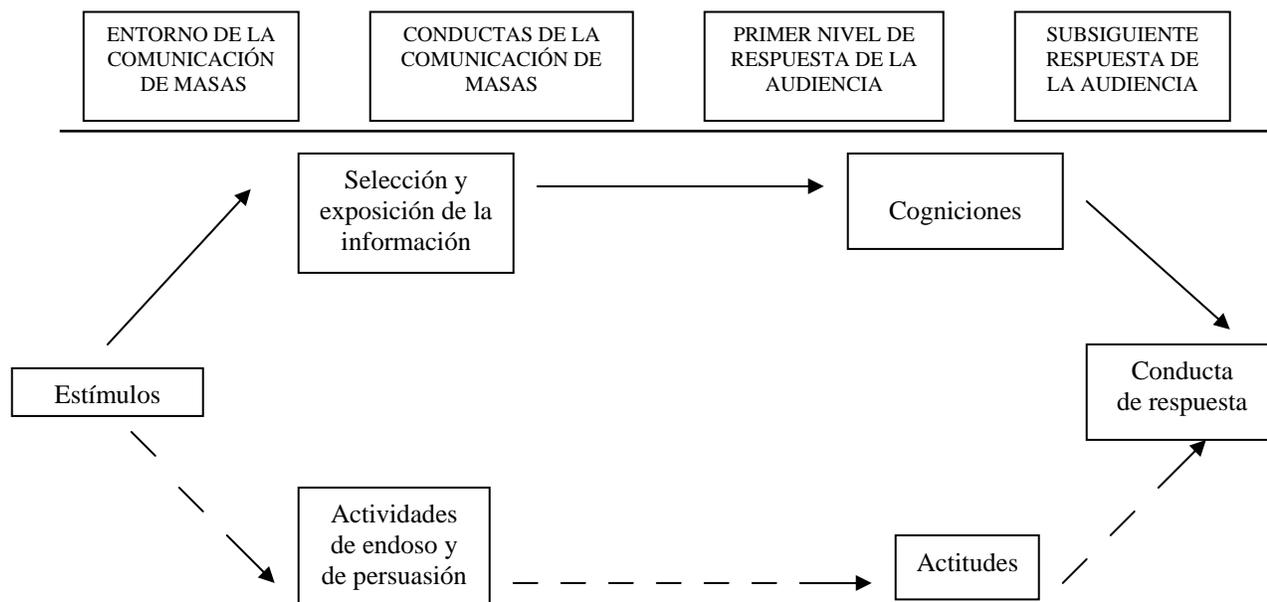
- I. *La referencia a lo personal, a lo privado y a lo íntimo desde el punto de vista de la reducción a lo familiar, de la comparación normativa y de la identificación con la autoridad.* Los medios trasladan aquello que ha sido experimentado individualmente a la esfera pública. En la cultura de masas aquello que es considerado íntimo adquiere mayor atención por parte de los individuos que forman parte de la opinión pública.
- II. *Los síntomas del éxito en el aspecto de la cuantificación y de la atribución personal (de la consecución del prestigio).* En esta regla se integra lo que Luhmann denomina <<status del emisor>>, lo que determina la selección temática. Así pues, por sí mismas son tema las personas que ejemplifican el ideal del éxito, la fortuna, el triunfo o el bienestar actual.
- III. *La novedad de los acontecimientos.* La selección de los temas se hace mediante la inclusión del tiempo como el elemento decisivo, la novedad de un hecho es lo que determina que sea noticia.
- IV. *Los síntomas del ejercicio del poder político (como realización del poder estatal y como desarrollo de la representación).* La información del sistema político contiene temas asociados a un gran valor simbólico que se vincula tanto con la política interior o exterior de un país. Informes bélicos, grandes decisiones económicas, referencias a la política internacional, etc; son temas que por sí mismos resaltan.
- V. *La distinción entre normalidad y anormalidad, acuerdo y discrepancia con respecto a la orientación de la conducta individual y a su valoración.* Son temas que muestran la posible vinculación de un individuo con la mayoría o minoría social determinada. Tiene que ver con una especie de “denuncia” con respecto a las desviaciones de la normatividad social y moral imperante.
- VI. *La violencia, la agresividad, el dolor y los sucedáneos del dolor en nuestra sociedad (como pruebas documentales del estar constantemente amenazado) <<inmensidad>> y de la fatalidad del destino, así como en los aspectos de la <<delegación>> (proyección en los autores y en las víctimas; la experiencia de haber escapado con vida de un gran peligro).* Lo que constituye uno de los criterios más elementales de selección temática es, precisamente, el tratamiento constante que se hace en torno a los acontecimientos desastrosos, a los peligros del entorno, a las desviaciones más peligrosas del comportamiento social.
- VII. *La consideración de las formas de competición bajo el aspecto de lucha con connotaciones afectivas de competencia de <<status>> y de rivalidad personal.* Sustancialmente parte de la interiorización de la competitividad presente en el sistema social.
- VIII. *La referencia al incremento de la propiedad en el aspecto de los ingresos y de los haberes personales y del enriquecimiento en la vida individual.* Se habla de ciertos tipos de comunicación comercial o de propaganda política en donde el individuo percibe la posibilidad de mejorar su <<status>> y su capacidad de consumo; se podría decir que se trata de la forma de demostrar ostentación.
- IX. *La crisis y los síntomas de crisis bajo el aspecto de afianzamiento de una <<estabilidad del sistema>> determinada formalmente, frente a las actuales amenazas.* Según Böckelmann, frente a amenazas explícitas a la estabilidad del sistema, se puede observar un proceso de afianzamiento del sistema mediante una vinculación de los individuos con la necesidad de una mayor estabilidad.
- X. *La observación de lo extraordinario, de lo singular y de lo exótico en el sentido de desmarcar y confirmar lo propio, en el sentido de disponer de alternativas ficticias a*

la vida cotidiana, en el sentido de la proyección cultural y de la asimilación consumista. Pese a la presencia muy variada que se puede observar, tanto en la prensa como en la televisión, en numerosas ocasiones se puede observar lo singular y extraordinario formando un contenido permanente de la comunicación pública. (Referencias extraídas de Böckelmann, 1983, pp. 65-71. La cursiva reproduce los titulares expuestos por el investigador alemán).

1.4 Nivel cognitivo de los acontecimientos

“Por efecto cognitivo entendemos el conjunto de las consecuencias que sobre los conocimientos públicamente compartidos por una comunidad se deduce de la acción mediadora de los medios de comunicación de masas.”¹⁷ Todo individuo necesita una extensa cantidad de información que le permita identificar su entorno y adaptarse a las posibles modificaciones para determinar sus estratégicas decisiones. En el presente estudio la prensa actuó como mediador entre la población y la realidad, el cartonista interpretó la realidad y el lector la asumió como noticia-hecho.

El siguiente modelo que maneja Saperas permite contemplar el paso de la persuasión a la dimensión cognitiva de la comunicación de masas, modelo sobre los efectos que ofrecen Lee B. Becker, Maxwell E. McCombs y Jack M. McLeod en su artículo <<The Development of Political Cognitions>>:



(Las líneas continuas se refieren a la investigación de la “Agencia-Setting”, las líneas discontinuas se refieren a los estudios sobre los cambios de actitud).¹⁸

El cambio de orientación en lo que respecta a la investigación sobre los efectos, no refuta en cuanto cambio de opinión se refiere, sino como refutación parcial muy limitada a la esfera de la comunicación política; en donde el investigador no concentra su atención en

¹⁷ Ibidem. p. 9.

¹⁸ Saperas, Enric. Op. cit. p. 37.

el cambio de opinión, sino en la influencia de los medios de comunicación en la distribución de conocimientos sobre el entorno político y sobre la influencia ejercida en la decisión de voto durante las campañas electorales.

Mediante la expresión <<efecto>> de la comunicación de masas se ha intentado agrupar el conjunto de las consecuencias resultantes de la actividad de las instituciones emisoras en las que desarrollan su labor un conjunto de profesionales especializados en la narración de los acontecimientos que se suceden en el entorno. En cuanto consecuencia de la actividad comunicativa, los efectos presuponen la finalización del proceso de comunicación, o, en otras palabras, la consideración de los efectos implica, si consideramos el eje de la temporalidad de la acción comunicativa, la producción y transmisión de una estimulación comunicativa (de un mensaje dotado de un contenido estratégicamente orientado) realizada por un comunicador institucional y la ejecución de un impacto sobre un determinado público.¹⁹

Fue Robert Ezra Park²⁰ el que señaló la existencia de lo que hoy conocemos como efectos cognitivos. Las primeras consideraciones sobre los efectos se orientaron hacia el estudio de la noticia periodística, pues partieron de la consideración de la relación que se establece entre la labor periodística, el acontecimiento relatado (referido a un fragmento de la realidad social) y la opinión pública. Park concluye que en su conjunto y mediante su acción constante, las noticias determinan el conocimiento que un individuo tiene de su entorno y del lugar que ocupa en él. Puesto que es la dirección y distancia con la que las noticias nos alcanzan, lo que define las dimensiones del mundo. De ahí que las noticias cumplan con una función esencial para la orientación del individuo, pues sus ajustes permiten observar la integración social y su permanencia en sociedad.

La investigación comunicativa evolucionó hacia la evaluación de los efectos que se refieren a actitudes y conductas manifestados por la audiencia, “en la actualidad el análisis de efectos cognitivos se sitúa en un ámbito que escapa a la presión del mercado, en un sentido ligado a las necesidades de comercialización, pero, por el contrario, ha retomado el interés como Robert Ezra Park, Walter Lippmann o Harold D. Lasswell manifestaron por la relación existente entre los medios de comunicación de masas y el sistema político.”²¹

Así pues, el inicio de la década de los setentas consolidó el estudio de la dimensión cognitiva de los efectos de la comunicación social. Entre 1970 y 1977 surgieron nuevas tradiciones de estudio que fundamentaron una nueva orientación (tanto en Europa como en los Estados Unidos): Niklas Luhmann en 1970 daba comienzo a su reformulación de la concepción liberal de la opinión pública, definiendo el proceso de tematización en su escrito; al par de esto otros autores como Phillip J. Tichenor, George A. Donohue, Clarice N. Olien, Maxwell E. McCombs y Donald L. Shaw publican nuevos trabajos en torno al tema. Estas investigaciones parten de una clara separación entre actitud y cognición. Así, la

¹⁹ Ibidem. p.19.

²⁰ Robert Ezra Park: periodista y profesor de Sociología en la Universidad de Chicago que gracias a su labor investigadora entre 1901 y 1941 señaló la existencia de los efectos cognitivos.

²¹ Saperas, Enric. Op. cit. p. 22.

información que había sido estudiada como un simple proceso de intermediario entre comunicador y audiencia; este cambio de orientación conlleva una valoración de dicha información en cuanto objeto de estudio con suficiente entidad para ser considerada de manera independiente de las actitudes. Precisamente, la distribución de la información será el fundamento de los efectos cognitivos.

Pero, fue Jay G. Blumler quien de modo más conciente planteó el cambio de orientación como una superación de los límites impuestos por la consideración de procesos de persuasión que afectaban a las actitudes y conductas. Mediante el estudio de la relación existente entre medios de comunicación de masas y los procesos electorales, contempló la existencia de un conjunto de efectos ligados a la información y a su distribución social, afectando a la “visión del mundo” de los individuos y afectando tanto a electores como a las instituciones políticas. Blumler, entonces, propone el estudio de los efectos cognitivos como ese paso previo del reconocimiento de los medios de comunicación como fuentes de influencia en la sociedad.

Ahora bien, si observamos el desarrollo de la investigación sobre los efectos cognitivos, se puede apreciar que ha tenido lugar en el ámbito del análisis de la comunicación política, la cual hay que destacar ha centralizado casi todos los estudios tendentes al reconocimiento de la dimensión cognitiva. Como se ha dicho con anterioridad, hay diversidad en cuanto se refiere a las investigaciones que han dado lugar a los efectos cognitivos, sin embargo se pueden establecer tres tipos de efectos cognitivos referidos a la comunicación de masas:

1. *Efectos resultantes de la capacidad simbólica de estructurar la opinión pública.* Conjunto de consecuencias de los medios de comunicación en mecanismos de formación y funcionamiento de la opinión pública. Pues son, precisamente, los medios quienes determinan las formas de orientar a la opinión pública, la agenda de temas predominantes, la jerarquización de la relevancia de dichos temas y la capacidad de discriminación temática que manifiestan los individuos.
2. *Efectos resultantes de la distribución social de los conocimientos colectivos.* Aquellos que resultan de la distribución social de los conocimientos según los diversos sectores socioeconómicos, culturales o profesionales. Evaluando la distribución de los conocimientos colectivos, de los usos y la incidencia de cada sector en la captación de determinado tipo de conocimientos mediante los medios de comunicación de masas.
3. *Efectos referidos a las noticias como formas de construcción de la realidad social.* Conjunto de los efectos cognitivos referidos a las noticias que determinan una construcción social de la realidad. Pues como lo decía Gaye Tuchman, “la noticia es una ventana al mundo”, la noticia tiende a decirnos qué queremos, qué necesitamos y qué deberíamos saber.

1.5 El cartón político como reflejo de la tematización

Según las formas del discurso que utilizan los géneros periodísticos, se pueden identificar dos grupos: géneros informativos (nota informativa, entrevista, crónica y reportaje) y géneros opinativos (editorial, artículo de fondo, reseña crítica, ensayo, columna y cartón político). “Los franceses llaman al primero, periodismo de razón (*journal de raison*) y al otro, periodismo de emoción (*journal d'émotion*). Los norteamericanos predicán la doctrina del *news* y *views* (noticias y comentarios). Estos dos caminos son efectivamente muy claros: <<el informar y el formar opinión>>”²²

Los géneros informativos se constituyen por mensajes que transmiten información acerca de hechos, teniendo como intermediario al periodista que a través de formas discursivas (la exposición, la descripción y la narración), plasma el mensaje en forma de noticia.²³ En la noticia se informa del hecho sin dar opiniones, el periodista no califica lo que informa y se concreta únicamente a relatar lo sucedido, para así permitir que sea el receptor del mensaje quien saque sus conclusiones.

Por su parte en los géneros opinativos, se incluyen los mensajes que transmiten juicios. Su basamento son los hechos, pero su finalidad es la opinión, el cuestionamiento, el juicio del periodista. La forma discursiva que se usa fundamentalmente en estos géneros es la argumentación, aunque también aceptan, en algunos casos, las otras formas discursivas. De acuerdo con estas consideraciones, los géneros pueden distinguirse en tanto que los primeros se manejan en una dimensión *informativa*; y los segundos, en una dimensión *argumentativa*.²⁴

Entre los géneros donde no es la información lo fundamental, sino la opinión²⁵ de quien escribe, “exige a quien lo aborda, una visión global de la realidad, alta especialización, sentido entre las partes y el todo, poseer un conjunto de criterios y ser relativamente neutral, apasionarse con altura, con estilo.”²⁶ El lector que acude al periodismo de opinión lo hace para recrearse en sus páginas, busca una orientación, una opinión autorizada de los hechos que acaba de leer. Los géneros de opinión se pueden considerar como un medio de expresión formativo, ideológico y orientador; pues colaboran a que el lector se forme una opinión propia, consciente o no, dándole la oportunidad de manifestar su criterio a favor o en contra con respecto a un acontecimiento.

²² Baena Paz, Guillermina, *Géneros periodísticos informativos*, Editorial Pax, México 1990, p. 34.

²³ Como menciona Carlos Marín en su *Manual de Periodismo* (Editorial Grijalbo, México 2004), la noticia es la difusión pública de un acontecimiento de interés social; es la propalación de un hecho hasta antes desconocido. La noticia es la materia prima del periodismo; es un escrito veraz, oportuno, objetivo. Veraz, porque transmite la realidad periodística sin mentir, sin difamar, sin tergiversar. Oportuno, porque se refiere a la actualidad inmediata, a los hechos ocurridos ayer, a los sucesos de hoy. Por esta razón ocupa el lugar más relevante en los periódicos y noticiarios. Objetivo, porque no admite las opiniones ni los juicios del reportero (por más atinados que pudieran parecer). La noticia, propiamente es el suceso hecho público.

²⁴ González Reyna, Susana, *Géneros periodísticos I Periodismo de opinión y discurso*, Editorial Trillas, México 1991, p. 8.

²⁵ Opinión es un pensamiento o tesis. Dictamen, juicio o parecer que se forma de una cosa cuestionable. Aferrarse al pensamiento propio. Adhesión de la mente a una razón probable.

²⁶ Donado Viloria, Donaldo Alonso, *De la información a la opinión. Los géneros periodísticos*, Editorial Palabra Magisterio, Bogotá Colombia 2005, p. 193.

Cabe mencionar que Guillermina Baena en su libro *Géneros periodísticos informativos*, aclara que pese a que la división de los géneros ha sido en estas dos vertientes (informativos y opinativos); en la actualidad también se maneja la tendencia a abrir una tercera clasificación, conocida como “periodismo interpretativo”.

A diferencia de la *información*, e inclusive de la *opinión*, lo que hace el periodista al interpretar es marcar, exponer, describir, descubrir, es decir, presentar la cosmovisión del problema. La interpretación es una ‘valoración objetiva’ basada en antecedentes, análisis, ilación y exposición comprensiva de los acontecimientos. La opinión en cambio, es un juicio subjetivo ante el hecho. De ahí que se encuentren en esta división los artículos de opinión y los editoriales.²⁷

En el caso específico de la caricatura política, se puede decir que se trata de un género periodístico de opinión en el que se exageran los rasgos y expresiones del personaje u objeto y que alude a un hecho social, político y/o económico concreto. La caricatura es una imagen, un producto de la creación intelectual del hombre gracias a la percepción que éste tiene de la realidad. La caricatura política más allá del humor y el entretenimiento, trata de formar opinión pública y crear conciencia social de la realidad.

De acuerdo al *Diccionario Enciclopédico Espasa 5*, caricatura quiere decir “figura en que se deforma el aspecto de una persona, (...) obra de arte en la que se ridiculiza a una persona o cosa”.²⁸ Etimológicamente la palabra proviene del verbo italiano *cancare* y este a su vez del latino *carricarre*, que significa cargar, exagerar o recargar. Sin embargo, el adjetivo caricatura se puede aplicar a infinidad de conceptos; en el transcurso de la historia se ha utilizado para calificar a la figura ridícula resaltando —con exageración y humor— rasgos físicos, caracteres psicológicos o psicosociales de una persona, acontecimientos, institución o situación concreta.

La caricatura es el dibujo que se caracteriza por la distorsión de sus elementos para dar más énfasis a las cualidades más significativas del tema que se trata, a la vez que se reduce al mínimo los elementos sobrantes, todo en el marco de la interacción entre la gracia, la ironía, lo alegre y lo triste, que se reúnen para conseguir un efecto chistoso.²⁹

En las definiciones anteriores impera una coincidencia importante: la caricatura es una figura en la que se deforma, exagera la fisonomía o se distorsionan los elementos, esto para lograr mayor énfasis a las cualidades significativas del tema a tratar; no por nada la raíz etimológica de la palabra provienen del italiano *cancare* (cargar la mano).

Desde su nacimiento, la caricatura ha representado un género de opinión muy rico y completo que tiene la capacidad de introducirse a la política y hasta apoyar movimientos en

²⁷ Baena Paz, Guillermina. Op. cit. p. 36.

²⁸ Diccionario Enciclopédico Espasa 5. Tomo 1, p. 338.

²⁹ Medina, Luis Ernesto, *Comunicación, humor e imagen, Funciones didácticas del dibujo humorístico*, p. 13.

contra del sistema establecido e impositor. Es un género que requiere, para su elaboración, de mucha preparación, análisis y sobre todo interpretación; por lo que sus mensajes son muy completos. En la ejecución de la caricatura coinciden dos habilidades distintas: la del dibujante y la del humorista. Si falta una de esas habilidades, el resultado se deteriora. Su esencia radica en la selección pertinente y amplificada de rasgos fisonómicos característicos, elegidos selectivamente en función de la máxima eficacia psicológica.

El principal elemento característico de la caricatura es el dibujo, al que se le puede añadir el texto, pero éste no es elemento imprescindible. Puede haber caricatura sin texto, pero no caricaturas sin dibujo. Además, la caricatura política o cartón político se caracteriza por ser un vehículo de denuncia formador de opinión; si bien puede abordar cualquier tema se prefieren los temas sociales, económicos y políticos de actualidad.

Antonio Caso aísla a la caricatura dentro de un grupo que llama “artes impuras”. La impureza de la caricatura radica en que el artista inserta en el retrato su opinión sobre los defectos del modelo. “El caricaturista no sólo ve, sino que opina sobre lo que mira. No es imparcial; colabora con su propia intuición y dice qué piensa de lo que ha visto. De aquí que provoque, *ipso facto*, el deseo de reír”.³⁰

El cartón político, al igual que otras composiciones visuales, se forma de diferentes elementos que le dan significado o integran el proceso comunicativo que le permiten transmitir mensajes, estos son forma y contenido. Las características de forma de la caricatura son las que se pueden percibir a simple vista, a través de los sentidos, son las que Dondis A. Donis llama elementos básicos de la comunicación visual: punto, línea, contorno, dirección, color, textura, escala dimensión y movimiento. Estos elementos visuales constituyen la sustancia de lo que vemos, son los ingredientes básicos que se utilizan para el desarrollo del pensamiento y de la percepción visual. La elección de los elementos a utilizar y la manipulación de éstos para lograr un determinado efecto está en manos del “visualizador”, en este caso del caricaturista.

El caricaturista escoge sus tipos, casi exclusivamente, entre hombres de cara muy conocida: políticos, actores, escritores famosos, etc; y el efecto cómico se produce únicamente cuando la caricatura es relacionada con el original, es decir con el personaje al cual alude. “Los gestos y ademanes más característicos son a la vez los más involuntarios e inconscientes; son hábitos tan fatales, que tienden a convertir al individuo en un autómatas. Sustráigase estos rasgos mecánicos, y basta exagerarlos un poco, como hace el caricaturista, para que un hombre se transforme en un muñeco.”³¹

Se puede considerar, pues, que el caricaturista necesita deformar los rasgos físicos para acercarse a la realidad del carácter del sujeto, ya que invita a considerar su trabajo como síntesis del sujeto real. Por tal razón la caricatura viene a ser un documento biográfico, es como una “instantánea” de un momento dado.

³⁰ Carrasco Puente, Rafael, *La Caricatura en México*, Imprenta Universitaria, México 1953, p. 21.

³¹ *Ibidem*. p. 26.

En México la caricatura ha tenido, en todo tiempo, muchos adeptos. Ha sido siempre una expresión del pueblo para hacer reír al pueblo. Según los antecedentes, la caricatura ha sido eminentemente política, pese a que en algunos casos cumple la función decorativa y de entretenimiento. Pero, no fue sino hasta ahora que se tiene una categoría especial para ella, para lo que conocemos como caricatura política.

En México la caricatura nace junto con la vida independiente del país, fue una interpretación del sentir popular, en ella se permite presentar desfigurada la imagen del caudillo con sus características sobresalientes, sin que sea una representación cabal de la persona y a la que el pueblo reconoce fácilmente. El artista llega a interpretar en forma gráfica esos pensamientos e ideas, críticas y protestas, nacidos del corazón del pueblo. Así es como se inició en México la labor del caricaturista.³²

La constitución de 1824, la de 1857 y las Leyes de Reforma buscan crear un país gobernado por leyes, pero la ambición interna y extrema obstaculizan ese ideal. “Sin embargo, la atmósfera de intervenciones, levantamientos armados y caos en todos los aspectos económicos y sociales permiten el surgimiento en la prensa de la caricatura, utilizada para criticar los excesos de políticos, caciques, curas y dictadores.”³³

Unos cuantos años después de la consumación de la Independencia, hacia 1826 (cuando el italiano Claudio Linati trae la litografía al país) aparecen periódicos como *El Iris* (primer periódico ilustrado, en el cual se publica la primera caricatura que se conoce, titulada ‘*Tiranía*’). Los años transcurrieron y trajeron consigo publicaciones cuya herramienta principal es la sátira caricaturesca; entre los más destacados se encuentran: el periódico yucateco *Don Bulle Bulle* (1847), con caricaturistas que ya firman sus trabajos: Gabriel Vicente Gahona “*Pichetas*”.³⁴ A su vez, surge el bisemanario *El Calavera* (1847), el *Tío Nonilla* (1849-1850), *El Gallo Pitagónico* (1845 y 1857) y *La Pata de Cabra* (1856-1865).

Durante la dictadura de Antonio López de Santa Anna, había una escasa libertad de imprenta y por temor a la represión los caricaturistas no firmaban sus trabajos; sin embargo durante éste periodo circulaban en la clandestinidad hojas volantes donde los caricaturistas expresaban todos los horrores del momento. “Gracias a la aparición del periódico *La Orquesta* (1861-1877) y a la libertad de expresión respetada por Benito Juárez, los caricaturistas Constantino Escalante,³⁵ Santiago Hernández, Alejandro Casarín, Jesús T.

³² Olmos Medrano, Susana, *Los gritos de los moneros de la Selva Lacandona. Análisis temático de La Jornada durante de la sublevación en Chiapas*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS UNAM, México 1996, p. 30-31.

³³ Pérez Basurto, Apebas Alejandro, *Historia del humor gráfico en México*, Editorial Milenio, México 2001, p. 10.

³⁴ Gabriel Vicente Gahona nace en la Ciudad de Mérida, Yucatán. En 1828, emigra a Europa para estudiar dibujo. Es quien introduce lo que posteriormente la mayoría de los caricaturistas utilizarán: el seudónimo. A su regreso de Europa funda *Don Bulle Bulle*, en donde dibuja a “Pincheta”, personaje del que toma su seudónimo. También funda la publicación *La Burla* y muere en 1899.

³⁵ Constantino Escalante nace en 1836, crítica tanto a conservadores como a liberales. Sus trabajos en contra el imperio de Maximiliano refirieron fielmente la angustia y la valentía del gobierno en el exilio de Juárez. En varias ocasiones se vio encarcelado y muere en 1868 por un accidente ferroviario.

Alamilla y José María Villasana, logran firmar sus dibujos, hecho que los convirtió en los padres de la caricatura mexicana.”³⁶

Dos son los periódicos en los que aparecieron formalmente caricaturas políticas en México: *El Sombrero* (1860) y *La Orquesta* (1861), el último es considerado el más importante de este periodo. A la muerte de Benito Juárez (1872), las acciones tomadas por Sebastián Lerdo de Tejada y posteriormente por Porfirio Díaz fueron registradas en 1874, cuando aparece *El Ahuizote* (periódico de oposición al régimen), de hecho la intolerancia de Díaz obliga a la desaparición de dicha publicación, dando fin con él al periodo en el que se consolida la caricatura mexicana (1826-1876).³⁷ Lo que ocasiona descontento en la clase media son las sucesivas reelecciones y el “progreso” sustentado en esa concentración absoluta del poder, es así como “los caricaturistas, en medio del anonimato y con sus dibujos como armas, le hablaban al pueblo en su propio lenguaje y de esta forma ayudan al movimiento contra la dictadura.”³⁸

Esta época se constituye como la más brillante para la caricatura, pues ni las persecuciones constantes a las publicaciones logran acallar la feroz crítica a Díaz. Surgen periódicos ilustrados como: *La Cantarida*, *El Quijote* y *La Patria Festiva* (1879) y como herencia de familia surge en 1885 *El Hijo del Ahuizote*. Debido a la censura por parte del gobierno, los colaboradores de *El Hijo del Ahuizote*, Villasana, Daniel Cabrera “Fígaro”,³⁹ Jesús Martínez Carrión⁴⁰ y Álvaro Pruneda, tenían que firmar con seudónimo (pero ni las amenazas ni la cárcel logran terminar con la crítica de la publicación). Los dos últimos colaboraron posteriormente en *El Ahuizote Jacobino* (1904-1905) y el *Colmillo Público* (1903-1906), periódicos que principalmente fueron víctimas de la represión del sistema.

A partir de la primera reelección de Díaz (1885), la prensa recibió subsidio y se volvió oficialista. Sólo algunos periódicos eran los que se atrevían a criticar al gobierno (uno de ellos fue *Regeneración*, dirigido por Ricardo Flores Magón); precisamente en ellos sobrevivió la caricatura política, sin embargo los caricaturistas eran fuertemente perseguidos. Los periódicos tenían que ser clandestinos, por lo que tuvieron una corta y accidentada vida.

En 1902 *El Imparcial* contaba con un semanario humorístico llamado *Mundo Cómico* donde se inaugura la línea de los suplementos gráficos al publicar una revista a colores (*La Ilustración Popular*), la que era obsequiada a los suscriptores del diario. La labor del caricaturista hace blanco en el ánimo del pueblo, hay descontento en todo el país por la terquedad de Díaz de permanecer en el poder y ante tal situación inicia la lucha armada.

³⁶ Pérez Basurto, Apebas Alejandro. Op. cit. p. 11.

³⁷ Pruneda, Salvador, *La caricatura como arma política*, Instituto Nacional de Estudios de la Revolución Mexicana, México 1984, p. 63.

³⁸ Carrasco Puente, Rafael, Op. cit. p. 25.

³⁹ Daniel Cabrera nace en 1858, estudia y años después es catedrático en la academia de San Carlos. Fue encarcelado en varias ocasiones por su trabajo de caricaturista. Hizo retratos de los más ilustres de la época y muere en 1914.

⁴⁰ Jesús Martínez Carrión nace en 1860. Las caricaturas hechas por él son las más agresivas contra el porfiriato, debido a ello fue encarcelado continuamente; la última vez que pisó la cárcel, lo remitieron al pabellón de los enfermos de tifo, días después sería liberado sólo para morir en 1906.

Al iniciarse la Revolución Mexicana los periódicos se liberaron del control del gobierno y surgieron publicaciones que criticaban al nuevo régimen de Francisco I. Madero. En 1911 sale a la luz pública, *Multicolor*, que con los pinceles de Ernesto “Chango” García Cabral⁴¹, Santiago R. De la Vega, Atenedoro Pérez y Soto y Clemente Islas Allende, ridiculizan cada una de las acciones de Madero.⁴²

Surgieron en esta época otras publicaciones que criticaban a Madero, tal es el caso de: *Tilín Tilín* (de la familia Pruneda, 1911), *El alacrán*, *Ypiranga*, *La Porra* y *Ojo Parado*, así como algunos pasquines como *El Chile* y *El Burro*. Lamentablemente la libertad de los dibujantes se acaba con los asesinatos de Madero y Pino Suárez (1913). En 1915, los constitucionalistas tienen a su lado a *La Vanguardia* (con caricaturas de José Clemente Orozco) y *La Cucaracha*. Posteriormente en 1916, *El Zancudo* se convertiría en el órgano oficial del Congreso Constituyente. En esta época los caricaturistas colaboraban junto con un escritor para realizar su cartón. Ya en 1917 (año en que se proclama la Constitución Política) nace el diario *Excélsior*, un año antes había aparecido *El Universal*.

Con el asesinato de Carranza en 1920, Álvaro Obregón ocupa la titularidad del poder ejecutivo. Debido al fortalecimiento de los periódicos de gran formato aparecen en sus páginas historietas como *El Chupamirto* (de Jesús Acosta Cabrera). Obregón además de intensificar la reconstrucción nacional, crea el sistema bancario y organiza a los obreros por medio de centrales como la CROM asegurando así su control. Plutarco Elías Calles es elegido presidente en 1924 y de nuevo la censura gubernamental se instala como política. Caricaturistas como Arthenack y José Clemente Orozco, logran deslizar sus crítica en *Tu-Tan-Kamen* (1924) y en *El Machete* (1924-1938) respectivamente.

Se desencadena la guerra cristera y el rompimiento del Estado con la Iglesia, debido a problemas de carácter sociopolítico. La lucha por la sucesión presidencial alcanza su máxima crudeza con el asesinato de Álvaro Obregón. Es fundado el Partido Nacional Revolucionario por Plutarco Elías Calles, asegurando así su influencia y la transición pacífica del poder. Desfilan por la Presidencia Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Albelardo Rodríguez (periodo conocido como el Maximato).

“El fortalecimiento de las instituciones y de los diarios de circulación nacional influyen en la vida política del país. Periódicos como *La Prensa*, *El Nacional*, *El Universal* y *Excélsior* ubican a los caricaturitas en las páginas editoriales y nace así el llamado Cartón Editorial.”⁴³

Ente las pocas publicaciones satíricas que se tienen registradas durante el Maximato están el “Semanario loco” *Fantoche* (1929-1930) y *El Turco* (1931). Por el *Fantoche*

⁴¹ Ernesto García Cabral nace en 1890. La feroz crítica que hizo hacia Madero en *Multicolor* le valió que el propio Madero le otorgara una beca para estudiar en París. Cabral desarrolló un peculiar estilo en Europa, que al regresar evolucionó la caricatura mexicana creando una verdadera escuela. Muchos de los caricaturistas de la época imitaron su estilo. Después de dibujar casi 30.000 caricaturas muere en 1968.

⁴² Zurio, José Guadalupe, *Historia de la caricatura en México*, Guadalajara Jalisco 1961, p. 34.

⁴³ Museo de la Caricatura, *La caricatura en la historia, historia de la caricatura*, Colección permanente, México 1995.

desfilan las plumillas de Guerrero Edwards, “El Chango” García Cabral, Manuel Horta y “El Chamaco” Miguel Covarrubias.⁴⁴

Durante la presidencia de Cárdenas se tolera la crítica de los caricaturistas y aparecen revistas como *El Tornillo* (1938); se otorga asilo a los caricaturistas españoles y se crea la Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA).⁴⁵ A la llegada de Manuel Ávila Camacho (1940-1946), se restringe la libertad de prensa y a través de la misma PIPSA se pueden controlar los medios impresos. Producto de ese control, el humor blanco se instala en periódicos y revistas.

Bajo el mandato de Miguel Alemán, aparecen revistas como *Don Timorato* (1944-1948), dirigida por Jorge Piño Sandoval; la cual terminó cuatro años después con una denuncia en masa de su plana de dibujantes al resistirse a realizar cartones a favor del presidente. Con la creación del semanario *Presente*, editado por Piño Sandoval, Arias Bernal y Quezada, se logra combinar textos satíricos con el estilo en el dibujo de Quezada, para dar pie a una nueva forma de expresión en la caricatura. En este periodo la tradición clásica se rompe y la caricatura es encausada a lograr una comunicación con el pueblo. A través del taller de la “Gráfica Popular” esta comunicación aparece en carteles, folletos, hojas y volantes, además de sus medios usuales.

“Los subsecuentes gobiernos: Miguel Alemán (1946-1952), Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958), Adolfo López Mateos (1958-1964) y Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) estructuran un México basado en el nacionalismo, el crecimiento económico, el desarrollo del mercado interno, la industrialización y la estabilidad política.”⁴⁶ Es así que del periodo que comprende de 1946 a 1970 aparecen caricaturas en periódicos y revistas ilustradas como: *Ja-Ja*, *Don Ferruco*, *Ahí va el golpe*, *Los Supermachos*, *El Apretado*, *La Gallina*, *La Vida en Broma*, *El Mitote Ilustrado*, *El Universal*, *Excélsior*, *Ovaciones*, *Cine Mundial*, *El Día*, *El Sol de México* y *el Heraldo de México*.

Mientras que López Mateos respetó la libertad de crítica de los caricaturistas, Díaz Ordaz no tuvo buenas relaciones con ellos. Durante los sexenios de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) y de José López Portillo (1976-1982) se apuesta al desarrollo del país por medio de la explotación petrolera. La crisis de este energético altera los índices de crecimiento y pronto el pueblo se vio envuelto en inflación, devaluación, desempleo, deuda externa, nacionalización y privatización. Humorísticamente se le llama a este periodo la Docena Trágica.

Nacen nuevas revistas ilustradas: *Quecosaedro* (1979) y *La Garrapata* (1968-1981). Además de los diarios *Uno más uno* (1977) y *El Financiero* (1981). Entre los dibujantes

⁴⁴ Miguel Covarrubias nace en 1904, estudia pintura y arqueología. Emigra a estados Unidos para colaborar en la prestigiada publicación *Vanity Fair*. Pintó dos tableros para el Hotel del Prado de la Ciudad de México. Realizó trabajos arqueológicos, además de hermosas pinturas en la Isla de Ball, donde vivió nueve meses. Murió en 1957.

⁴⁵ PIPSA es creada en 1935, la cual al ser una empresa con participación mayoritaria del Estado, ha tenido un doble trato con las empresas periodísticas: promueve la supervivencia de algunas y representa una fuente potencial de control o presión de otras.

⁴⁶ Pérez Basurto, Apebas Alejandro. Op. cit. p. 146.

que destacan se encuentran: Oswaldo, Palomo, Sergio Arau, El Fisgón, Ahumada, Alán, Pedro Sol, Rocha, Monsi, Adrián, Moysén, Magú y Peralta.

En 1975, el gremio se unió y fundó la Sociedad Mexicana de Cartonistas (SMC)⁴⁷ y con el material recopilado por David Carrillo desde 1965 se formó el Acervo Histórico de la Caricatura. En 1976, dentro del Premio Nacional de Periodismo, se reconoció el trabajo de los caricaturistas y se incluyó a esta especialidad entre los premios.

La apertura fue en aumento durante el régimen *lópezportillista*, los cartonistas se volvieron más críticos y conscientes de su propio trabajo, auto imponiéndose reglas éticas no escritas, dando la pauta para la crítica al presidente de la República. México vive una profunda crisis económica en 1982. La tecnocracia se instala en el poder con Miguel de la Madrid (1982-1988) y Carlos Salinas de Gortari (1988-1994). Es precisamente durante el periodo De la Madrid cuando se inaugura el Museo de la Caricatura⁴⁸ el 19 de marzo de 1987, en el marco del Tercer Festival del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Pactos económicos, narcotráfico, ambulante, fraudes electorales y económicos privatizaciones, TLC, asesinatos políticos, guerrilla (EZLN), debilitamiento del PRI y fortalecimiento opositor (PAN Y PRD), son temas cotidianos para los cartonistas: Alfredo Guasp, Luis Carreño, Rubén, Jerónimo, Garci, Apebas, Perujo, Bogota, Eko, Trino, Luis Frenando, Castre, Trizas, Falcón, Calderón, Ulises y Jis en las publicaciones *Rayas* (1980), *A Todo Mecate* (1984), *Rhumor* (1988), *Lapiztola* (1992), *Los Caricaturistas* (1993), *La Jornada* (1984), *El Ecomonista* (1988) y *Reforma* (1993).⁴⁹

En 1989, durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, la Sociedad Mexicana de Cartonistas, con apoyo del Departamento del Distrito Federal y la Confederación de Trabajadores de México, editó un compendio del personaje de la política más caricaturizado en la historia del país: don Fidel Velásquez Sánchez.

En 1994, Ernesto Zedillo hereda el espejismo de un país primermundista. Pronto la devaluación del peso nos ubica en la realidad. La crítica es feroz en las ediciones de *El Chahuistle* y *El Papá del Ahuizote* (ambos en 1994), así como en *El Tiro* (1995). Una nueva generación de caricaturistas aparece, al tiempo que otros se consolidan: Eduardo Rocha, Nostragamus, Matvei, Terrazas, Gabriel Román, Art, Chubasco, Fran y Alarcón.

Un proyecto que, tras casi tres años de arduo trabajo e investigaciones, logró ver la luz el 27 de abril de 1995 fue el sueño más anhelado de la Sociedad Mexicana de

⁴⁷ Agrupación fundada por connotados caricaturista encabezados por David Carrillo y cuyo objetivo primordial es la defensa de los derechos de autor.

⁴⁸ Debido a los sismos que sacudieron a la Ciudad de México en septiembre de 1985, la SMC se vio obligada a abandonar sus oficinas, formándose una comisión para buscar una sede definitiva para la creación del Museo de la Caricatura. Dada la importancia y originalidad del proyecto se eligió el Antiguo Colegio de Cristo, el entonces presidente de la República (Miguel de la Madrid Hurtado) fue quien entregó las instalaciones con la finalidad de que sirviera como museo y resguardara las obras realizadas por caricaturista que datan de 1826 a la fecha.

⁴⁹ Pérez Basurto, Apebas Alejandro. Op. cit. p. 147.

Caricaturistas: la apertura de la Colección Permanente con el tema “*La caricatura en la historia, historia de la caricatura*” (se lograron reunir cerca de 1,500 caricaturas originales con lo más destacado del género, de 1826 al 2000).

El pueblo de México se empobrece cada vez más a causa del salvaje neoliberalismo de Zedillo, el PAN y PRD ganan posiciones en el poder por lo que el PRI se debilita. Surge *El Chamuco* (1996-2000) y los diarios *México Hoy* y *Milenio*. Una nueva generación de caricaturistas se gesta con Rictus, Altamirano, Pego, Cabeza, Manjares, Alonso, Waldo y Franco.

“El 2 de julio de 2000 el PAN gana las elecciones presidenciales. El PRI se derrumba después de dominar el país por más de 70 años. Vicente Fox se convierte en el primer presidente de oposición para el periodo 2000-2006. El caricaturista goza de plena libertad, aunque en algunos medios, el derrumbe del PRI significó también su declive perdiéndose algunos espacios para la caricatura.”⁵⁰

Del surgimiento de la caricatura a la fecha, ésta ha tenido que atravesar por una evolución y transformación necesaria para su subsistencia y aunque en algunos momentos los caricaturistas padecieron de censura (incluso fueron encarcelados), lucharon por tener espacios que les permitieran criticar y cuestionar el mal manejo que se hace del poder. Así como lo explica la historia, en los tiempos del General Santa Anna, de Juárez, de Don Porfirio Díaz, de Madero y de Álvaro Obregón; la caricatura y la dureza de su crítica se acercó al pueblo y fue el reflejo de la voz, del cansancio, de la desilusión y el hartazgo provocado por las injusticias y los malos manejos de los respectivos gobiernos.

Después del gobierno de Obregón, la caricatura perdió mucho en calidad y contenido político. Tal vez sólo durante el cardenismo intentó recobrar terreno, unas veces para atacar y otras para halagar. A partir de 1950 el número de nuevos caricaturistas empezó a crecer, pero no fue hasta los años sesentas que se deja sentir la virulencia de su crítica. Es así como los jóvenes caricaturistas son los que le dan de nuevo el rasgo combativo, de defensa de los intereses populares. De 1970 al 2000, los caricaturistas continuaron denunciando los malos manejos del poder y aunque en algunos sexenios no tuvieron buena relación con el presidente en turno (por ejemplo Díaz Ordaz) el gremio finalmente se logra organizar para formar la Sociedad Nacional de Cartonistas e inaugurar el Museo de la Caricatura. También se logra mayor libertad de expresión y con esto una mejor crítica, como la que actualmente existe.

La caricatura política actual provoca la risa o la burla abierta, enjuicia la actitud del gobierno y hace tuyas las protestas, las desilusiones y el sarcasmo del pueblo. Aparentemente el propósito de un cartón es desahogar las tensiones cotidianas o provocar la risa, pero en el fondo ayuda a formar la conciencia crítica del ciudadano. Esto lo logra por medio de la opinión que el caricaturista imprime en sus trazos, situación que se le es permitida debido a que estamos hablando de un género periodístico de opinión.

⁵⁰ Ibidem. p. 148.

La importancia del cartón político la demuestra la capacidad que tiene para atrapar inmediatamente la atención del lector, con sólo mirarlo te lleva de la risa al entendimiento, la política se convierte de pronto en una imagen reveladora; se pone al descubierto al político corrupto, al candidato mal hablado, al poder mal utilizado. Este género es digno de ser analizado, en la presente tesis, no sólo por ser capaz de convertir en imagen a la política misma, sino también por ser un reflejo de la tematización que los medios impresos hacen en cada publicación.

Tras el repaso general de las investigaciones en torno al estudio de la tematización (que se hizo en este capítulo), podemos definir a ésta como el proceso de selección y valoración de ciertos temas de interés que se insertan en la opinión pública y que permite la comunicación entre los individuos; los cuales centran su atención sobre un número limitado de temas. También se puede concluir, que la tematización debe enmarcarse en lo que se denomina efectos cognitivos de la comunicación de masas, debido a la acción mediadora que realiza entre individuos y sistemas parciales en los que actúa la opinión pública.

Como Alsina explica, la función de tematización es relevante porque muestra la especial incidencia de los *mass media* en el ámbito de la política, siendo éste el rol más importante que juegan en la sociedad. Ya que no se limitan a hacerla comprensible y transmitirla, sino que contribuyen a definirla (Grossi). Como bien se ha explicado en los párrafos anteriores, el cartón dedica cada uno de sus trazos precisamente a la política y los caricaturistas, al pertenecer a una publicación (en este caso al periódico *La Jornada*), se dedican a centrar la atención en ciertos temas, selección que esta directamente relacionada con la línea del medio.

De hecho, la influencia de los medios de comunicación se centra en la distribución de conocimientos sobre el entorno político e inclusive tiene influencia en la decisión de voto durante campañas electorales, razón por lo cual se considera importante la realización de un análisis temático del cartón político de *La Jornada* durante la campaña electoral del 2000. Una vez aclarado lo anterior, es menester proporcionar en el siguiente apartado una breve biografía de cada uno de los caricaturistas que laboran en el periódico, para poder conocer su trayectoria profesional, su línea política, sus técnicas y así entender más claramente su trabajo.

CAPÍTULO 2

Los caricaturistas dibujando

“Los caricaturistas han sacado ronchas a todos los hombres del poder y han sido un aguijón vivificante de las conciencias ciudadanas (...) Es lo primero que ven los lectores de un periódico y lo último que olvidan. De allí su eficacia y su responsabilidad”

Enrique Krauze

En este capítulo se elabora una concisa biografía de los caricaturistas que laboran en el periódico *La Jornada*; los cuales a través de sus caricaturas se han dado a la tarea de cuestionar y criticar a los principales actores políticos del país. Ahumada, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha se incorporaron al periódico, casi desde la fundación de éste. Pero es hasta las elecciones federales de 1988, cuando ellos mismos se autonomban como el grupo de “caricaturistas revolucionarios”.

Desde su primer número este periódico publicó caricaturas y fue el 10 de abril de 1988 cuando apareció el primer número del suplemento semanal de los caricaturistas: “Histerietas”, coordinado por Bulmaro Castellanos “Magú”. Al final de este capítulo se habla, a grandes rasgos, de lo que *La Jornada* ha representado para México: una publicación que ha albergado a gran cantidad de periodistas y colaboradores, entre ellos los caricaturistas de quienes se habla en el presente trabajo.

La Jornada tiene, en este momento de su agitada existencia, un grupo de notables moneros que saben tomar el pulso de los acontecimientos y hace el cotidiano comentario crítico capaz de provocar adhesiones, diferencias y serias discrepancias.⁵¹

⁵¹ Gutiérrez Vega, Hugo, *Los moneros de La Jornada*, La Jornada Ediciones, México 1999, p.5.

se hizo con dinero de la gente, es un periódico donde tienen total libertad y lo que dibujen se publica sin ningún tipo de censura.

Si bien es cierto que en otros tiempos el control que se ejercía por parte de los medios hacía sus trabajadores era mayor, la libertad ahora ya es mucho mayor a comparación de aquellos tiempos; pues si la prensa no tiene libertad de expresión y el público lo distingue, esa prensa no vende y entonces el periódico de alguna forma se ve obligado a permitir mayor libertad para conservar a sus lectores.

FOX



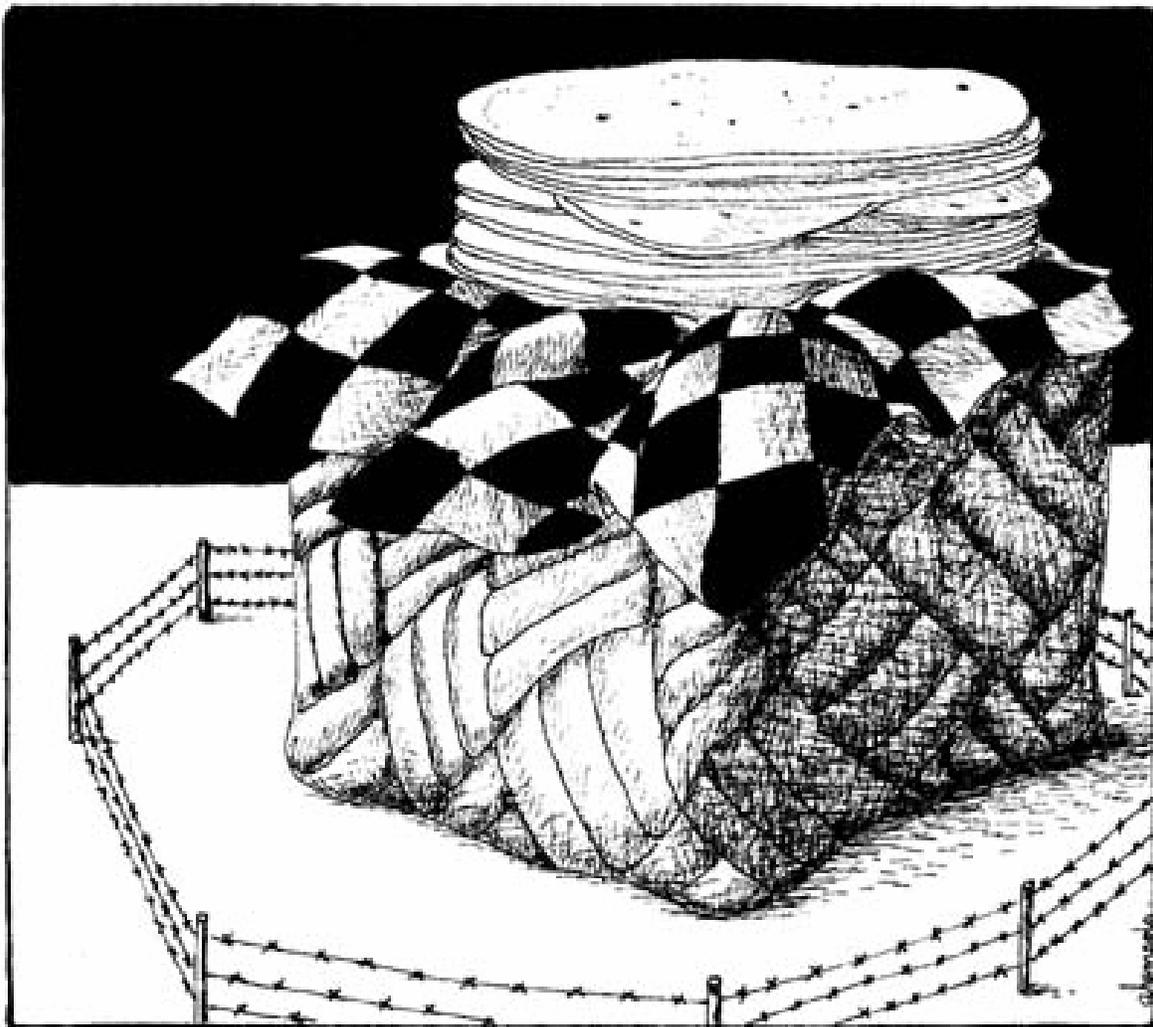
25/05/00 página 8

AHUMADA

Para la realización de sus trazos, en principio de cuentas, escucha las noticias del tema en boga e intenta que a través de las siluetas que plasma en el papel se logre transmitir su opinión y posición respecto al tema con una crítica implícita, que debe de contener toda caricatura política para que pueda ser llamada de esa manera.

Los dibujos que realiza Ahumada contienen muchas metáforas, quizá se deba a su naturaleza poética y su interés por mitos populares, contraculturales e imágenes pertenecientes al realismo de intensidades.

El tono general de este maestro se aproxima a lo onírico y en él predominan los elementos surrealistas. Los claroscuros enmarcan su lenguaje y reinan en la composición la nocturnidad, el sortilegio de la luna y sus emblemas ominosos. En Ahumada son más importantes las ideas y las atmósferas que los retratos y los personajes, pues el artista trabaja fundamentalmente con símbolos y arquetipos. (...) Todo esto forma parte del mundo simbólico y terriblemente real de Ahumada.⁵³



AHUMADA

⁵³ Gutiérrez Vega, Hugo. Op. cit. p. 8-9.

2.2 Fisgón

El primero de enero de 1956 nace Rafael Barajas. En su juventud le interesa la arquitectura, por lo que decide estudiar dicha profesión en la Universidad Nacional Autónoma de México, graduándose en 1978. Sin embargo, debido a que un día descubre que le agradaba más el dibujo opta por dedicarse a ello de lleno. De hecho, su trabajo como cartonista político le dio el Premio Nacional para periodismo Joven Manuel Buendía.

Aunque se dedica a realizar cartones políticos en *La Jornada*, también hace historietas para niños. Así mismo tiene publicados varios libros, entre ellos: *Sombra escogida*, *Lo creo y no lo veo*, *Atrás de la Raya* y *¡Me lleva el TLC!* De formación política troskista, su línea ideológica es la defensa de aquello de interés para la población y, por lo tanto, progresista.

POR LA AUTOPISTA NEOLIBERAL



28/01/00 página 5

FISGÓN

A él le importa lograr en sus trazos una estética que sea agradable a la vista del lector; en donde se cumpla con eficacia la transmisión de su opinión y, por lo tanto, sea un medio efectivo para ser portavoz y vocero de lo que opina el ciudadano; así como dar voz a quienes no la tienen.

¡ ESOS FOXISTAS DE IZQUIERDA!



15/06/00 página 5

FISGÓN

Sus comentarios gráfico los elabora de una manera coloquial y didáctica, es decir, los expone de manera sencilla y clara para que de esta manera, aunque los temas políticos no sean tan comprensibles para todos, a través de sus caricaturas se entiendan y el lector pueda formarse una opinión propia.

LOS DEMÁS ES LO DE MENOS



28/03/00 página 5

FISGÓN

El Fisgón está interesado en todo lo humano, es el mirón que indaga, analiza y transfigura. Se centra en los intereses populares, ofrece un perfil en donde la burla es necesaria, la ironía dolorosa, la indagación lúdica y logra llevar a su lector de la risa más espontánea a la reflexión más reveladora.

En sus trazos reinventa el suceso y su bravura con aire popular cautiva y sorprende, ya que su estilo abre nuevos matices que enriquecen su trabajo y dan muestra de su creatividad. Algo notorio en su trabajo es la crítica que hace en torno a la clase trabajadora y a los funcionarios públicos.

2.3 Helguera

Es considerado como el más joven de los moneros, ya que nació el 8 de noviembre de 1965 en México DF, recibiendo el nombre de Antonio Helguera Martínez. Su interés por las cuestiones gráficas se percibe desde su ingreso a la carrera de Diseño y Comunicación, así como a la de grabador en La Esmeralda del INBA.

En el periódico *El Día* es en donde se le da la oportunidad de publicar por primera vez en 1983, en la sección de Internacionales, y dos años después se incorpora a *La Jornada*, ocupando el lugar que dejara Helio Flores.

ALARMA



29/04/00 página 3

HELGUERA

Si bien es cierto que se identifica con la 'izquierda' en realidad lejos de desear ser partidario de una posición le interesa ser honesto con lo que hace, ya que considera importante que un cartonista trabaje por principios. Con esto, lo que intenta es ser capaz de juzgar la conducta de los gobernantes y no tanto la ideología de izquierda o derecha.

Busca encontrar cosas novedosas en el campo gráfico, pero sin dejar a un lado la estética del dibujo, para que de esta forma el trazo esté bien hecho y, por ende, sea atractivo y entendible. Con el fin de que la idea sea clara busca explorar nuevas técnicas para llevar al público. Y ante todo, lo crucial en la caricatura es que se perciba claramente la crítica.

A causa de la exactitud de su visión crítica y su trazo bien definido y acabado, sus trazos siempre logran la carcajada (hasta involuntaria), así como entusiasmo y admiración por parte del lector. Es de los cartoonistas que utiliza las herramientas que estén a su alcance, tal es el caso del archivo fotográfico que le permite hacer fотomontajes y demostrar su madurez artística.



En la mayor parte de su trabajo, la categoría estética de lo grotesco, alcanza un nivel notable e inaugura una nueva forma de ejercer la función crítica: los sicarios, porros, alicuijes, guaruras y demás fauna siniestra, han desquiciado la ciudad que sus amos gobernaron durante setenta años; el pintoresco líder de la CTM, hace gala de ineptitud y de zafiedad; Saramago recibe dos preseas: el Nobel y la condena del Vaticano-Trento; Fox se hace un nudo de lenguas y botas; la ametralladora se interpone entre todos los diálogos; la

UNAM se debate entre el *Mosh* y el *Burgosh*; algunos políticos se despiertan, como el Gregorio Samsa kafkiano, convertidos en otros... Hay en Helguera una voluntad de estilo que día a día va encontrando nuevas formas para el dibujo y nuevos desafíos para la palabra escrita.⁵⁵

UNA CAMPAÑA EXITOSA



15/03/00 página 10

HELGUERA

FOX BROTHERS INC



26/06/00 página 5

HELGUERA

⁵⁵ Gutiérrez Vega, Susana. Op. cit. p. 8.

GALARDONES DEMOCRÁTICOS



30/06/00 página 6

HELGUERA

2.4 Magú

Bulmaro Castellanos nace en San Miguel El Alto, Jalisco, en el año de 1945. Se inicia como caricaturista en *El Universal*. Ya para 1968 ingresa a la revista *Sucesos para todos* y la deja en 1973; colabora en *Revista de Revistas* del periódico *Excélsior* de 1972 hasta julio de 1976, mismo año en que ingresa a *Proceso*. Un año después, entra a laborar a *Unomásuno*, para hacer cartón editorial. Colabora también en *Oposición*, *Críticas* y *La Garrapata*, en su tercera época.⁵⁶

No entra a trabajar desde el primer día en *La Jornada*, pues aún trabajaba como secretario general del sindicato de *Unomásuno*, y su periodo todavía no terminaba, fue hasta que éste terminó cuando ingresó.

Al ser cuestionado de qué generación de caricaturistas viene, comenta: “Yo vengo después de Helio y Naranjo, la diferencia de edad es solamente cinco o seis años, pero no estoy con ellos, pareciera que estoy solo. Durante mi estancia en el *Unomásuno* tuve la oportunidad de vincularme con ellos, sin saber quienes eran. Hasta que apareció *La Jornada*, entonces estaba Palomo y Helio Flores. Era un equipo muy atractivo, realmente no sé si ubicarme solo. He podido vincularme con otros caricaturistas jóvenes, como los de *La Jornada* y un poco más grandes, como Helio Flores.”⁵⁷

⁵⁶ García, Elvira, *La caricatura política*, México, Ed. UAM-Iztapalapa, 1983, p.37.

⁵⁷ Olmos Medrano, Susana, *Los gritos de los moneros de la Selva Lacandona. Análisis temático de La Jornada durante de la sublevación en Chiapas*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS UNAM, México 1996, p. 181.

RECEPCIÓN SILENCIOSA



03/03/00 página 3

MAGÚ

Bulmaro Castellanos, el premio Nacional de Periodismo 1982, pertenece a dos corrientes: la de humorista y la de críticos consolidados (busca cambiar la concepción estética tradicional de la caricatura). Su técnica es el trazo libre, al considerar a la crítica y la carga satírica como lo más importante en el dibujo, se repudia a la estética y se desmitifica al dibujo formal; el humor que utiliza es pesimista y corrosivo.

Magú, tras de su trayectoria como caricaturista perfecciona su estilo y logra que sus personajes públicos sean monstruos, pero con un parecido extraordinario. Como menciona José Agustín, Bulmaro se vuelve un experto en “metacarnonales” y ventila sus tribulaciones profesionales, o retaca de anuncios, mensajes, recados o slogans el espacio del cartón.

“Basta un pequeño rasgo del rostro del monito para identificar al personaje reflejado en el espejo convexo de una caricatura emparentada con el esperpento valle inclanESCO. Los efectos expresionistas y el ahorro de líneas dan al trabajo de Magú una personalidad inimitable que se enriquece con la sinceridad de su talante moral y de su pensamiento libérrimo y alejado de las estrecheces de la ideología. En su juego predominan la sensatez que proviene de una forma de análisis ajena a los estereotipos y una exigencia de cordura y de seriedad.”⁵⁸

⁵⁸ Gutiérrez Vega, Hugo, Op. cit. p. 7.

MAESTROS SIN SOLUCIONES



Al hablar de su estilo afirma que sus monos son tan horribles porque se parecen a los políticos y que su trabajo es grotesco debido a que en la caricatura se vale de todo. Comenta que cuando se dio cuenta que no podía ser de esos dibujantes que hacen dibujos bonitos, decidió crear su estilo propio he incluso hacer cada vez más feos sus dibujos, pero a la vez muy semejantes a la realidad.⁵⁹

Para Magú “la caricatura política debe cumplir una función social orientadora, igual que un editorial. Sólo que la gente entiende más fácilmente una caricatura: la idea queda sintetizada y se logra un mayor impacto”.⁶⁰ Por otro lado, a pesar de que la tendencia existente es dar mayor importancia al dibujo en una caricatura, él considera que tanto el dibujo como el texto son importantes, ya que una es complemento de la otra.

Sobre las libertades que les otorga a los caricaturistas el periódico *La Jornada*, Magú acepta que debido a la línea de la publicación al criticar a la izquierda se provocan rupturas personales y mucha gente se molesta, pero afirma que nunca se le ha impedido publicar sus trabajos. La libertad de no enviar un cartón necesariamente político al periódico lo explica al decir que como caricaturista se debe de tener la capacidad de hacer humor incluso consigo mismo.

⁵⁹ Datos tomados de la entrevista que esta tesis realizó el 5 de Octubre de 2007.

⁶⁰ Ríos, Eduardo, *Un siglo de caricatura en México*, Ed. Grijalbo, México 1984, p.162.



En una conferencia que se realizó en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales el día 5 de Octubre de 2007 (sobre los “moneros” de *La Jornada*), al tomar la palabra Magú mencionó que siempre ha tratado de hacer cartones para la posteridad, de modo de que nunca se ha casado con ningún personaje: “yo he procurado búrlame de todo lo que yo creo que hay que burlarse y más que burlarse señalar los errores de quienes hacen las cosas mal y hacer un chiste; ese sería el trabajo de la caricatura o del caricaturista.”

Al dirigirse a los estudiantes el caricaturista dijo: “quizá querrían saber sobre la caricatura y su necesidad social, para qué sirve, cuál es la utilidad, si se toman una o dos diarias, cuáles son sus efectos políticos, si cambian las cosas, si ayudan a que el país mejore. En todo caso, si es cierto que la caricatura política sí sirve al menos para el caricaturista, porque en el caso de los moneros el efecto social del cartón a nosotros nos beneficia inmediatamente. Porque nosotros si nos enojamos hoy porque algo haya hecho mal o dijo alguno de los políticos, nosotros nos desquitamos mañana mismo. O sea, hoy en la noche le hacemos un cartón y le hacemos un chistorete al presidente, al político, al empresario que haya hecho mal las cosas, que nos haya enojado.”

Al retomar el tema de la censura, Magú menciona que en este país nunca ha habido una censura oficial, pero sí había por parte de los medios un control. Asegura que “los moneros, al menos nosotros, desde hace muchos años hemos venido peleando en los espacios donde estamos porque haya libertad completa. ¿Por qué nos hemos ido saliendo de los medios? No porque nos hayan ‘echado’, hemos sido más o menos buenos como para que no nos echen y más bien nosotros hemos ‘echado’, hemos dejado a los que no quieren respetar la libertad de expresión y nos hemos salido para configurar medios que tengan cada vez más libertad. Por eso nosotros en *La Jornada* tenemos la mayor libertad del mundo.”



02/06/00 página 3

MAGÚ

Según menciona Magú, la caricatura siendo un ejercicio de opiniones que se relacionan con elementos gráficos es muy susceptible de verse por amplios sectores de la sociedad (además de ser un instrumento político). El trabajo que hacen los caricaturistas tiene una gran cantidad de posibilidades de utilidad pública, social y personal y lo que deben hacer los cartonistas, así como los periodistas, analistas y todos aquellos que expresan su opinión es “no dejar tranquilos a los políticos en el poder para que no se malacostumbren y no abusen del poder, la crítica es importante, pues siempre en la crítica hay algo de verdad”.

2.5 Rocha

El 14 de noviembre de 1964 nace en México DF., Gonzalo Rocha González. Desde muy niño se dio cuenta que el dibujo le apasionaba y cuando cursaba el nivel medio superior ya tenía claro su interés por las artes gráficas, pues desde la preparatoria cursó estudios de diseño gráfico en San Miguel de Allende, en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, además de ingresar en innumerables cursos en talleres independientes.⁶¹



23/05/00 página 6

ROCHA

Rocha comenta con respecto a su vida académica que: “En mis estudios, a la mitad de la Prepa me salí, ya estaba trabajando en ese tiempo. Posteriormente, retomé mis estudios, pero en la Preparatoria abierta, nunca estuve en la Universidad normal. Trabajé con pintores (otra cosa más allá de lo que aprendes de tu oficio) y estuve en muchos cursos en talleres independientes, incluso en el extranjero. No tuve la paciencia de permanecer en la Universidad, aunque nunca he sentido que he dejado de ser estudiante. Ahora, por ejemplo, estoy empezando la Universidad abierta en cuestiones de Historia, ¡quiero seguir estudiando, quiero ser fósil!”

Publica por primera vez en *La Garrapata*, a la edad de 16 años se va al periódico *El Día* en la sección Internacional, en donde permanece año y medio; mismo tiempo que dura en el suplemento *Más o Menos* de el *Unomásuno* (en donde conoce a los que

⁶¹ Datos tomados de la entrevista que esta tesista realizó el 15 de Mayo de 2007

posteriormente serían sus compañeros). Al mes de fundada *La Jornada* inicia como prueba durante un mes, pero al término del plazo se queda a trabajar permanentemente. Desde su ingreso a la fecha lleva laborando en el periódico 22 años. Asimismo, lleva alrededor de 7 años trabajando en la revista *Proceso*.

Para Rocha la estética de sus cartones es importante y en el camino hace uso de lo necesario para sentirse satisfecho con su trabajo (como lo pueden ser metáforas y textos); pero lo principal que para él debe de contener su caricatura es que logre “esa risa espontánea e inmediata que se logra con sólo mirar la imagen”; es decir que “primero te rías y a la mejor ya después entiendes de qué te reíste, porque ese es el chiste, que la risa llegue primero”.

LA GLORIA DE LA IMPUNIDAD



14/01/00 página 7

ROCHA

Así mismo menciona que: “es muy rico encontrar que las cosas coinciden, no nada más porque te reíste, sino porque coincidieron muchas cosas para que te rieras; pero tu risa es más rápida que tú. Ahí es donde está la gracia de la síntesis. Entonces tiene que ser sintético, tiene que ser <<puntilloso>>.”

Rocha realiza trazos sueltos, graciosos y desparpajados, sus observaciones y críticas de la sociedad son precisas, concisas y macizas; ya que se alimenta de su espíritu juvenil, popular y grueso.

De las campañas en las elecciones presidenciales del 2000, Rocha comenta: “Pues fue un momento importante muy lleno de falta de expectativas. Creo que nunca habían sido así de agresivas las campañas, para empezar el PRI antes ganaba y ni se preocupaba por anunciarse, se empiezan a usar cuando hay competencia política. Para mi deberían de desaparecer los spots. Y hablando de candidaturas para Presidente menos, aparte de que es

un gastadero de lana de nuestros impuestos. Es absurdo. Y es un nivel chafísima, nunca oyes una propuesta.”

Menciona, también que “a lo mejor el hecho no es que te prometan, sino que sepan por dónde hay que entrarle a este país. Pero ya ni eso, si todo lo puedes ganar a base de publicidad, pues van a ganar los publicistas no los candidatos. Todo esto creo que está en el triunfo de Fox. Más allá de que, pues que bueno que sacó al PRI, pero para que entrara qué PAN.”

HORARIOS DE LOS CANDIDATOS



29/03/00 página 8

ROCHA

Asegura que lo que recuerda de la campaña del 2000 es que “la política en la Televisión empieza a volverse muy sucia, muy lodosa y muy baja”; Vicente Fox llama al candidato del PRI “la vestida” y Rocha recalca que “a lo mejor nada más es un juego de palabras; bueno son juegos que si los hace el ‘Palillo’ en una carpa pues están bien, pero que los empiecen hacer los candidatos es una desgracia.”

Ni Juan Orol hubiera dirigido así la película sobre las corrupciones y los errores interminables. En el cartel de Rocha, los Salinas, la Paca, los *abogangsters*, las entretenidas peninsulares y los procuradores tumberos, giran en el guión torpe y siniestro. Ese cartel nos pone a pensar en nuestra ‘corte de los milagros’ habitada por taumaturgos de pacotilla, pitonisas delirantes y corruptos y más corruptos brincando y robando en la película (o más bien dicho, el serial de nuestro descontento. Las caricaturas de Rocha tienen una gran frescura, un nuevo aliento que expresa las críticas y retrata a los personajes del absurdo melodrama nacional.⁶²

⁶² Gutiérrez Vega, Hugo. Op. cit. p. 9.

FOX EL INCLUYENTE



27/04/00 página 8

ROCHA

En la intervención de Rocha en esa conferencia (que se dio en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales el 5 de octubre), el caricaturista dio un rápido recuento de esos años en que el PRI gobernó el país y menciona que “la historia es necesaria para aclarar que fue el hartazgo lo que propició que los mexicanos en el año 2000 sacaran al PRI de Los Pinos”, asegura que con la llegada de Vicente Fox se cambia la manera de llegar al poder: antes (en tiempos priístas) los presidentes venían de las secretarías de estado y “éste llega de vender refrescos” (entre lo más notable del currículo del panista está el haber sido gerente de Coca Cola).

Así pues, Rocha recalca que los mexicanos estaban tan hartos del PRI que “ya valía gorro el que fuera, más valía <<malo por conocer, que bueno por conocido>>. Y a partir de ahí, es raro saber lo que ha pasado, hay mucha mercadotecnia en la política, ahora hay mucha publicidad en la política. México sobre la etiqueta del PRI voto por el <<cambio>> que representaba ese sujeto vendedor de Coca Cola.”

MAESTROS Y CANDIDATOS

¿Como resolverán el conflicto magisterial los candidatos..?



30/05/00 página 6

ROCHA

2.6 La casa del cartonista: *La Jornada*

Para tener el registro de los hechos más sobresalientes de México y el mundo en los últimos 18 años, y también para comprender el papel de los medios de comunicación en el tránsito democrático del país, *La Jornada* es un referente indispensable. Lo es, además de otras razones, porque ese proyecto surgió a contracorriente de los viejos mecanismos de sujeción y control que dieron forma al sistema político de presidencialismo omnímodo y la tutela de un solo partido y, en consecuencia, porque *La Jornada* es al mismo tiempo que registro de hechos, también protagonista de los cambios del país de entonces a la fecha.⁶³

Es así como un grupo encabezado principalmente por personas ligadas a la academia, el arte y la cultura se unen para proponer un proyecto distinto: una publicación que ofreciera una lectura distinta del boletín oficial, lectura hasta entonces condicionada por la complicidad entre gobierno y medios. Más de 150 accionistas constituyen el capital necesario para iniciar operaciones, para lograr así que el 19 de septiembre de 1984 comience a circular el periódico *La Jornada*. El director general fue Carlos Payán Verver y los subdirectores Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín, Carmen Lira y Humberto Musacchio.

Debido al clima enrarecido en el cual surgió la publicación, crisis económica y rigidez del sistema político, le fue difícil lograr su circulación con puntualidad; sin embargo como nace en los albores de una sociedad no monolítica, sino plural, participativa y demandante (inclusive su surgimiento es una expresión de aquel proceso gestado por la educación masificada y urbanización), pronto encontró su nicho de mercado. El periódico fue testigo y promotor de la llamada después “sociedad civil”, un reflejo de varios sectores de la población que ya no estaban dispuestos a acatar los dictados del gobierno.

Y pese a sus inicios accidentados, desde su primer número se imprimieron 20 mil ejemplares, luego de los sismos de 1985 circularon 30 mil y a partir del movimiento del CEU en la UNAM 40 mil ejemplares fueron los distribuidos. Durante la campaña electoral de 1988 fueron 100 mil, con la Guerra del Golfo más de 120 mil. Más tarde, con la irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) 200 mil y cuando la muerte de Luis Donaldo Colosio (24/Marzo/1994), 250 mil ejemplares.

Con esos números se puede tener un idea aproximada del crecimiento del diario. Sin embargo, algo pasó después, pues desde 1995 tuvo un considerable descenso de lectores, imprimiéndose en dicho año únicamente 99 mil 8 ejemplares; en 1996 70 mil 385 y así sucesivamente hasta imprimir 54 mil 962 en 2002. Es decir, que en el 2003 se imprimió menos de la mitad de los que se hizo circular en 1987. A pesar de dicha baja, es menester aclarar que el periódico se ha mantenido entre los de mayor tiraje nacional, siendo testigo de infinidad de acontecimientos determinantes para el país, siendo su cobertura la que hacía la diferencia frente a las demás publicaciones.⁶⁴

⁶³ http://www.lainsignia.org/2003/mayo/soc_032.htm

⁶⁴ http://www.lainsignia.org/2003/mayo/soc_032.htm

Como ya se mencionó, *La Jornada* surgió en el momento en que algunos sectores de la sociedad mostraban su hartazgo por la aguda crisis que atravesaba el país, las altas tasas de desempleo, la devaluación, inclusive la obsolescencia del gobierno ante el sismo del 85 fue la gota que derramó el vaso. Frente a tal panorama, este diario fue el único que lejos de minimizar la situación, como lo hacía el gobierno en turno y demás medios oficialistas, denunció las condiciones habitacionales de amplios sectores de la población capitalina y demandas del ánimo social (expresadas entonces por los movimientos de las costureras y la Asamblea de Barrios).

Posteriormente surgió la revuelta estudiantil resultante del agravio burocrático del 11 y 12 de septiembre de 1986, cuando el Consejo Universitario de la UNAM aprobó un paquete de reformas. Cuatro meses después, se dio el diálogo entre autoridades universitarias y representantes del Consejo Estudiantil Universitario (CEU); del cual no surgió ningún acuerdo y dio como resultado una huelga que inició el 29 de enero y concluyó el 12 de febrero de 1987. Casi la totalidad de los medios menospreciaron los alcances del CEU, no registraron las posturas del movimiento y llamaron a los integrantes lesbianas, homosexuales, drogadictos, malos estudiantes, etc. *La Jornada*, otra vez, fue de los pocos medios que reportó con verosimilitud los acontecimientos y la discusión universitaria.

Así fue como la credibilidad y tiraje del diario crecía tanto como se cristalizaba la pluralidad mexicana. Y precisamente un momento decisivo para el país y el crecimiento de *La Jornada*, fue la Corriente Democrática del PRI, generada para cuestionar el llamado *dedazo* y que quiso simularse con una “pasarela” para escoger al candidato presidencial, Carlos Salinas de Gortari.

Después vino el Frente Democrático Nacional, donde varios partidos y movimientos sociales concurren para impulsar a Cuauhtémoc Cárdenas a la candidatura presidencial; al mismo tiempo que crecía la presencia de candidato del PAN. Ante este escenario, se dieron las elecciones más cuestionadas y competidas que hasta entonces se habían dado. La cobertura de dicho proceso electoral por parte de los medios privilegió la candidatura del PRI y, de nueva cuenta, *La Jornada* (además de *Proceso*) se caracterizó por dar un registro versátil y (medianamente) plural de los hechos.

Si bien es cierto que la publicación tuvo una posición favorable al “cardenismo”, tuvo la ventaja de que amplias capas ciudadanas compartían ese punto de vista. Sin embargo, al paso del tiempo su particular simpatía hacía Cárdenas se consolidó con el PRD. Pero, en aquella circunstancia el descontento contra el régimen y la cantidad de lectores que esto significó, pudo más que la revisión crítica del compromiso con la pluralidad que el diario había dicho tener. Y a pesar de su persistente y cada vez más franca filia política partidista, aquel 1988 fue favorable a *La Jornada*, porque aún expresaba la resistencia a la moral inquisitorial y al verticalismo del viejo cuño.

Defendió la libertad de expresión del artista Rolando de la Rosa, mostró una postura favorable a la libre manifestación de las preferencias sexuales, se manifestó de acuerdo con la despenalización del aborto y se refirió abiertamente al Sida y uso del condón; además de tener una clara postura ante las desventajas múltiples de lo que significa ser mujer en

México, insistió en la transición democrática y dio cobertura a los diversos movimientos sociales que surgían.

Desde el 2 de enero de 1994, según Carlos Payán, el periódico vivió su momento cúlspide. Los medios en general obtuvieron altos índices de audiencia, incluso *La Jornada* aumentó en número de lectores. Para entender la razón de este incremento basta señalar los sucesos ocurridos en ese lapso: la irrupción del EZLN, el asesinato de Luis Donaldo Colosio, las elecciones presidenciales y la ruptura entre el presidente Ernesto Zedillo y su antecesor.

En tierras chiapanecas la estructura de poder seguía siendo oligárquica. La vida y destinos de los campesinos indígenas estaban en manos de caciques, terratenientes, políticos y comerciantes; incluso en manos de mandos militares. En 1992 y 1993, varias organizaciones campesinas e indígenas del estado emprendieron una marcha hasta la ciudad de México para denunciar los asesinatos políticos, el abandono social y la opresión reinante en la región. Pero esta manifestación llamada Xi'Nich (La Hormiga), no obtuvo respuesta de las autoridades y la mayoría de los medios los ignoró. Pero, de nueva cuenta *La Jornada* hizo la diferencia, al realizar una cobertura periodística desde un principio.

Mientras el México oficial vivía la inminencia de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) y la opinión pública se conmocionaba por el asesinato del cardenal Juan Jesús Posadas (a manos de posibles narcotraficantes); la noticia de los combates en la sierra de Corralchén entre soldados y guerrilleros fue destacada en la primera plana del diario y se dio seguimiento a esos hechos durante 20 días consecutivos. En las primeras horas de 1994, un grupo insurgente había tomado el poblado de San Cristóbal de las Casas. La noticia de que en un remoto rincón de México unos indígenas se habían levantado en armas en contra el gobierno le dio vuelta al mundo y causó desconcierto en los medios.

Durante los 10 años de vida que tenía entonces el periódico, había condenado toda forma de violencia política y había abogado por un cambio pacífico en el país. De tal forma, que ante el conflicto chiapaneco la publicación expresó su rechazo a los métodos violentos, se manifestó a favor de la paz y se dispuso a emprender la más vasta cobertura informativa de su historia. Además de informar puntual y exhaustivamente sobre la guerra, exhortó a la reflexión, el análisis y al debate. Así fue como por razones propias o porque escuchó el clamor de paz que se generó, el 14 de enero Salinas dio un viraje y decretó un cese unilateral del fuego, nombró un comisionado de paz, envió al Congreso una ley de amnistía y cambió radicalmente el tono empleado durante esos 14 días para referirse a los insurrectos en términos más moderados.

Al cabo de un tiempo, el EZLN encontró la forma de hacer llegar sus documentos a cuatro medios de prensa: la revista *Proceso*, el periódico *El Financiero*, el diario local de San Cristóbal *Tiempo*, y *La Jornada*. Éste último optó por publicar completo el comunicado de Marcos, como hasta la fecha lo ha hecho. El levantamiento zapatista, para el conjunto de la sociedad mexicana, fue un momento de angustia, de reflexión, de esperanza y de incertidumbre; debido a ello los ciudadanos buscaban a medios que les proporcionarían información al respecto, de ahí que *La Jornada* tuvo un repunte considerable en su circulación.

La peor tragedia nacional del año 1994 fue el asesinato del candidato presidencial, Luis Donaldo Colosio, el 23 de marzo en Tijuana. La sociedad se cimbró ante el suceso y acudió a los medios para tratar de entender la pesadilla nacional, tan es así que se imprimieron 250 mil ejemplares del diario.

Finalmente, con la toma de posesión del presidente Ernesto Zedillo, culminó los últimos días de ese año, con el estallido de una severa crisis económica. Hacia 1996, la carestía y dramática caída salarial, el incremento del desempleo y la inflación provocados por la crisis incidieron negativamente en los periódicos reduciendo su circulación. Lamentablemente *La Jornada* no fue la excepción, pero ha mantenido su posición de liderazgo y ha seguido siendo punto de referencia fuera del país.

Para 1996 (el 5 de junio, para ser exactos), la publicación cambió de Director General, Carlos Payán salió para dejar en su lugar a Carmen Lira, quien desde ese momento a la actualidad lo sigue siendo. La importancia del diario para el país lo plasma Carmen (su actual directora) en el artículo titulado “*Periodismo y Poder*”, en donde menciona que *La Jornada* “es algo en donde una parte de México y del mundo se ha reconocido y se ha visto reflejada, un instrumento cultural de identidad libre pero colectiva, abierto a la novedad, curioso de la sociedad, convencido de la necesidad de una emancipación definitiva de mujeres, trabajadores, colonos, hombres del campo, etcétera.”⁶⁵

En el periódico *La Jornada*, a finales de 1999, se comenzó a publicar información con respecto a las elecciones presidenciales que se llevarían a cabo el siguiente año. El primero de noviembre el PRI elige como candidato a la presidencia al ex secretario de Gobernación, Francisco Labastida. El 13 del mismo mes el líder nacional del PAN, Luis Felipe Bravo Mena, hace oficial la candidatura de Vicente Fox Quesada. En los primeros días de enero de 2000, Labastida declara que en el PRI no habrá más espacio para corruptos. Y el 8 de enero el Tribunal Federal Electoral (TRIFE) enmienda la decisión del IFE e impide que la foto de Vicente Fox aparezca en las boletas electorales: *Sin foto de Fox, las boletas electorales. “¡Es una marranada!”*, exclama el candidato al conocer el fallo (titular en primera plana del periódico el día 8 de enero).

Durante mucho tiempo el tema imperante en las páginas de la publicación fue la huelga de la UNAM (que había iniciado el 20 de abril). El periódico dio amplia cobertura al movimiento estudiantil y aunque en el 2000 se daba arranque a las campañas de los candidatos a la presidencia, en su momento el tema de la huelga desplazó dichas campañas. Todo enero y parte de febrero se publicó en primeras planas lo que sucedía en la Máxima Casa de Estudios con titulares como: *Convocará el rector un congreso democrático* (1/01/00), *El rector ofrecerá al CGH amnistía y suspender el RGP* (5/01/00), *Rechaza el CGH las propuestas del rector De la Fuente* (06/01/00). El 6 de febrero a las 6:35 de la mañana elementos de la PFP irrumpen en las instalaciones de la UNAM para desalojar a los paristas y al día siguiente es publicado en primera plana: *¡Libérenlos!* (refiriéndose a los estudiantes presos). A partir de ese momento hasta la mitad del mes el tema continuó en primeras planas, aunque los candidatos ya contaban con mayor cobertura.

⁶⁵ http://www.lainsignia.org/2003/mayo/soc_032.htm

En febrero, después de la irrupción de la PFP en la UNAM, los candidatos tienen la oportunidad de hacerse presentes en la contienda y cada uno de ellos da su opinión al respecto: Labastida aseguró que fue una medida “extrema” a la que se llegó ante la imposibilidad de dialogar, Cárdenas enfatizó que las autoridades prolongaron el problema deliberadamente, Fox recalcó que la incapacidad política llevó a usar la fuerza, Muñoz Ledo advirtió que podría desatarse la inestabilidad social, Camacho Solís aseveró que la toma de las instalaciones fue una confesión del fracaso de una política y Rincón Gallardo mencionó que era necesario que se aplicara la ley con todo el rigor, pero sin “fabricar pruebas”.⁶⁶

A partir de este mes se empieza a notar que los candidatos fuertes son: Labastida, Fox y Cárdenas (el resto de los candidatos pasan casi inadvertidos y sin muchas menciones en la publicación) y también se hace evidente la rivalidad entre el candidato priísta y el panista. Titulares como los siguientes aparecen en las páginas del periódico: *Afirma Fox que el Ejecutivo busca que Labastida “le cuide la espalda” (01/02/00)*, *Visitó Cárdenas al cardenal Norberto Rivera en la Basílica (09/02/00)*, *Pretende el gobierno entorpecer las elecciones, dice Fox (11/02/00)*, *Presenta Fox a empresarios su oferta económica (11/02/00)*, *Descarta Labastida ser el aspirante de la continuidad (15/02/00)*, *Críticas mutuas a las campañas entre PRI, PAN y PRD (02/03/00)*, *Critica el candidato priísta “machismo vulgar y lenguaje procaz de la derecha” (05/03/00)*, *Fox reta a Labastida a levantar encuesta de preferencia electoral, Diputados del PRI y PRD critican el doble lenguaje del panista (08/03/00)*.

El 4 de marzo, Labastida, Fox y Cárdenas se entrevistan por separado con la gente de dinero en la Convención Nacional de Acapulco. Fox exculpó a los banqueros del Fobaproa, mientras que Cárdenas los criticó severamente, titulares como los siguientes se publican: *Cárdenas increpa a banqueros; Fox les brinda elogios, En nombre de México el panista les agradece su labor, Impugna el ex jefe de GDF la perversa relación banca-autoridades, Luna de miel acapulqueña en Fox y banqueros (05/03/00)*, *Son minorías los banqueros que rechazarán más de lo mismo: Cárdenas, Ofrece Cárdenas poner la banca al servicio del agro, Cárdenas busca una nueva relación entre banca y gobierno(06/03/00)*, *Descartan banqueros propuesta de Cárdenas, opina Yáñez Solloa (07/03/00)*, *Fox recula: en la crisis, la banca “se despacha con la cuchara grande”, Reconsidera Fox su visión sobre los banqueros (09/03/00)*, *Tengo el voto de los ricos y de los que piensan, afirma Vicente Fox (14/03/00)*. Para mediados del mes la mira vuelve sobre Labastida y Fox, pues el 15 de marzo Fox insulta a Labastida cambiando el signo de victoria, que había utilizado el panista como icono de campaña, por un violín.

En abril 25 se celebra el primer debate presidencial con los seis contendientes. Labastida se hace un autogol al gastar una de sus intervenciones con enumerar los insultos que Fox le había dicho a lo largo de la campaña. En la primera plana de La Jornada del día 26 de abril aparece el titular: *Feria de spots, más que debate. Se alternan recriminaciones con propuestas. La repetición de propuestas ganó espacio a los ataques personales*. En la

⁶⁶ José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, José Antonio Román, “El gobierno, responsable del conflicto de la UNAM, coinciden 4 candidatos presidenciables”, *La Jornada*, 7 de febrero de 2000, p. 8.

misma portada de ese día se aclara que casi de manera atropellada fluyeron en el debate los programas de campaña y que pese a la rigidez del formato, sí hubo intercambio de ataques; además de aclarar que el debate se tornó en un ríspido intercambio de acusaciones y descalificaciones, principalmente entre Vicente Fox, Cuauhtémoc Cárdenas, Francisco Labastida y Manuel Camacho Solís.⁶⁷ El 30 de abril, por primera vez en la campaña, aparecen juntos Labastida y Roberto Madrazo, en lo que significa un cese de hostilidades entre ambos priístas, debido a que se empieza a ver la posibilidad de que el PRI pierda en la contienda y el partido decide unir fuerzas.

El 8 de mayo sale a la luz un fraude hecho por Juan Pablo Fox, hermano del candidato panista, en contra de un banco estadounidense, situación que motivó noticias al respecto: *PGR ya indaga a dos hermanos de Fox, Se les señala como presuntos responsables de defraudación fiscal, Averiguación previa contra Juan Pablo y Cristóbal (12/06/00)*. El 10 de mayo Francisco Labastida aparece dentro del programa televisivo Hoy de Televisa, donde baila la coreografía *Felicidades*; en primera plana del día 11 se publica: *Y mueve la cinturita... olvídate del estrés*, haciendo alusión a que el candidato presidencial del PRI ofreció poca resistencia a la petición de los conductores de Televisa que le instalaron a bailar de acuerdo con la tradición de los invitados de los programas matutinos. El 23 de mayo, conocido como el martes negro de Vicente Fox, tras varios días de negociaciones para sacar adelante el segundo debate, en el último día de negociaciones Fox se muestra intolerante y desesperado para que el encuentro se realice ese mismo día. En primera plana de La Jornada se publica: *Cárdenas y Labastida, por el debate; Fox no sabe (24/05/00)*.

Finalmente el segundo debate se realiza el 26 de mayo, ahora sólo entre Labastida, Cárdenas y Fox. Al otro día en la Jornada aparece en primera plana (y abarcando toda la portada): *Cárdenas repunta. Fox se recupera. Labastida bajo fuego*. Fox entrega las claves del PAN para acceder a las listas del Fobaproa, asegura que no venderá PEMEX y se compromete a respetar el Estado laico, además llama a acabar con 70 años de corrupción engendrada por el tricolor. Labastida ofrece un “cambio hacia delante, no un salto al vacío” y expresa su malestar por la mención de sus nexos con el ex presidente. Camacho, Rincón y Muñoz Ledo se presentan por Televisión antes del debate de sus adversarios y critican su “exclusión”.

El 11 de junio más de 25 mil personas marchan en la Ciudad de México en apoyo de Vicente Fox, tras una serie de acusaciones de irregularidades en su campaña. Del 24 al 25 se dan los cierres de campaña de los candidatos en el Zócalo de la ciudad: Labastida mete a 100 mil personas, Fox a cerca de 150 mil, mientras que Cárdenas inunda el Centro Histórico con 200 simpatizantes. Con respecto a esto, en La Jornada se publica: *Cierra campaña el candidato de PAN-PVEM, Compartir el gobierno ofrece Fox a Cárdenas, Esperanza desbordada. Más de 200 mil personas acudieron al Zócalo en el cierre de campaña de la Alianza por México*.

Es importante aclarar que Vicente Fox tuvo varios momentos difíciles en su relación con los medios, entre otras razones, como consecuencia de sus propios errores y de una comunicación imprecisa. Ahí están los memorables 15 minutos que dijo necesitar para

⁶⁷ José Gil Olmos, “Feria de spots, más que debate”, *La Jornada*, 26 de abril de 2000, p. 1.

resolver la tensión en Chiapas. También aquel 23 de mayo, cuando en plena efervescencia electoral se sentaron en la mesa los tres principales candidatos para ver la posibilidad de un segundo debate, al que Fox ponía como condición que se celebrara “hoy”. En esa etapa, a los errores del panista se agregó la difamatoria afirmación de Excélsior que el 7 de junio publicó en sus ocho columnas un libelo donde aseguró que la campaña del político opositor estaba siendo financiada ilegalmente.

Excélsior, junto con Unomásuno y La Jornada –cada uno con sus propias razones-, estuvieron entre los más severos críticos del candidato. Para los “Amigos de Fox”, entre esos medios había que considerar también Televisa y Multivisión, por eso el 25 de mayo convocaron al público a boicotear aquellas empresas. Por cierto, durante aquellos días, esos nada amigables simpatizantes de Vicente Fox insultaron mediante correos electrónicos, a diversos comunicadores que no coincidían con el abanderado blanquiazul. Vicente Fox tuvo el mérito de no tensar más la relación con los medios. Su equipo de comunicación desmintió los infundios de Excélsior y convirtió la necesidad (“Hoy, hoy, hoy”) en virtud propagandística. (...) Fox “sabe como agarrar las primeras planas de los periódicos”, aseguró a **etcétera** Alejandro Benítez, reportero de Crónica que cubrió la campaña del candidato opositor.⁶⁸

La razón de hacer un recuento de lo que se publicó en La Jornada durante la campaña presidencial es importante debido a que existe una estrecha relación entre las notas informativas que aparecieron en la publicación y el cartón político (que de alguna forma fue generado por dichas notas). La selección de noticias que hizo el periódico dio pauta a lo que los cartonistas dibujaron durante ese periodo, los titulares y las notas que ocuparon las primeras planas también fueron los temas que se reflejaron en los trazos de las caricaturas publicadas. En el siguiente capítulo de esta tesis se encuentra la parte medular del trabajo, se analizarán los cartones políticos del periodo de estudio (finales de 1999 a junio de 2000) y se identificarán los temas que se inscribieron en la agenda política por parte de la publicación (temas que se colocaron en el centro de la atención de la gente).

De ahí viene la importancia del presente capítulo, en donde se habló a grandes rasgos de las trayectorias de los caricaturistas (quienes imprimieron su opinión en cada uno de sus trabajos); pero también se permite apreciar el inevitable vínculo entre el periódico y los cartonistas que trabajan en él, pues durante el periodo de estudio (campaña para la elección presidencial del 2000) las noticias publicadas tienen una estrecha relación con lo que se plasmó en los cartones.

Si bien es cierto que se puede percibir un declive, con respecto a los inicios de la publicación en torno a la pluralidad (tomando en cuenta su marcada línea editorial en la actualidad), también es indiscutible la importancia que tiene dicho medio en lo que respecta a la divulgación de información política que se ha registrado desde sus inicios hasta nuestros días; esto a través de todos sus géneros periodísticos, tal es el caso del cartón político.

⁶⁸ Marco Levario Turcott, “Fox y los medios”, *Etcétera*, Diciembre 2000, p. 55.

Y precisamente, por todos aquellos eventos que el periódico ha registrado y por la calidad de colaboradores que ha tenido y aún tiene, esta tesista considera importante tomarlo en cuenta al intentar hacer un análisis del cartón político durante la campaña electoral del 2000; pues a esa corriente de cartonistas contemporáneos, que están conscientes de la trascendencia de su profesión (movidos por su visión crítica imperante y herederos de la sátira incisiva y mordaz), pertenecen los caricaturistas de *La Jornada*: **Ahumada, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha.**

Así mismo, la intención de dar un paseo rápido en la historia y describir el surgimiento y desarrollo del periódico en donde los caricaturistas trabajan, es con la firme intención de hacer notar el papel que este medio de comunicación ha tenido en el acontecer diario del país, pues como lo mencionó Carmen Lira en su toma de posesión del cargo de Directora General, “*La Jornada*, por ser estrictamente un periódico, ha sido también algo donde un pedazo de México se ha reconocido”.

Así pues, por medio del análisis de las caricaturas se intenta descifrar una interpretación de un sector de la población: los caricaturistas. Pero ellos no son cualquier sector, ya que están inmiscuidos en la política y en diversos temas de actualidad, lo que les ayuda a entender mejor los eventos que se desarrollan en torno al país.

CAPÍTULO 3

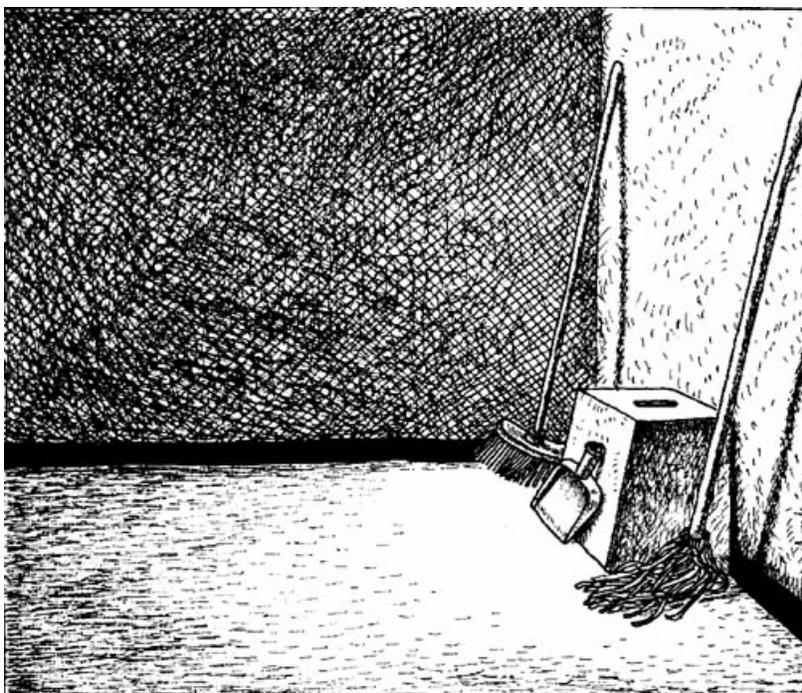
Análisis temático del cartón político del periódico *La Jornada* durante la campaña electoral del 2000

El nivel político de *La Jornada*, durante el periodo de estudio, tuvo gran importancia para encausar la opinión pública sobre el momento por el cual el país estaba por enfrentar: la elección del nuevo presidente que se encargaría de gobernar durante 6 años al país. Un país que había enfrentado la supremacía del PRI en el poder por 70 años y que por primera vez en mucho tiempo se vislumbraba la posibilidad de que un nuevo partido, ya no el oficial, fuera el ganador de la contienda electoral.

El cartón político, como bien se ha mencionado, es un género sumamente completo que es capaz de sintetizar en una silueta un gran cúmulo de información política, que nos permite entender mejor el acontecer diario del país. Tal es el caso específico del cartón político, que apareció durante la campaña electoral del 2000 en el periódico *La Jornada*; en donde se hizo referencia de algunas actitudes, comportamientos y discursos de los candidatos que contendían para la Presidencia.

La intención del cartón es enfatizar con exageración y humor, rasgos físicos, caracteres psicológicos de una persona, acontecimiento, institución o situación concreta. Entonces, la aportación principal del cartón es el humor: el chiste. Éste difunde las fantasías que alientan a la sociedad y da expresión placentera a las tendencias agresivas que existen en el ambiente. Es una noticia que cumple una función de comentario y como tal se sitúa a cierta distancia del hecho y esboza una reacción ante él.

Desde sus inicios ha sido un género que le da singular importancia al aspecto político, de ahí que las elecciones sean un suceso que no pueden pasar por alto los caricaturistas. Por tal motivo, pese a que existían otros temas importantes en la agenda de los medios, el tema central en los trazos de los cartonistas fueron los planteamientos y declaraciones hechas por los candidatos a la Presidencia, así como los conflictos entre ellos y, por supuesto, su propia imagen. Aspectos que, a través de la sátira, nos permitieron ver los verdaderos rostros de dichos personajes.



Ahumada

Entonces, se puede decir que lo que mostró uno de los roles más importantes de los *mass media*, fue el nivel político representado en los cartones de *La Jornada* durante el periodo de estudio (finales de 1999 al 30 de junio de 2000): incidencia que en torno a la crítica política contribuyó a tematizar la contienda electoral y a lo largo de la campaña las menciones de los caricaturistas se concretizaron, en algunos casos, en la figura del candidato Vicente Fox; tema central de crítica de algunos moneros como Rocha.

Cabe señalar que la tematización no es un análisis aislado: requiere un análisis cuantitativo y cualitativo con el que es posible relacionar los temas expuestos. A partir de este proceso, se codifican personajes; por ejemplo el entonces candidato del PAN que vino a representar el símbolo de “cambio” que la gente buscaba después de tantos años del PRI en el gobierno.

Como ya se había mencionado en el primer capítulo de esta investigación, la metodología de trabajo utilizada es el Análisis Temático, que desde el punto de vista más concreto, significa disponer de criterios que permitan determinar si un tema debe inscribirse en la agenda política de una colectividad nacional. Se entiende, entonces, que la tematización no solamente supone la selección de un tema, sino también la colocación de éste en el centro de la atención pública.

Para el análisis de los cartones políticos del periodo en estudio, el trabajo se dividirá en dos importantes apartados:

- a) El tratamiento de los hechos.
- b) El tratamientos de los personajes.

3.1 La política en decadencia: tratamiento de los hechos

Un espacio para registrar todos esos sucesos que marcan el acontecer de un país, son precisamente los medios masivos de comunicación; específicamente el periódico y por añadidura un género tan importante como lo es el cartón político. A continuación se enumerarán los hechos que se desprenden del tema de investigación de la presente tesis. Asimismo, se anexa un cuadro temático y sus respectivos ejemplos.

3.1.1 Decadencia del PRI

El Partido Nacional Revolucionario (PNR), fue un partido formado para terminar con los enfrentamientos violentos entre los diversos grupos armados y políticos surgidos a raíz de la Revolución Mexicana. Posteriormente adquirió el nombre de Partido Revolucionario Institucional (PRI), nombre que aún conserva. Los presidentes emanados de ese partido han presentado diversas posiciones que van desde una retórica de izquierda hasta de derecha; pero siempre han mantenido una estructura corporativista, fascista, que les ha permitido un control centralizado y monopólico de la sociedad.

“Durante décadas, el PRI no tuvo contendientes o se adjudicaron los triunfos. La mayoría aceptaba o se resignaba a una dictadura de partido que guardaba las formas democráticas y que a través de prácticas mercantilistas (monopolios, contratos, etc) premiaba el servilismo hacía el grupo en el poder.”⁶⁹ A pesar de que desde 1929 todos los presidentes mexicanos surgieron del Partido Nacional Revolucionario, la continuidad de la política económica no siguió un patrón de comportamiento regular y coherente de formulación de políticas.

Durante el período de la hegemonía del PRI (1929-2000), el gobierno cultivó cierto grado de consentimiento social, esto para evitar niveles altos de represión; tan es así que dicho período se denominó como la “dictadura perfecta”. La verdadera cabeza del PRI era a la vez el Presidente en turno y por lo tanto tenía la facultad para designar líderes nacionales y candidatos para la elección popular. Como partido político hegemónico, el PRI se mantuvo en el gobierno del Ejecutivo Federal por 71 años y se convirtió en el centro del sistema político mexicano mediante mecanismos de control político de las organizaciones y sector obrero, campesino y popular (caudillismo, corporativismo, etc); y mecanismo de control institucional (de los procesos electorales).

Analistas como Abascal y Macías⁷⁰ reconocen tres etapas en la evolución del PRI:

- ❖ Hegemónica (1929-1976).- Predomina sobre las demás fuerzas políticas y mantiene un control total del poder.
- ❖ Bipartidista (1979-1985).- Mantiene dominio sobre los partidos políticos de oposición, pero pierde posiciones en los gobiernos municipales y estatales frente al PAN.
- ❖ Pluripartidista (1988-2000).- Se abre la competencia política entre el PRI, PAN Y PRD, pues comparten el poder en municipios y gobiernos estatales.

⁶⁹ Pazos, Luis, *La democracia y los partidos*, Editorial Diana, México 1997, p. 128.

⁷⁰ Abascal y Macías, "Adiós al revolucionario institucional", *El Financiero*, Sábado 2 de Septiembre, p.14.

La eficacia de la “dictadura perfecta”, según Vargas Llosa⁷¹ tuvo una etapa de prosperidad que coincide con el período de desarrollo estabilizador, de 1940 a 1970, y el período de desarrollo compartido de 1970 a 1980. Hubo grandes avances en materia de política social; si bien no se eliminó la pobreza y la desigualdad, surgió una clase media fuerte que reclamaba espacios de participación política, pero esa aparente estabilidad no duraría para siempre. Después de 22 años de estabilidad monetaria y crecimiento sostenido a finales del período de Echeverría (1970-1976), el peso se devaluó, se presentó una crisis económica y las constantes tensiones con los empresarios se agudizaron. Ya en 1982, estando López Portillo como presidente, se nacionalizó la Banca en medio de una crisis económica provocada por la caída de los precios del petróleo, la devaluación del peso, el incremento de las tasas de interés y el país se declaró prácticamente en suspensión de pagos, decisión que fracturó severamente el pacto entre el Estado y los empresarios.

La mayor parte de Latinoamérica experimentó crisis financieras en los 80s y la mitad de los 90s. México no fue la excepción, varias crisis económicas cimbraron al país: en 1976, 1982, 1987, 1994 y 1995. Estas crisis se volvieron tan repetitivas que los mexicanos tuvieron que sufrir períodos dramáticos de alta inflación, déficit en la balanza de pagos, devaluación, fuga de capitales, desempleo creciente y poder de compra declinante. En 1987 la inflación alcanzó el 159% y el crack en la bolsa devoró ahorradores. El 6 de julio de 1988 Carlos Salinas de Gortari alcanza el poder en medio de una crisis generalizada de legitimidad y el descrédito total por la caída del sistema (en la contienda se presenciaron irregularidades y fraude electoral). Durante su período de gobierno, se profundizaron las reformas neoliberales: se liquidan empresas paraestatales, se firman tratados de libre comercio con Chile, Estados Unidos y Canadá, Venezuela y Colombia, Costa Rica, Nicaragua y Bolivia. Y con las reformas al artículo 27 constitucional se permite las inversiones en el campo mexicano.⁷²

Las reacciones no se hicieron esperar. El 17 de diciembre de 1993 el Congreso de los Estados Unidos aprueba el Tratado de Libre Comercio con México y el primero de enero del siguiente año los indígenas del Estado de Chiapas se levantan en armas con el EZLN. Rencillas de grupos políticos al interior del PRI conducen al asesinato del candidato a la Presidencia (Luis Donald Colosio). A pesar de la situación conflictiva y los graves problemas, la economía no se desquició y Salinas rinde su sexto informe con ánimo victorioso. Con la mayor legitimidad democrática dada por el mayor número de votos a favor (17 millones para ser exactos), Ernesto Zedillo Ponce de León arriba a la Presidencia; pero después de 21 días de haber tomado el poder, repentinamente se enfrenta con la peor crisis económica en la historia de México, denominada el “error de diciembre”. México era forzado, de nueva cuenta, a devaluar su peso en diciembre de 1994.

Las crisis económicas recurrentes por las que ha pasado la economía mexicana, aunado a las debilidades institucionales para limitar los alcances en el tejido social han sido las repercusiones de la aplicación de la política neoliberal y los factores clave del deterioro de la gobernabilidad de la sociedad. Unos de los más perversos y perturbadores aspectos de las crisis han sido su efecto en los grupos de la población más vulnerables. Todo lo anterior dio

⁷¹ Ortíz Pinchetti, José Agustín, "Informe final." *La Jornada*. Domingo 3 de Septiembre 2000.

⁷² <http://www.revistaprobidad.info/011/art17.html>

lugar a la etapa decadente del sistema PRI-presidencialista que aumentó la corrupción, destruyó la cohesión social, los niveles de pobreza aumentaron alarmantemente y concentró el ingreso “a favor de una minoría”, tan es así que las elecciones del 2000 fueron el momento en que la gente estaba harta de tantas crisis e inestabilidades.

Con respecto al tema sobre la decadencia del PRI, los cartonitas centraron la atención en esa decadencia como resultado de más de 70 años en el poder. A finales de abril y principios de mayo de 2000, dentro del equipo de campaña de Labastida se encendieron los focos rojos, pues las cosa no iban nada bien; otro de los candidatos (Vicente Fox), parecía encontrarse a la cabeza de la contienda y con esto cerraba peligrosamente la distancia entre las preferencias electorales. Ante esto se decidió tomas medidas urgentes para asegurar una victoria aunque fuera pírrica; cosa que no fue pasada por alto por los caricaturistas, quienes muestran a un “viejo” PRI en espera de aquel “nuevo” que los venga a salvar. Quien dibujó más al respecto fue Magú, representando al partido con Dinosaurios preocupados al ver que Fox toma más fuerza en la contienda y se ven prácticamente expulsados de esa supremacía en el poder.



21/06/00 página 3

MAGÚ

A través de los trazos de Magú se muestra la preocupación de los priístas con respecto a la posibilidad de que sea el PAN quien gane la contienda. Sarcásticamente en uno de sus cartones los dinosaurios preocupados dicen: “lo peor es que nos quieren sacar de aquí para meter unas simples vacas”, burlándose de la imagen de “vaquero” que se ha creado el candidato del PAN.



30/06/00 página 3

MAGÚ

En más de uno de los cartones del caricaturista Magú se menciona que si el que puede llegar al poder es el candidato del PAN, sería mejor que continuará el PRI: "... porque el que viene es más animal que usted... si el que va a llegar es un ordeñador de vacas mejor que llegue Labastida". En este cartón el caricaturista hace alusión a los 70 años que el PRI ocupó la presidencia y que de alguna manera esos años les han servido para que les "tengamos respeto". Y aunque se resalta que no sería bueno que el PRI volviera a ganar, también se enfatiza el hecho de que el candidato panista no representa una buena posibilidad.



Para el dos de mayo de 2000, ante la posibilidad ya real de perder en las elecciones del dos de julio, el equipo de campaña de Labastida sufrió cambios importantes: Humberto Roque y Manuel Bartlett (exprescandidatos priístas), así como Jesús Murillo Káram (subsecretario de Gobernación), se incorporaron al equipo de trabajo del PRI, con el objeto de ayudar en la candidatura del partido. Incluso, días antes, Labastida se reúne con Roberto Madrazo, el candidato más fuerte de la elección interna del PRI, e hicieron una tregua con el fin de formar unidad dentro del instituto político. Los caricaturistas interpretaron estos hechos como el abandono de la idea del "nuevo" PRI y el regreso de la vieja guardia política del partido oficial.

Rocha coincide con Magú al representar al PRI con unos Dinosaurios preocupados al verse fuera de la contienda. Relaciona al "viejo" PRI con un dinosaurio que mira en un espejo la cicatriz que le han dejado los años, mientras que la única esperanza está en el "nuevo" PRI representado por Labastida. También se puede entender a esta cicatriz, como ese intento del PRI de hacer creer a la ciudadanía que ha cambiado, pero que en realidad seguiría siendo el mismo de ganar la contienda.

OPERACIÓN CICATRIZ



04/05/00 página 7

ROCHA

Helguera por el contrario, hace ver que aunque se hable del “viejo y nuevo” PRI, no se trata más que de lo mismo. Tal es el caso de uno de sus cartones en donde Labastida dice: “El nuevo PRI es tan incluyente, que hasta cabe el viejo PRI entero”. En el trabajo del cartonista se habla del cinismo de Labastida y de los priístas, quienes en el intento de mantener en el poder aseguran la existencia de un nuevo partido.

CARAS NUEVAS



03/05/00 página 6

HELGUERA

Quien se centra en el descrédito por el que atraviesa el partido es Fisgón. Quién en uno de sus cartones maneja al PRI como un grupo criminal que viola la Ley con toda la impunidad, que tiene nexos con el narcotráfico y el Fobaproa y pese a ello espera que la ciudadanía vote por él.



13/04/00 página 5

FISGÓN

EL PRI EN DECADENCIA					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	La mera verdad	Magú	18-feb-00	3	TRIFE
2	Las Prielecciones	Magú	28-feb-00	3	Voto por el PRI
3	70 años no es nada	Magú	19-jun-00	3	Dinosaurio en Los Pinos
4	Corazoncito tricolor	Magú	20-jun-00	3	Preferible el PRI
5	Miedo a la orfandad	Magú	21-jun-00	3	Voto útil
6	Somos más que dos	Magú	23-jun-00	3	Voto útil
7	El Voto útil	Magú	30-jun-00	3	Voto útil
8	La sombra del diamante	Rocha	21-ene-00	6	PRI
9	Los nuevos PRI CAPIEDRA	Rocha	2-may-00	6	Viejo y Nuevo PRI
10	Operación cicatriz	Rocha	4-may-00	7	Viejo y Nuevo PRI
11	El Croquetas y CIA	Helguera	1-may-00	6	Labastida-PRI
12	Caras nuevas	Helguera	3-may-00	6	Viejo y Nuevo PRI
13	Desesperación	Helguera	4-may-00	6	Viejo y Nuevo PRI
14	¡Que barbaridad!	El Fisgón	13-abr-00	5	Descrédito del PRI

DESESPERACIÓN



04/05/00 página 6

HELGUERA

3.1.2 Compra de votos

Para Fisgón el tema de la compra de votos es constante en su trabajo, de ahí que haya sido el que dibujó más al respecto. A través de sus caricaturas resalta como cada uno de los candidatos hacen negocio con la miseria y principalmente el PRI se da a la tarea de “comprar votos”. Y pese a que el partido tricolor estuviera haciendo uso de todas sus artimañas para poder ganar las elecciones, en uno de sus cartones hace ver que el propio partido teme que, sin importar sus esfuerzos, terminen perdiendo.

La compra de votos era una práctica que el PRI inventó e utilizó para mantenerse en el poder durante muchos años y esta contienda electoral no fue la excepción, aunque se logró apreciar un nuevo matiz en torno a este fenómeno: el partido tricolor realmente se mostraba preocupado al percatarse que el candidato guanajuatense tomaba la delantera, ante tal panorama la compra de votos venía a representar la única forma de mantenerse en el poder, situación que los caricaturistas lograron plasmar en su trabajo.

Fisgón retrata a la gente humilde como el principal objetivo del PRI para comprar sus votos y menciona como caso específico a Chalco, utilizando en doble sentido la palabra pues intenta aclarar que ésta clase de compra “apesta”. Pero también, por medio de las voces que él le da a esa gente humilde hace resaltar que el mayor miedo sería, precisamente, que el PRI tuviera otros seis años en el poder, los cuales representarían más años de impunidad.

ECONOMIA ELECTORAL

ACLARACIÓN PERTINENTE



28/06/00 página 5

FISGÓN



29/06/00 Página 5

FISGÓN

“Nunca como ahora el PRI agradece toda la miseria que ha producido en 70 años...”, es el texto que aparece en uno de los cartones de Magú, que parafraseando el lema de campaña de López Obrador hace hincapié que para el gobierno de Zedillo son “primero los pobres en materia de compra de votos”. En este cartón también se evidencia la disputa entre PRI y PRD.

TIEMPOS DE COMPRA



16/06/00 página 3

MAGÚ

Helguera, por su parte, trata de describir a través de sus caricaturas una compra impune por parte del PRI y como mofa a Labastida, lo hace aparecer en un billete prometiendo, a cambio del voto, pavimentar calles y regalar despensas. El rostro del candidato priísta aparece con una nariz de payaso, elemento que ayuda a entender que en las propuestas del candidato no hay seriedad.

COMPRA DE VOTOS



21/06/00 página 6

HELGUERA

En tres de los cuatro cartones que Rocha realizó en torno al tema, Labastida aparece como el principal personaje que se encarga de la compra de los votos. Tan es así que en una de sus caricaturas lo llama “Don 2 de Julio regalado”. Y en otra de ellas, hace alusión de que el PRI cree tener el triunfo en la bolsa debido a tanta compra de votos.

DON 2 DE JULIO REGALADO



21/06/00 página 7

ROCHA

COMPRA DE VOTOS					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Negocio con la miseria	Fisgón	16-May-00	5	Compra de votos
2	Economía Electoral	Fisgón	28-Jun-00	5	Compra de votos
3	Aclaración pertinente	Fisgón	29-Jun-00	5	Compra de votos
4	EL PRI en el Chalco	Fisgón	7-Jun-00	7	Compra de votos
5	Estrategias Tricolores	Fisgón	28-Abr-00	5	Compra de votos
6	¿Has pensado qué?	Fisgón	14-Jun-00	5	Compra de votos
7	Compra de votos	Fisgón	21-Jun-00	5	Compra de votos
8	Compra de votos	Helguera	21-Jun-00	6	Compra de votos
9	Tiempo de Compra	Magú	16-Jun-00	3	Compra de votos
10	El voto que preocupa	Magú	13-Abr-00	3	Compra de votos
11	La embestida por el voto	Rocha	7-Jun-00	6	Compra de votos
12	Don 2 de Julio regalado	Rocha	21-Jun-00	7	Compra de votos
13	Inductores del voto	Rocha	22-Jun-00	7	Compra de votos
14	La hora del cambio	Rocha	30-Jun-00	7	Compra de votos

LA HORA DEL CAMBIO



3.1.3 Dedazo

Como ya se mencionó, el Presidente priísta tenía el compromiso de la retención de su poder político durante su mandato y la continuación de su poder requerido para seguir el "ritual" de elegir a quién sería su sucesor, de ahí que designaba a su sucesor generando expectativas mediante fenómenos conocidos como el "tapadismo" y el "dedazo" para señalar quien sería el elegido.

El compromiso que el PRI tenía de votar por Labastida, el apoyo que recibía por parte de Zedillo, así como el temor que tenía el actual Presidente de la República de que el 2 de julio perdería su partido las elecciones, es bien mostrado en el trabajo de Magú.

En dicho trabajo, el caricaturista pone en voz de Zedillo consideraciones con respecto al candidato del PRI, como por ejemplo hace mención de la "serenidad" de Labastida lo que lo hace no cuestionar ni criticar la política actual, aunque el país y el partido fueran directamente al fracaso. La serenidad del candidato priísta se puede relacionar, también, con la confianza que tiene al saberse apoyado por el presidente Zedillo, de ahí que el caricaturista mencione en su trabajo que quien debe preocuparse por la campaña es Zedillo, pues es quien busca mantener la continuidad del partido en el poder. Por cierto, Magú maneja constantemente en sus cartones la metáfora de que el país es un barco que va directo al fondo del mar.

ESPIRITU DE KALIMAN

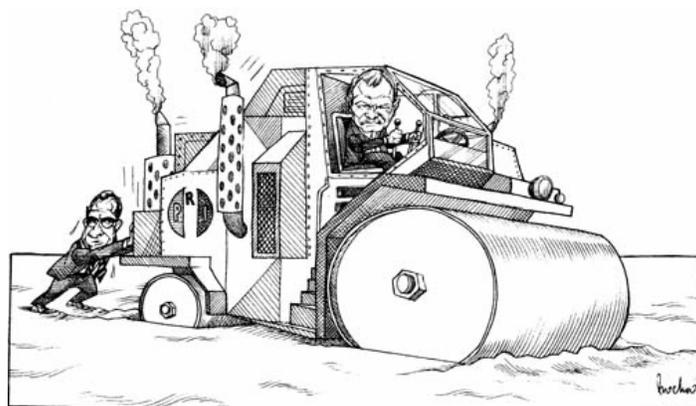


14/06/00 página 3

MAGÚ

Como un “empujoncito de campaña” Rocha manejó la ayuda que Labastida recibió del partido en el poder. Cabe destacar que Rocha y Ahumada, fueron los únicos cartoonistas que hicieron uso de la metáfora del “hueso” para mencionar lo que estaba en juego en las elecciones.

EMPUJONCITO A LA CAMPAÑA

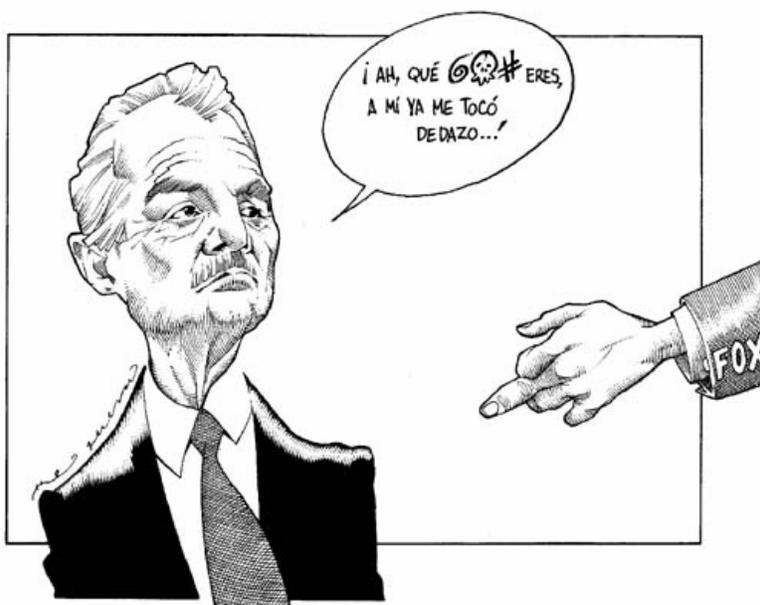


24/01/00 página 3

ROCHA

Situar en primer lugar la campaña del candidato del PRI como la máxima prioridad del presidente hace ver que para Helguera la continuidad del régimen era mucho más importante que otros temas de la agenda política nacional. Helguera hace uso de la mofa para resaltar el innegable dedazo, pero a la par hace énfasis del lenguaje altisonante con el que se referían los candidatos del PRI y del PAN. Asimismo, por medio de uno de sus cartones el caricaturista retoma que los litigantes del PRI se veían “obligados” a votar por Labastida.

LOS PINOS A LOS PINOS



17/03/00 página 6

HELGUERA

DEDAZO-RELACIÓN ZEDILLO Y LABASTIDA

No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Privatizaciones a futuro	Magú	13-Mar-00	3	Previendo derrota
2	En carne propia	Magú	3-May-00	3	PRI apoya a Labastida
3	Maestros sin soluciones	Magú	1-Jun-00	Portada	Zedillo- dedazo
4	Espíritu de Kaliman	Magú	14-Jun-00	3	Zedillo- dedazo
5	Recepción Silenciosa	Magú	3-Mar-00	3	Visita de Salinas
6	Empujoncito a la campaña	Rocha	24-Ene-00	3	Zedillo- dedazo
7	IL nuevo PRI	Rocha	3-May-00	7	Hueso
8	Rescates de familia	Rocha	9-Jun-00	6	PRI apoya a Labastida
9	Carnicería	Ahumada	18-May-00	18	Hueso
10	Campañas	Ahumada	19-May-00	6	Hueso
11	Los Pinos a Los Pinos	Helguera	17-Mar-00	6	Dedazo
12	Funcionarios Públicos	Helguera	22-Jun-00	6	PRI apoya a Labastida

CARNICERIA



18/05/00 página 18

AHUMADA

RESCATE DE FAMILIA



09/06/00 página 6

ROCHA

3.1.4 Debates: dimes, diretes y descalificaciones

Los debates y confrontaciones entre los candidatos ocuparon un lugar predominante en la campaña electoral. Nunca se había visto en la historia de las elecciones del país, que en vez de propuestas y diálogos entre los contendientes solo abundaran groserías, albures y descalificaciones. Si bien es cierto que la relación de los candidatos en general fue de esa manera, el principal pleito se desarrolló entre los candidatos del PRI y del PAN. Las declaraciones entre Fox y Labastida se convertía en un pleito casi similar a uno entre merolicos o verduleros, dadas sus múltiples descalificaciones.

En marzo Labastida, Fox y Cárdenas se entrevistan por separado con la gente de dinero en la Convención Nacional Bancaria de Acapulco. Fox exculpó a los banqueros del Fobaproa mientras que Cárdenas los criticó severamente. El 15 de ese mismo mes, Fox insulta a Labastida cambiando el signo de la victoria, que había utilizado el panista como icono de campaña, por un violín (a partir de aquí empezarán los insultos).

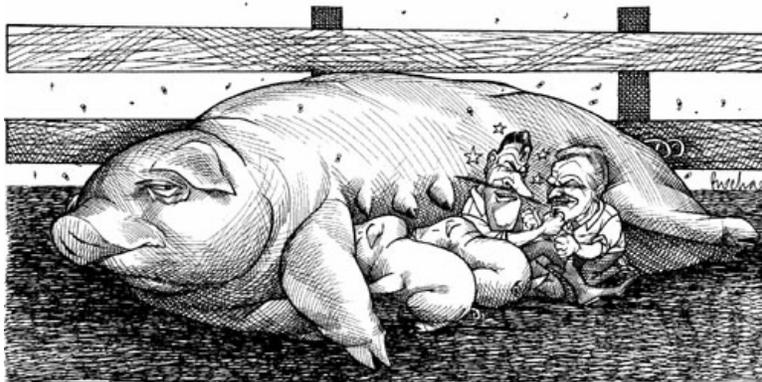
El 25 de abril se celebra el primer debate presidencial con los seis contendientes. Labastida se hace un autogol al gastar una de sus intervenciones con enumerar los insultos que Fox le había dicho a lo largo de la campaña. El 23 de mayo, conocido como el martes negro de Vicente Fox, tras varios días de negociación, ahora entre los propios candidatos del PRI, PAN y PRD; Fox se muestra intolerante y desesperado para que el encuentro se realice ese mismo día. Finalmente el 26 de mayo se realiza el segundo debate, ahora sólo entre Labastida, Cárdenas y Fox. Éste último entrega las supuestas claves con las que se abrirían los archivos de una auditoria hecha al Fobaproa, que luego resultaría no ser las correctas.

Todos los caricaturistas de *La Jornada*, coincidieron en que en los encontrones entre los candidatos abundaban simplemente las descalificaciones, y que sus peleas más bien eran todo un circo que le restaba seriedad al motivo principal de la elección: elegir un candidato capaz de gobernar un país.



A causa de la ausencia de propuestas y debates reales entre los candidatos, lo único que predominó en la contienda fueron los insultos (tal es el caso de las palabras que Fox le dijo a Labastida: mariquita, la vestida, mandilón, etc.), tal cual como “un pleito en el chiquero”, como lo maneja Rocha en uno de sus trabajos.

PLEITOS EN EL CHIQUERO



25/02/00 página 7

ROCHA

Rocha insistió en resaltar, en cada uno de sus trabajos, esa poca habilidad por parte de los candidatos para dirigirse con propiedad a la ciudadanía, inclusive hace notar la poca seriedad de Vicente Fox Quesada, un candidato que centró su campaña en descalificaciones hacia el candidato del PRI.

BUSCANDO EL ESCENARIO IDEAL



25/05/00 página PORTADA

ROCHA

Los caricaturistas utilizan las promesas de campaña y las acusaciones de los candidatos para demostrar que el inglés y computación prometidos por Labastida, las declaraciones de la venta de PEMEX de Fox y los ataques por las listas del Fobaproa evidencian el bajo nivel de las campañas, siendo incluso populista y hasta demagógicas. Para Magú los candidatos simplemente estaban ofreciendo un gran “show”. Helguera, por su parte, hace mención que sin ese tipo de escándalos no se notaría la presencia de las campañas a causa de sus nulas propuestas.

DIMES Y DIRETES



21/03/00 página 3

MAGÚ

FAVORES



01/03/00 página 6

HELGUERA

Fisgón es el caricaturista que compara a los debates con un circo, por ese nivel tan bajo que se pudo apreciar en los debates de los candidatos, incluso compara al candidato panista con Polo Polo o la Pelangocha y se mofa al insinuar que de ganar Vicente Fox la toma de posesión sería en una carpa. Las campañas hasta ese momento se habían llevado como una mezcla de comedia y farsa; y más que dos candidatos serios se mostraban como simples merolicos de carpa.

DEBATES DE ALTURA

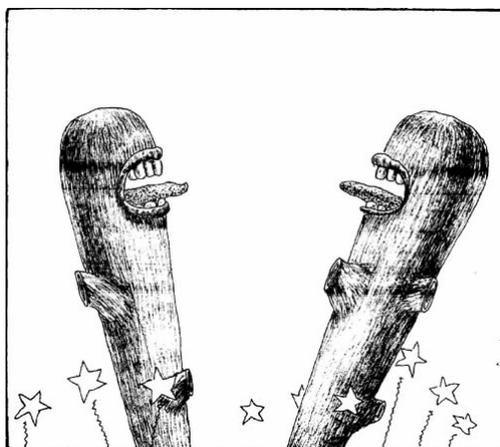


17/03/00 página 5

FISGÓN

En cambio Ahumada, por medio de su habitual utilización de metáforas, hace entender a través de dos garrotes que no se trataba de diálogo, sino más bien de una pelea... un campo de batalla en medio de un bote de basura.

DEBATES



09/03/00 página 10

AHUMADA

CAMPO DE DEBATE



24/05/00 página 18

AHUMADA

EL PROGRAMA DE FOX



23/05/00 página 6

ROCHA

DEBATES: DIMES, DIRETES Y DESCALIFICACIONES					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Pleito en el chiquero	Rocha	25-feb-00	7	Pelea Fox-Labastida
2	Fox Populi	Rocha	17-mar-00	8	Pelea Fox-Labastida
3	Horario de los candidatos	Rocha	29-mar-00	8	Debate
4	Candidatos tras bambalinas	Rocha	25-abr-00	8	Debate
5	Fox el incluyente	Rocha	27-abr-00	8	Pelea Fox-Labastida
6	El nuevo PRI y la nueva izquierda	Rocha	17-may-00	7	Debate
7	El programa de Fox	Rocha	23-may-00	6	Pelea Fox-Labastida
8	Buscando el escenario ideal	Rocha	25-may-00	Portada	Debate
9	Dimes y Diretes	Magú	21-mar-00	3	Pelea Fox-Labastida
10	Prudentes	Magú	28-mar-00	3	Debate

11	Preparativos para...	Magú	24-abr-00	3	Debate
12	El debate	Magú	25-abr-00	3	Debate
13	Estado de ánimo	Magú	27-abr-00	3	Debate
14	Sacaron las cubetas	Magú	8-may-00	3	Pelea Fox-Labastida-Cárdenas
15	Nuevos amigox	Magú	17-may-00	3	Pelea Fox-Labastida-Cárdenas
16	Tran-si-ción	Magú	18-may-00	3	Pelea Fox-Labastida
17	Se traen ganas	Magú	23-may-00	3	Debate
18	Favores	Helguera	1-mar-00	6	Pelea Fox-Labastida
19	Con ellos no hay problemas	Helguera	26-abr-00	7	Debate
20	Un candidato consistente	Helguera	27-abr-00	6	Debate
21	La sombra del segundo debate	Helguera	27-may-00	3	Debate
22	Debates de altura	Fisgón	17-mar-00	5	Debate
23	Precisión	Fisgón	1-abr-00	5	Narcotráfico y Fobaproa
24	Muy esperanzador	Fisgón	26-abr-00	5	Pelea Fox-Labastida
25	Ecoss del debate	Fisgón	27-may-00	5	Debate-mentiroso el candidato del PAN
26	Debates	Ahumada	9-mar-00	10	Debate
27	Campo de debate	Ahumada	24-may-00	18	Debate

PRECISIÓN



01/04/00 página 5

FISGÓN

3.1.5 La huelga de la UNAM como distractor de la campaña

Sin lugar a dudas, el conflicto que mayor envergadura ha tenido es el conocido como el “movimiento estudiantil 1999-2000”, que mantuvo paralizado a la Universidad por más de nueve meses. Aún hoy es difícil descifrar la magnitud de este conflicto, puesto que se encuentra envuelto en un entramado muy amplio en el que convergieron los procesos políticos de la sucesión presidencial con expresiones de interés de partidos políticos con fuerte presencia en el país. Un proceso de ruptura del presidencialismo que hacía más evidentes las luchas internas entre los miembros que conforman el gabinete de gobierno, la presencia de un gobierno local de oposición (en realidad el primer gobierno de oposición que había logrado un partido), el cansancio de los académicos universitarios por no encontrar una forma eficiente de participar en la toma de decisiones de la Universidad y en particular, su rechazo a un conjunto de políticas académicas.⁷³

La Huelga de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), fue un movimiento encabezado por estudiantes, pero que también contó con el apoyo de buena parte de los investigadores y académicos universitarios; así como por padres de familia. El conflicto inició el 20 de abril de 1999 debido a la modificación al Reglamento General de Pagos (RGP), que el entonces rector Francisco Barnés de Castro impulsó; que permitiría, entre otros, el cobro de cuotas. Dicha propuesta sería retomada por el Consejo Universitario y aprobada por éste sin consultar a la comunidad universitaria, que en su mayoría ya se manifestaba en contra de las modificaciones.

El recién creado Consejo General de Huelga (CGH), declaró ser el representante del movimiento estudiantil que se encargaría de defender el derecho a la gratuidad de la educación, y demandaría el cumplimiento de un pliego petitorio que, obviamente, pedía la abrogación del RGP. Además, exigía la creación de “un espacio de diálogo y resolución sobre los problemas que enfrentaba la Universidad”, el retiro de sanciones y castigos a quienes participarían en el movimiento, la recuperación de días de clase invertidos en el movimiento, la anulación de todo tipo de vínculo con el Centro Nacional de Evaluación (CENEVAL) y la derogación de las reformas de 1997; que impedían el “pase automático” y la prioridad en la elección de carrera a quienes llegaban del bachillerato de la UNAM, entre otros aspectos.

Una vez estallada la huelga, las posiciones a favor o en contra del movimiento se radicalizaron. Por un lado, a favor de la privatización de la educación superior estarían el entonces rector y algunos ex rectores recientes; así como las autoridades académicas y administrativas, el gobierno federal, los partidos PAN y PRI, y los medios de comunicación, en especial televisoras privadas. Por otro lado, a favor del derecho a la educación pública y gratuita, estarían padres de familia ya organizados en asambleas, un número considerable de profesores y académicos, comunidades universitarias de otras

⁷³ Camarillo Carvajal María Teresa, Curiel Guadalupe, Aguilar Isabel, *Hemerografía del Movimiento Estudiantil Universitario (1999-2000)*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas. Hemeroteca Nacional de México, México 2005, p. IX-X.

escuelas del país, organizaciones sociales y movimientos de izquierda; así como algunos medios impresos de comunicación, entre los que destacaría el diario *La Jornada*.

El conflicto se recrudecería con el inicio de las llamadas “clases extramuros” y con la participación de fuerzas policíacas. La escalada represiva enfrentaría al movimiento y al CGH con el gobierno de la Ciudad de México, encabezado por el perredista Cuauhtémoc Cárdenas, a quienes los estudiantes declararían persona *non grata*. Mientras tanto, al interior del CGH comenzarían también a dividirse, entre los que pronto se dio llamar “moderados” y “ultras”.

Para finales del año, el movimiento estudiantil se presentaría cada vez más dividido y con menos apoyo por parte de la sociedad civil y la izquierda partidista. A Barnés de Castro tampoco le iría muy bien, ya que la noche del 12 de noviembre presentaría su renuncia y sería reemplazado por Juan Ramón De la Fuente (hasta entonces Secretario de Salud de Ernesto Zedillo). Sin embargo, los cambios no serían de mucha ayuda, pues el 11 de diciembre la represión subiría de tono y en una manifestación frente a la embajada de Estados Unidos serían detenidos 98 estudiantes.

Ya para el 2000, año electoral, la fragmentación del movimiento y su arrinconamiento era evidente y venía de la mano de un plebiscito convocado por parte de la Rectoría para pulsar la opinión de la comunidad universitaria respecto a la llamada “Propuesta Institucional” ofreciendo a cambio de que se levantara la huelga: dejar sin efecto el RGP, la realización del Congreso Universitario, donde se definiría lo relativo a los reglamentos generales de inscripciones y exámenes; así como la relación entre la UNAM y el CENEVAL; la regularización de todas las situaciones escolares (retiro de actas contra universitarios participantes en el movimiento).⁷⁴

Diversas personalidades del ámbito cultural se expresaban a favor del plebiscito e hicieron un llamado al CGH a aceptar sus resultados, pero éste no aceptaría como válidos dichos resultados (entre 8 y 9 de cada 10 participantes estarían a favor de que la huelga se resolviera a partir de la “Propuesta Institucional” de Rectoría). Aún así, estudiantes del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia (ENEO) y 20 escuelas más harían entrega de sus instalaciones a Rectoría.

La entrega de instalaciones por parte de los llamados “moderados” y la carta de intelectuales validando de algún modo el plebiscito, fue visto por el gobierno federal como un espaldarazo para la intervención militar y la madrugada del 6 de febrero de 2000, elementos de la Policía Federal Preventiva (PFP) irrumpieron en la Máxima Casa de Estudios violentando la autonomía universitaria en una acción que mucho tendría de operativo militar (deteniendo a poco más de 700 activistas). Los 3 mil 100 elementos de la PFP que patrullaron Ciudad Universitaria, desde el mes de febrero, abandonaron las instalaciones hasta el 23 de abril.⁷⁵

⁷⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/La_Huelga_en_la_UNAM_de_1999-2000

⁷⁵ González Ruiz, José Enrique, *Diario de la Huelga Rebelde*, Ed. Unios, México 2002. p. 120.



FIGÓN, 19/01/00

La razón por la cual es necesario poner tan en claro dicho conflicto de la UNAM en la presente tesis, es con la intención de dar un panorama general de la tensión que se vivió durante ese periodo y por lo tanto hacer hincapié que dicha huelga desplazó en su momento a los propios candidatos a la presidencia. Noticias referentes al conflicto inundaban las páginas de periódicos, revistas, así como espacios en radio y televisión.

Y ésta situación la logra retratar Rocha en una caricatura publicada el 23 de febrero en donde menciona que “en realidad los más afectados por el conflicto universitario no son los alumnos ni los paristas... son... los candidatos”. En ella se ve a los tres principales candidatos (PAN, PRI Y PRD) desesperados por captar la atención no sólo de los medios, sino de la ciudadanía.

CAMPAÑAS EN PARO

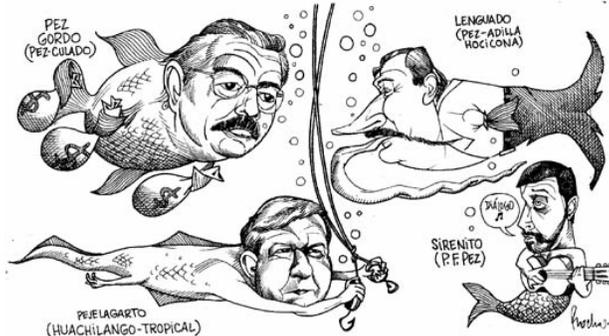


23/02/00 página 7

ROCHA

También se publican otros trabajos aprovechando la época de cuaresma, se representan a ciertos actores políticos como peces y en donde Rocha incluye al Rector de la Universidad llamándolo el “SIRENITO (P.F. PEZ)” recordando la intromisión de la PFP en las instalaciones de la Máxima Casa de Estudios. También es el único que dibuja sobre la visita de Cárdenas a la UNAM y su mal recibimiento por parte de los estudiantes.

RECOMENDACIONES DE CUARESMA



19/04/00 página 7

ROCHA

CARDENAS EN LA UNAM



23/06/00 página 7

ROCHA

Magú, en unos de sus trabajos de enero, retoma el conflicto de la UNAM y al ponerle voz a los banqueros suizos señala que los candidatos en vez de estar perdiendo el tiempo en descalificaciones y mentadas deberían de tener verdaderas propuestas, por ejemplo: cómo resolver el conflicto de la UNAM.

DAVOS, SUIZA



28/01/00 página 3

MAGÚ

En febrero, cuando sucedió la intromisión de la PFP en las instalaciones de la UNAM, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha coincidieron en reprobar las medidas de las autoridades e insistieron en la liberación de los estudiantes que fueron aprehendidos.

LA HUELGA DE LA UNAM					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Deseo Infantil	Ahumada	5-Ene-00	22	Conflicto de la UNAM
2	Bandera robada	Helguera	8-Ene-00	3	Conflicto de la UNAM
3	Febrero 1 en la tarde	Helguera	4-Feb-00	6	Conflicto de la UNAM
4	Mario Tejuites	Helguera	5-Feb-00	3	Presos políticos
5	Paseo en Bici	Helguera	7-Feb-00	5	PFP entra a CU
6	Psiquiatra mitómano	Helguera	9-Feb-00	6	Rector
7	El policía malo y el policía bueno	Helguera	10-Feb-00	6	PFP entra a CU
8	Buenos muchachos	Helguera	12-Feb-00	3	Rector
9	El enfrentamiento	Rocha	2-Feb-00	8	Conflicto de la UNAM
10	La salida	Rocha	7-Feb-00	7	Rector de la UNAM
11	Excesos penales	Rocha	8-Feb-00	6	PFP entra a CU
12	Peligrosidad social	Rocha	9-Feb-00	8	Ex rector
13	Banqueros al rescate de la UNAM	Rocha	11-Feb-00	8	Banqueros-conflicto UNAM
14	14 de febrero en la UNAM	Rocha	15-Feb-00	6	Rector
15	Campañas en paro	Rocha	23-Feb-00	7	Conflicto de la UNAM
16	Recomendaciones de cuaresma	Rocha	19-Abr-00	7	Rector de la UNAM
17	Cárdenas en la UNAM	Rocha	23-Jun-00	7	Cárdenas en la UNAM
18	El cóndor, el águila y el buitre	Fisgón	2-Feb-00	5	Conflicto de la UNAM
19	Prepa 3, Pregunta 3	Fisgón	3-Feb-00	5	Conflicto de la UNAM
20	737 Detenidos	Fisgón	8-Feb-00	5	PFP entra a CU
21	La megaultra	Fisgón	9-Feb-00	5	Huelga
22	Ahora que salen de CU	Fisgón	10-Feb-00	5	PFP entra a CU
23	Presos políticos	Fisgón	11-Feb-00	5	PFP entra a CU
24	No es conveniente	Fisgón	12-Feb-00	5	Rector
25	Atropello	Fisgón	15-Feb-00	5	CGH y presos políticos
26	Davos, Suiza	Magú	28-Ene-00	3	Conflicto de la UNAM
27	La fuerza universitaria	Magú	2-Feb-00	3	Conflicto de la UNAM
28	El lenguaje del espíritu	Magú	3-Feb-00	3	Conflicto de la UNAM
29	Primeras tareas	Magú	7-Feb-00	3	Presos políticos
30	Vulnerabilidad	Magú	8-Feb-00	3	Rector y PFP
31	Honor a quien lo merece	Magú	10-Feb-00	3	Rector culpable

3.2 Los candidatos: tratamiento de los personajes

Si bien es cierto que en las elecciones del 2000 se registraron 6 candidatos a la presidencia: **Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano** (PRD), **Francisco Labastida Ochoa** (PRI), **Gilberto Rincón Gallardo** (PDS), **Manuel Camacho Solís** (PCD), **Porfirio Muñoz Ledo** (PARM) y **Vicente Fox Quesada** (PAN y PVEM). También es cierto que a los pocos días de la contienda la competencia se centró entre los tres principales partidos políticos: PRI, PAN Y PRD. A lo largo del proceso electoral los personajes principales no sólo en la totalidad de los medios de comunicación, sino también en los cartones políticos de *La Jornada* fueron precisamente: Fox, Labastida y Cárdenas.

Ya en la cúspide de las elecciones se puede asegurar que esta pelea se redujo a un conflicto entre dos candidatos. Un conflicto, por cierto, que dejó mucho que desear; en el cual no existieron propuestas reales y sí, por el contrario, abundaron las descalificaciones, albures y palabras altisonantes al por mayor. Cada uno de los candidatos construyó su propia imagen, a través de sus comentarios, ademanes, palabras, “propuestas”... incluso por su forma de vestir. Pero, lo cierto es que el personaje que más predominó en los trabajos de los caricaturistas de *La Jornada* fue el candidato del PAN.

3.2.1 El vaquero: Vicente Fox

Es el segundo de nueve hermanos, sus padres son José Luis Fox (de oficio agricultor) y Mercedes Quesada. Nació en julio de 1942 en la Ciudad de México. A los cuatro días de nacido fue llevado a una pequeña comunidad en el municipio de San Francisco del Rincón, en el Estado de Guanajuato: al Rancho San Cristóbal.⁷⁶

Estudió en la Universidad Iberoamericana Administración de Empresas y cursó el diplomado de Alta Gerencia. Al Grupo Coca Cola entró a trabajar como supervisor de ruta y llegó a ocupar el puesto de presidente de la compañía para México y América Latina.

En Guanajuato ha participado como empresario y político, además de que toda la familia Fox ha intervenido en la fundación de la Casa de Cuna “Amigo Daniel”. Se desempeñó, también, como Consejero de la Cámara México-Americana de Comercio A.C., y como Director del Grupo Fox, empresas dedicadas a los ramos agrícola, ganadero, agroindustrial y fabricación de calzado.

Motivado por Manuel J. Clouthier, se afilió al Partido Acción Nacional en la década de los ochenta. Fue electo diputado federal por el Tercer Distrito de León, Guanajuato, en 1988, dedicándose a atender de forma especial los temas agropecuarios en el Congreso. Más adelante, en 1991, contendió en las elecciones para gobernador del estado, en las que el candidato del PRI fue declarado vencedor, pero el Congreso del Estado nombró como gobernador interino a Carlos Medina Plasencia del PAN (esto debido al descontento de la ciudadanía). Participa, nuevamente, en 1995 en la elección extraordinaria para gobernador y resulta electo por una mayoría significativa.

⁷⁶ http://www.elbalero.gob.mx/gobierno/html/gobierno/bio_fox.html

El empresario de Guanajuato, Vicente Fox, fue notable desde su primer cargo público como diputado federal. La primera vez que expresó su deseo de contender por la Presidencia de la República fue en 1991 (intención que expresó en privado). Posteriormente, luego de las elecciones federales de 1997 y ya como gobernador de Guanajuato, volvió a mencionar el tema ahora en público: ser el candidato a la presidencia por el Partido Acción Nacional en el 2000.

Fox se benefició de una enmienda constitucional que permitió que los mexicanos hijos de extranjeros pudieran contender por la primera magistratura. No obstante, el camino se veía complicado: por un lado el sector conservador y tradicional del PAN no estaba de acuerdo y por otro lado para lograr la candidatura tenía que competir con las figuras de Diego Fernández de Cevallos y Francisco Barrio (ex candidato en los comicios de 1994 y ex gobernador de Chihuahua, respectivamente). Para su fortuna el liderazgo del jefe Diego estaba en caída, mientras que Barrio prefirió ausentarse de la lucha por la candidatura.

Vicente Fox se abrió paso entre el PAN con el apoyo de un gran aparato de mercadotecnia. El guanajuatense desplazó a los propios panistas del control de su partido, llegando incluso a la casi imposición de su candidatura, esto fue gracias a la creación de los *Amigos de Fox* como organización alterna al PAN. No fue hasta el 13 de noviembre de 1999 que el líder nacional blanquiazul, Luis Felipe Bravo Mena, declaró que Fox sería el candidato para disputar la Presidencia (candidato de la Alianza por el cambio PAN-PVEM). Fue así como Fox iniciaría el camino hacía los Pinos, utilizando un discurso cambiante de acuerdo al público con quien se reunía, utilizando todos los recursos a su alcance para alcanzar la silla presidencial y convirtiéndose, en esta forma, en el candidato que tomó la iniciativa durante todo el proceso electoral.

La campaña de Vicente Fox se puede resumir en una sola palabra: polémica. Ya sea por sus actos proselitistas, sus declaraciones o sus desplantes ante los inconvenientes en el transcurso de la contienda electoral, los caricaturistas tuvieron muchos elementos para burlarse del panista.

Esto se ejemplifica mejor al recordar el primer escándalo dentro de la campaña del guanajuatense: el ocho de enero de 2000, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TRIFE) determinó que la imagen de Vicente Fox no podía incluirse en el emblema de la Alianza para el Cambio –conformada por el PAN y el Partido Verde Ecológico- que se utilizaría para las boletas electorales, y con ello echo para atrás una decisión previa del Instituto Federal Electoral (IFE). La reacción de Fox fue visceral y tachó el dictamen del TRIFE como una “marranada”. Posteriormente Fox intentaría por lo menos que su silueta estuviera en las boletas, situación que también fue rechazada por el TRIFE. Situaciones y reacciones como estas les dieron a los caricaturistas los elementos suficientes para criticar y satirizar duramente al panista.

Fisgón, quién más utilizó como recurso principal de sus cartones al candidato panista, lo identificó como un individuo ignorante, necio, hablador (de ahí que en varios de sus cartones hace mención de que se le suelta la lengua y habla sin pensar), mentiroso, grosero y (sin afán de exagerar) un candidato nada preparado que desconoce incluso la historia

básica del país que pretendía gobernar. El caricaturistas al retomar las palabras dichas por el candidato panista (por ejemplo: ‘tepocatas’, ‘alimañas’ y ‘víboras prietas’), ya no era necesario que dibujara la silueta del candidato panista para darse a entender. Una lengua tirada en el suelo dejaba en claro que de nueva cuenta se le “había ido la lengua a Fox” y había hablado demás.

CASI LO MISMO



09/03/00 página 5

FISGÓN

EN LETRAS DE ORO



24/02/00 página 5

FISGÓN

Los vínculos entre Fox y algunas organizaciones como Provida, ciertas características de campaña (como lo son los spots publicitarios), las relaciones con grupos de extrema derecha, su ambición de poder, el tono populista de la campaña y su vinculación al neoliberalismo y al Fobaproa, son algunos elementos que retomó Fisgón en su trabajo para criticar al candidato panista. Además, resalta la incapacidad que el candidato deja ver en cada uno de sus comentarios y propuestas. Asimismo recalca como el candidato pisotea nuestra historia y maneja propuestas sin trasfondo ni seriedad, como fue lo del “changarro”.

PROGRAMA CAMPESINO MODERNO



11/04/00 página 5

FISGÓN

El cartonista insinúa a través de sus siluetas que el candidato panista tiene tendencias fascistas y actitudes dementes (de ahí la camisa de fuerza con la que aparece en uno de sus cartones). Y retomando la ligereza que solía tener Fox en sus declaraciones, en uno de los cartones de Helguera se deja en evidencia el poco conocimiento histórico que el panista tenía en torno a los acontecimientos ocurridos en el país.

EL ENEMIGO DE FOX



NOTÉSE QUE FOX YA LOGRÓ SU CAMBIO DE IMAGEN EL FISGÓN.

26/05/00 página 5

FISGÓN

FOX Y SUS HISTORIAS



01/06/00 página 3

HELGUERA

Quien resalta el mal manejo del idioma español que tiene el candidato, sus actitudes caprichosas, autoritarias y necias; sus declaraciones poco atinadas, sus posturas falsas, sus nexos con los banqueros y sus habladerías es Helguera. Al igual que Fisgón, lo compara con Hitler y retoma que el peor enemigo de Fox es él mismo.

EL VERDADERO ROSTRO



24/05/00 página 6

HELGUERA

SEGUNDO DEBATE



26/05/00 página 6

HELGUERA

Helguera es un caricaturista que se vale de las declaraciones que el mismo candidato mencionó a lo largo de su incipiente campaña, de ahí que en su trabajo llegó a mencionar la venta de Petróleos Mexicanos (declaración hecha por el panista a una cadena de televisión internacional, donde aseguraba que vendería la paraestatal en caso de ganar la Presidencia de México). Asimismo, la mención de otra declaración de Fox, esta vez sobre la solución al conflicto en Chiapas en menos de 15 minutos.

Los caricaturistas de la Jornada, pese a tener distintos estilos, en algunas ocasiones coincidieron al dar a entender que en las declaraciones de Fox hay visos de engaño, contradicciones y habladerías. Con sus trazos intentan mostrar que detrás de las declaraciones de Fox se esconde una continuidad de la política económica vigente.

Rocha, por ejemplo, lo personifica como un hombre ranchero dispuesto a estar al servicio de los banqueros y al igual que los otros caricaturistas resalta su ignorancia y su ligereza al hablar. Hace ver que esa forma de hablar tan populista no es más que un teatro para llegar a la gente, que no se trata más que de una imagen con la que pretende ganarse al electorado.

ECHÁNDOLE CREMA A SUS TACOS



14/03/00 página10

ROCHA

Las “botas” que utilizaba en su atuendo el panista lo diferenciaba de los demás candidatos y este aspecto lo notaron los caricaturistas, quienes en sus dibujos siempre utilizaron este elemento para identificar a Fox. Otra constante, en el trabajo de los cartonistas, fue la utilización de la metáfora de la “lengua” para evidenciar la habladería del candidato, tal es el caso de uno de los cartones de Rocha, en donde el guanajuatense se está comiendo un taco de su propia “lengua”.

Para Rocha el candidato panista no es más que una persona que trata de hacerse el chistoso, ya sea a propósito o tal vez de acuerdo a la forma en que su grupo de campaña se lo solicita; incluso en sus declaraciones utiliza cierto lenguaje que no se espera de un candidato serio, por ejemplo hablar de tepocatas, alimañas y víboras prietas. Debido a la poca seriedad con la que se maneja Fox, Rocha lo dibuja al lado del Chapulín Colorado y de una forma audaz relaciona al panista con el Fobaproa.

DE TEPOCATAS Y CHAPULINES COLORADOS



08/06/00 página 6

ROCHA

CUIDANDO LA IMAGEN



22/05/00 página 6

ROCHA

Rocha da a entender que a la contienda sólo ha llegado la mitad de un candidato, que se pelea hasta con su propia sombra y que son muy probables sus nexos con el Fobaproa. Un aspecto evidente de la manera en que Rocha trató a Vicente Fox es la crítica hacia su ambición al poder; para hacer más notoria esta característica en el panista el caricaturista recurre a uno de los tantos temas que se han utilizado para poner en evidencia las supuestas irregularidades que hacen los que ostentan el poder: el Fobaproa. También utilizó todos los elementos a su alcance para demostrar que dicho candidato no era más que una imagen, creada por su equipo de campaña, para llegar al electorado y ganar votos. El hecho de

presentarlo como un producto en donde la imagen era tan importante, es una crítica al manejo mercadotécnico que el candidato panista imprimió a su campaña

VICENTE FAX



24/05/00 página 7

ROCHA

Tanto Magú como Ahumada retoman el tema de la ignorancia del candidato y resaltan sus tropiezos a causa de que se le suelta la lengua. Asimismo, hacen hincapié en su ligereza al hablar (con groserías en sus declaraciones) y destacan que el panista, a lo largo de su campaña, se la ha pasado descalificando a sus contrincantes sin dar ninguna propuesta real.

PRIMERO LO PRIMERO



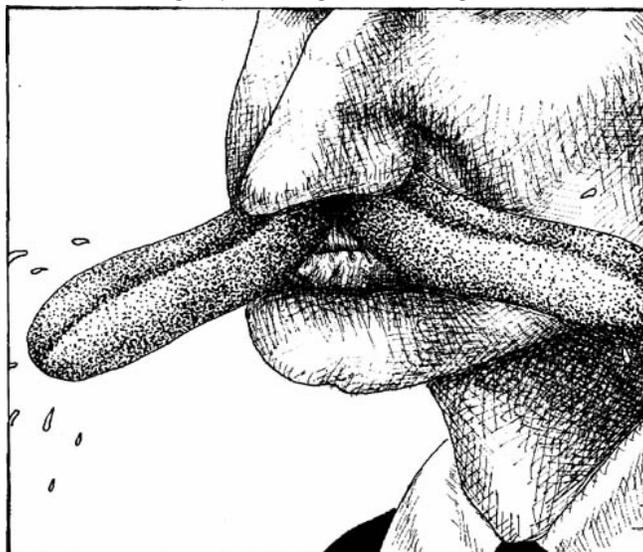
01/02/00 página 3

MAGÚ

El desfile de declaraciones hechas a lo largo de la campaña foxista fueron la materia prima que los caricaturistas utilizaron para la elaboración de sus trabajos. Todo parece indicar que las acciones espectaculares de Fox no tuvieron otra finalidad que la de ganar

adeptos para su campaña. La lista de declaraciones continuó a lo largo de la campaña electoral, como por ejemplo lo referente a su posición política y a la iglesia católica (las supuestas ofertas que el panista hizo a la cúpula religiosa del país.

CANDIDATO HABLADOR



26/05/00 página 8

AHUMADA

Con respecto al papel que la Iglesia tomó en la contienda electoral, los caricaturistas Rocha, Físgón, Helguera y Magú coinciden en relacionar directamente al candidato del PAN, Vicente Fox, con el alto clero y aunque en un principio con sus habladurías nada pensadas atacó al clero, lo cierto es que inmediatamente se reivindicó y hasta se le calificó como “mocho”.

LA IGLESIA EN MANOS DEL VAQUERO

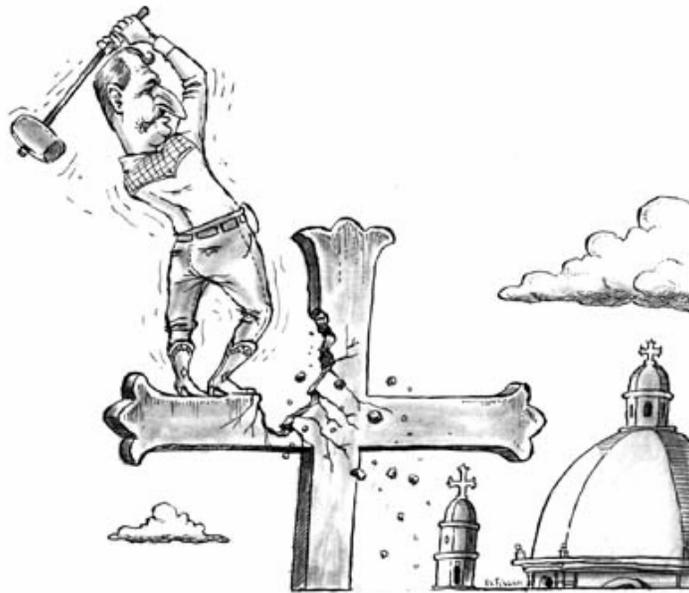


08/05/00 página 7

ROCHA

En una caricatura, Rocha plasma al candidato del PAN en el confesionario fraguando una complicidad entre gobierno e Iglesia. Incluso se mofa poniendo las siguientes palabras en labios de Fox: “Ustedes le rezan a diosito y yo les ofrezco el paraíso fiscal...”.

EL CANDIDATO PANISTA CONTRA EL CLERO



18/01/00 página 5

FISGÓN

Las habladerías del panista en contra del clero se ven plasmadas a principios de enero, y Figón lo hace entendible cuando dibuja a Fox pegándole con un marro a la cruz (emblema de la religión). Pero ya para el mes de mayo, este mismo caricaturista hace notar el cambio que el candidato tuvo en torno a la religión, al grado incluso de considerarle “mocho”.

ASCENSIONES EN EL VATICANO



23/05/00 página 5

FISGÓN

DUDA RAZONABLE



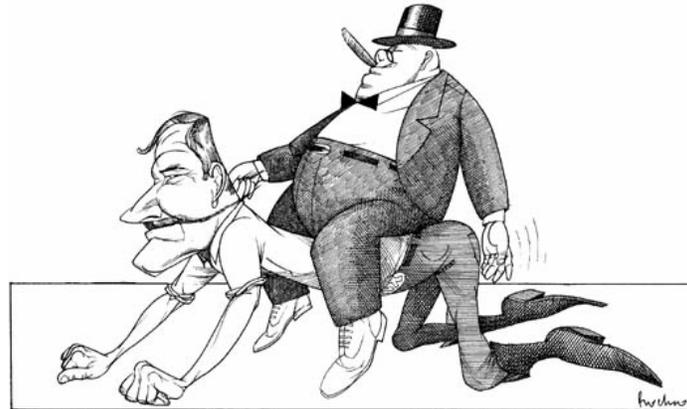
14/06/00 página 6

HELGUERA

Tal como pasó al hablar de la vinculación de Fox con la Iglesia, en el aspecto relacionado con el extranjero, tanto Figón como Magú y Helguera ven al candidato del PAN interesado en vincularse directamente con EU, pues como lo menciona Magú en uno de sus cartones, el mismo Labastida dice que Fox sería capaz de “entregar en 15 minutos lo que el PRI entregó en 70 años”. Y la benevolencia de Fox para con los yanquis no hace más que suponer que, como bien maneja Helguera, aceptaría el financiamiento ilegal para su partido.

Los caricaturista de *La Jornada* retomaron el tema relativo a los banqueros y también a la relación con Washington: destacaron la sumisión de Fox ante los intereses de Estados Unidos y ante la gente que ha saqueado al país: los banqueros (incluso Rocha dibuja a un banquero montando al candidato panista).

EL VAQUERO Y EL BANQUERO



08/03/00 página 7

ROCHA

LA UNIÓN AMERICANA Y ANEXAS



15/04/00 página 5

FISGÓN

CUESTIÓN DE TIEMPOS



10/05/00 página 3

MAGÚ

FOTOS DEL EXTRANJEROS



24/06/00 página PORTADA

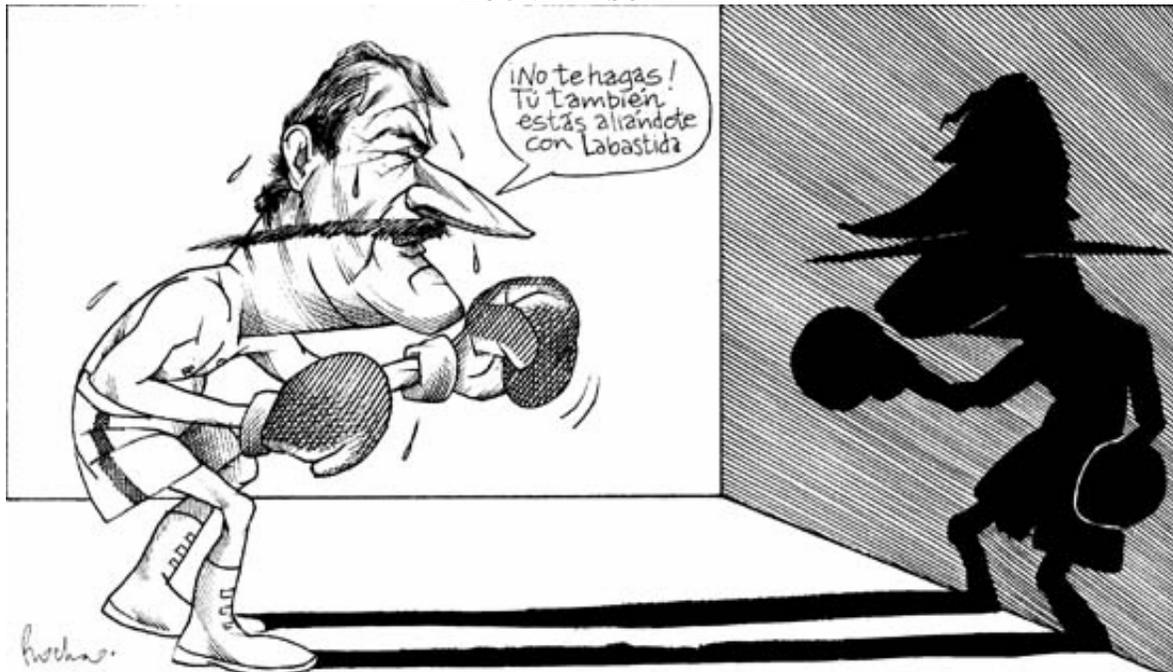
Helguera

Como se aprecia a lo largo de este apartado, Fox no fue tomado muy en serio en los primeros meses de la contienda electoral, sólo hasta que se vieron las dimensiones reales que tenía para ganar la elección fue que los caricaturistas enfocaron su dura crítica a este personaje, resaltando sus errores y malas declaraciones (que fue uno de los elementos más retomados en los cartones).

EL PAN: VICENTE FOX					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Fox	Ahumada	5-May-00	8	Tropiezos de Fox
2	Candidato hablador	Ahumada	26-May-00	8	Habladurías de Fox
3	El candidato panista contra el alto clero	Fisgón	18-Ene-00	5	Vicente Fox-Iglesia
4	Ascensiones en el Vaticano	Fisgón	23-May-00	5	Vicente Fox-Iglesia
5	Por la autopista Neoliberal	Fisgón	28-Ene-00	5	México rumbo a lo que mande EU.
6	De regreso de Washington	Fisgón	22-Mar-00	5	Vicente Fox-EU.
7	La Unión Americana y anexas	Fisgón	15-Abr-00	5	Vicente Fox-EU.
8	En letras de oro	Fisgón	24-Feb-00	5	Ignorancia de Fox
9	Casi lo mismo	Fisgón	9-Mar-00	5	Habladurías de Fox
10	Un rico listo	Fisgón	14-Mar-00	5	Ignorancia de Fox
11	Programa campesino Moderno	Fisgón	11-Abr-00	5	Propuestas de campaña
12	De zorro a cochino	Fisgón	24-May-00	5	Habladurías de Fox
13	El complot mongol	Fisgón	25-May-00	5	Fox fascista
14	El enemigo de Fox	Fisgón	26-May-00	5	Él mismo su peor enemigo
15	Fox y sus historias	Fisgón	1-Jun-00	3	Ignorancia de Fox
16	Las cosas de Vicente Fox	Fisgón	8-Jun-00	5	Ignorancia de Fox
17	¡Esos foxistas de izquierda	Fisgón	15-Jun-00	5	Nexos con PROVIDA
18	Ya, pues...	Fisgón	24-Jun-00	5	Nexos con el Fobaproa
19	Una estrategia para Fox	Fisgón	27-Jun-00	5	Mentiras de Fox
20	El honor de Ipaboli	Fisgón	20-Ene-00	5	Renuncia al PAN
21	Contrición	Helguera	20-Ene-00	6	Habladurías de Fox
22	Los disfraces de Fox	Helguera	8-Mar-00	6	Falsas posturas de Fox
23	Víbora prieta	Helguera	10-Mar-00	6	Habladurías de Fox
24	Una campaña exitosa	Helguera	15-Mar-00	10	Habladurías de Fox
25	El verdadero rostro	Helguera	24-May-00	6	Fox fascista-Hitler
26	Ese es mi gallo	Helguera	25-May-00	7	Él mismo su peor enemigo
27	Segundo debate	Helguera	26-May-00	6	Autoritario, caprichoso y necio: Fox
28	Galardones Democráticos	Helguera	30-Jun-00	6	Mal manejo de idioma español: Fox
29	Duda razonable	Helguera	17-Ene-00	5	Vicente Fox-Iglesia
30	Las amistades de Fox	Helguera	14-Jun-00	6	Vicente Fox-Iglesia
31	Fotos del extranjero	Helguera	24-Jun-00	Portada	Financiamiento ilegal para el PAN
32	Primero lo primero	Magú	1-Feb-00	3	Ignorancia de Fox

33	Los mercados miedosos	Magú	12-Jun-00	3	Inexperiencia e ineptitud de Fox
34	Tonos de campaña	Magú	27-Mar-00	3	Habladurías de Fox
35	Sin castigo	Magú	3-Abr-00	3	Habladurías de Fox
36	Sospecha	Magú	9-May-00	3	Vicente Fox-Iglesia
37	Monolingüe	Magú	22-Mar-00	3	Vicente Fox-EU.
38	Cuestión de tiempos	Magú	10-May-00	3	Vicente Fox-EU.
39	El caballero del triste desfiguro	Rocha	18-Ene-00	6	Vicente Fox-Iglesia
40	La Iglesia en manos del vaquero	Rocha	8-May-00	7	Vicente Fox-Iglesia
41	La pristiada y el antipriísto	Rocha	20-Jun-00	5	Iglesia contra el PRI
42	Los marranitos y el zorro feroz	Rocha	17-Ene-00	6	El zorro de Fox
43	Fox diplomático	Rocha	1-Mar-00	7	Habladurías de Fox
44	El vaquero y el banquero	Rocha	8-Mar-00	7	Control de los banqueros sobre Fox.
45	Echándole crema a sus tacos	Rocha	14-Mar-00	10	Ignorancia de Fox
46	En carpaña	Rocha	27-Mar-00	6	Teatros del candidato
47	Cuidando la imagen	Rocha	22-May-00	6	Imagen de Fox
48	Vicente Fax	Rocha	24-May-00	7	La mitad de un candidato
49	Round de Sombra	Rocha	26-May-00	7	Él mismo su peor enemigo
50	Los hermanitos Bi-Bancos	Rocha	29-May-00	6	Nexos con el Fobaproa
51	De tepocatas y chapulines colorados	Rocha	8-Jun-00	6	Nexos con el Fobaproa
52	Senadores perfeccionistas	Rocha	18-May-00	7	Vargas Llosa-Fox

ROUND DE SOMBRA



26/05/00 página 7

ROCHA

3.2.2 La “vestida”: Francisco Labastida

Se formó en el seno de una familia de clase media de provincia. Su padre fue médico en la ciudad de Los Mochis. Su bisabuelo combatió a lado del Presidente Benito Juárez como Comandante del Escuadrón “Guías de Jalisco”. Su vocación social se formó en la Universidad pública. Se graduó en la Escuela Nacional de Economía de la UNAM, con una tesis sobre “*Política Fiscal en Países Subdesarrollados*”.

Siendo todavía joven adquirió experiencia internacional al estudiar Economía en Santiago de Chile, en el Instituto Latinoamericano de Planeación Económica y Social de la CEPAL. Siendo economista y político, adquirió la experiencia en el arte de gobernar durante 6 años como Gobernador del Estado de Sinaloa y en sus 37 años de servicio público.

El candidato del PRI es un político de 57 años con probada maestría para realizar lo posible. Muy pocos hombres del sistema han tenido la oportunidad, y sobre todo la capacidad, de ocupar la titularidad de 3 Secretarías de Estado; en 1982, la Secretaría de Energía, Minas e Industrias Paraestatales; en 1995 la Secretaría de Agricultura; en 1998 la Secretaría de Gobernación.⁷⁷

Fue 4 años presidente del Consejo de Administración de PEMEX, otros 4 años de su vida los dedicó a conocer los problemas del campo y de la productividad ejidal. Fue el único gobernador que, en 1989, organizó (por primera vez en México) la elección democrática de los Presidentes Municipales de los 18 municipios de Sinaloa.

En los años 80, fungió como Secretario de Energía. Y en 1993 fue nombrado Embajador en Portugal. Como secretario de Gobernación, enfrentó el conflicto de Chiapas y el problema de la UNAM, que se inició en febrero de 1999.

Labastida surge como candidato para la presidencia cuando los nuevos estatutos del partido ponían como condición a quienes querían ser candidatos a puestos importantes haber ocupado un puesto de elección popular, estatuto que lo benefició pues dejó fuera de la contienda a muchos colaboradores del entonces presidente Ernesto Zedillo. Las nuevas reglas provocaron que los presidenciables dentro del PRI se redujeran a sólo cuatro: Humberto Roque Villanueva, Manuel Bartlett Díaz, Roberto Madrazo Pintado y Francisco Labastida Ochoa.

El presidente Zedillo hizo sentir su preferencia cuando Esteban Moctezuma (el entonces secretario de Desarrollo Social), se convirtió en coordinador de campaña de Labastida. La atención se enfocó en Madrazo y Labastida, quienes se mostraban como los más fuertes candidatos para ganar la elección interna. Entre descalificaciones y amenazas de ruptura de estos, se llegó a la votación: Labastida triunfó con poco más de cinco millones de votos.

⁷⁷ <http://www.pri.org.mx/publicaciones/examen/numeros/2000/127/p066n1.htm>

De esta forma, el ex secretario de Gobernación se convirtió en el abanderado del PRI a la Presidencia de la República. Pero en esta ocasión Labastida era visto como un candidato de bajo perfil, sin gran carisma; lo cual ponía al partido oficial en verdadero riesgo de perder los comicios presidenciales (por primera vez en setenta años).

Rocha personifica al candidato del PRI como un hombre mayor, sin carisma y sin personalidad, como una forma sutil de compararlo con la decadencia de su partido. Con respecto a sus propuestas hace mofa de esas clases de inglés y computación que ofreció. En uno de sus cartones titulado “La campaña va...”, Rocha dibuja al candidato en un barco que esta a punto de hundirse, mientras él se encuentra entretenido en la computadora y dice “conmigo tus hijos van a poder aprender a navegar en Internet”.

LA CAMPAÑA VA...



15/05/00 página 10

ROCHA

Fisgón centra su atención a los problemas de campaña que ha tenido el candidato; por ejemplo, menciona (en varios de sus cartones), que en las encuestas Labastida en vez de subir va en picada. El 10 de mayo de 2000, en plena celebración del día de las madres, el candidato priísta apareció en el programa matutino *Hoy* de la cadena Televisa. En dicha emisión, Labastida tomó parte del baile con el que celebraban los cumpleaños de los televidentes. Fuera de la gracia, ridículo o pena que haya provocado este acto de proselitismo desesperado, los caricaturistas tuvieron material suficiente para atacarlo. Con un juego de palabras, Fisgón, habla de la ocasión en que Labastida se presentó en el Programa *Hoy* (y tomando en cuenta que prácticamente iba a perder en la contienda) el texto del cartón dice: “Existen pruebas irrefutables de que ahora sí: ¡Labastida ya bailó!... Salió en la Tele, pero en las encuestas está bailando más gacho.”

POR SI LO DUDABAN

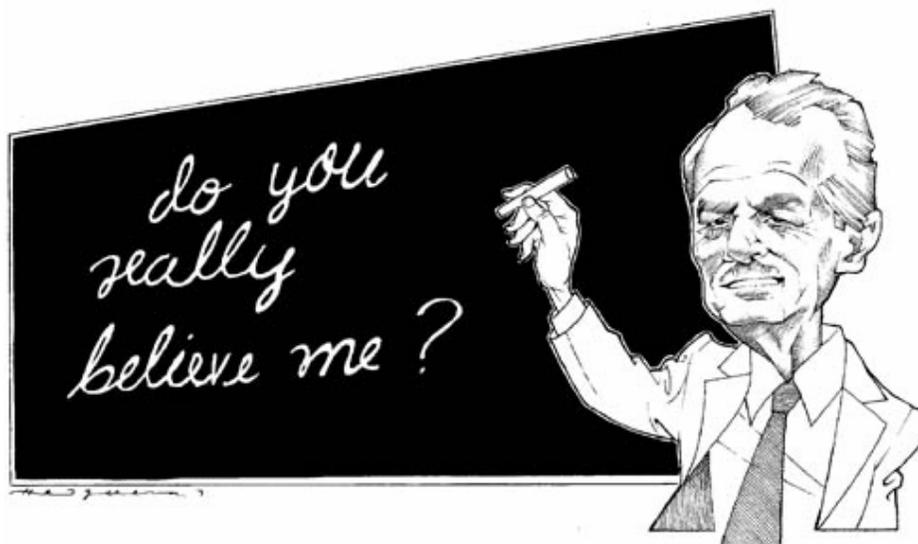


11/05/00 página 5

FISGÓN

Magú y Helguera también retoman las propuestas de campaña del candidato (inglés y computación). Magú en uno de sus textos hace que Labastida diga a las mujeres: “Yo les prometo partos gratis, estén o no estén embarazadas”. Y en más de dos de sus cartones retoman la declaración de Labastida con respecto a que los mexicanos han sido “invisibles para muchos presidentes”.

PRIMERA LECCIÓN



16/03/00 página 6

HELGUERA

En estos momentos electorales, Oscar Espinosa fue acusado de peculado sumándole un tropiezo más a la candidatura de Labastida. El PRI atravesaba por el peor momento de su historia, ya no tenía credibilidad y a pesar de todo cuanto hacía para mantenerse en la contienda electoral solamente daba “patadas de ahogado”.

Helguera, quien publicó más al respecto, da a entender que el menor de los males había sido no presentar su declaración patrimonial, pues había estado relacionado con otros tantos fraudes del PRI, como lo fue el financiamiento del partido en 1994, su elevado aguinaldo e incluso su pensión.

EXPERTO EN CAMPAÑA



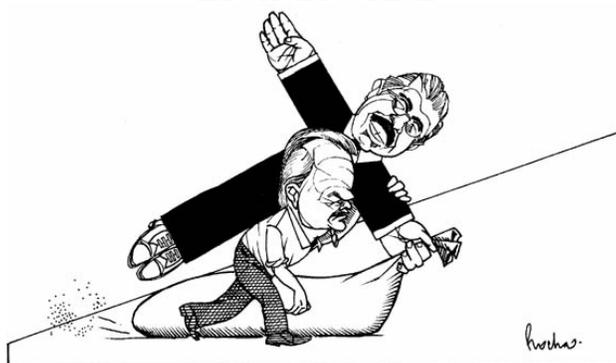
12/04/00 página 7

HELGUERA

Con respecto a lo publicado por Fisgón, se puede retomar que a través de sus trazos logra identificar que la forma en que los litigantes del partido, incluso el mismo Labastida, defendieron a Oscar Espinosa fue diciendo que se trataba de una medida política del PRD en momentos de elecciones, pero nunca dijeron que era honesto.

Sin duda este tema dejaba muy mal parada la campaña de Labastida, quien de por sí venía cuesta abajo en las encuestas. Con la ventilación del nuevo fraude de unos de los militantes del partido, se sumaba una razón más para la poca credibilidad del candidato. Por lo que fue muy atinado el cartón de Rocha al hacer ver que Oscar Espinosa se convertía de pronto en la “cruz” que Labastida tenía que cargar.

LA CRUZ NO PESA



21/04/00 página 7

ROCHA

EL PRI: LABASTIDA					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Defendiendo al compadre	Fisgón	31-Mar-00	5	Caso Oscar Espinosa
2	El PRI investiga a Oscar	Fisgón	19-Abr-00	5	Caso Oscar Espinosa
3	¿Quién dice que no se puede?	Fisgón	25-Ene-00	5	Topes de campaña de Labastida
4	Casta a la vista	Fisgón	4-May-00	5	Encuestas a la baja
5	La cosa está grave	Fisgón	10-May-00	5	Tráfico de órganos: campaña Labastida
6	Por si lo dudaban	Fisgón	11-May-00	5	Visita de Labastida en el Programa Hoy
7	Campaña priísta	Fisgón	12-May-00	5	Encuestas a la baja
8	Un mundo nos vigila	Fisgón	19-May-00	5	Transas de Labastida
9	Recorte	Helguera	3-Mar-00	6	Propuestas de campaña
10	Primera lección	Helguera	16-Mar-00	6	Propuestas de campaña
11	Eso no se vale	Helguera	8-Abr-00	3	Declaraciones
12	Alarma	Helguera	19-Abr-00	3	Encuestas a la baja
13	Galardones Democráticos	Helguera	29-Jun-00	6	Campaña de Labastida
14	Ardua Búsqueda	Helguera	15-Ene-00	3	Caso Oscar Espinosa
15	Expertos en campaña	Helguera	12-Abr-00	7	Caso Oscar Espinosa
16	Bakman y Roban	Helguera	28-Jun-00	8	Caso Oscar Espinosa
17	Día de la mujer	Magú	9-Mar-00	3	Propuestas de campaña
18	Vientos de la madre Patria	Magú	14-Mar-00	3	Propuestas de campaña
19	La sana ceguera	Magú	11-Abr-00	3	Declaraciones

20	Invisibles todos	Magú	12-Abr-00	3	Declaraciones
21	El que le falta	Magú	4-May-00	3	Fidel Velásquez
22	Llaves	Magú	30-May-00	3	Nexos con el Fobaproa
23	La cruz no pesa	Rocha	21-Abr-00	7	Caso Oscar Espinosa
24	Mejor aclarar	Rocha	28-Ene-00	7	Gestiones de Labastida
25	Incidentes históricos	Rocha	3-Mar-01	7	Imagen de Labastida
26	Promesas del nuevo PRI	Rocha	16-Mar-00	7	Propuestas de campaña
27	Tráfico de órganos	Rocha	10-May-00	12	Tráfico de órganos: campaña Labastida
28	La campaña va...	Rocha	15-May-00	10	Propuestas de campaña
29	Cierredilas en el Zócalo	Rocha	19-Jun-00	6	PRI se apropia del país
30	La gloria de la impunidad	Rocha	14-Ene-00	7	Caso Trevi-Andrade

CAMPAÑA PRIISTA,



12/05/00 página 5

FISGÓN

CASTA A LA VISTA



04/05/00 página 5

FISGÓN

3.2.3 La tercera no es la vencida: Cuauhtémoc Cárdenas

Nació el 1 de Mayo de 1934. Estudió Ingeniería Civil en la Escuela Nacional de Ingenieros de la UNAM. “En 1954 encabezó la protesta nacional de los Estudiantes Mexicanos por la invasión de Guatemala. Fue participante en la Conferencia Latinoamericana por la *Soberanía Nacional, la Emancipación Económica y la Paz* (1961). De 1961 a 1965 se convirtió en miembro del Comité Nacional del Movimiento de Liberación Nacional.”⁷⁸

De 1967 a 1968 fue presidente del Consejo Técnico Consultivo de la Confederación Nacional Campesina (CNC). Y dos años más tarde encabezaba la Comisión del Instituto de Estudios Políticos y Sociales del PRI (IEPES), para estudios del Desarrollo de la Región de los Ríos (Tabasco, Chiapas y Campeche). Fue precandidato a la Gubernatura de Michoacán en 1973, senador de la República (1976-1982) y gobernador Constitucional del Estado de Michoacán (1980-1987).

Primero encabeza la Corriente Democrática en el PRI de 1986 a 1987, pero posteriormente lo hace como movimiento independiente. A finales de este año y parte del siguiente lleva a cabo la campaña política por la Presidencia como candidato de los partidos PARM, PFCRN, PPS Y PMS ⁷⁹ (contienda que por cierto pierde).

En 1988 se convierte en el coordinador nacional del Frente Democrático Nacional (FDN) y encabeza el llamamiento a formar un nuevo partido. Al año siguiente, es electo coordinador nacional en la Asamblea Constitutiva del Partido de la Revolución Democrática (PRD), en donde pronto se convertiría en el Presidente del Partido, a partir de su Primer Congreso Nacional (1990).

Renuncia a la Presidencia del Partido, cuando transcurre el año de 1993, porque es postulado como candidato a la Presidencia de la República por el Comité Nacional Ciudadano. En 1994 es oficialmente el candidato a la Presidencia por el PRD y Alianza Democrática Nacional (contienda que también pierde, al igual que la anterior). En 1995 es presidente de la Fundación para la Democracia y dos años más tarde jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Cuauhtémoc Cárdenas nació en la casa presidencial mexicana. Vivió de niño la gestión de su padre y, como adolescente, los múltiples cambios políticos que impusieron administradores poco sensibles a los problemas del pueblo, incapaces de superar los logros de su padre, y presionado por el desarrollo de conflictos entre clases y grupos, las tensiones intervencionistas norteamericanas y su propia incapacidad de ampliar los horizontes de lo posible a realizar con este gran país.⁸⁰

⁷⁸ <http://www.terra.com.mx/especialesnoticias/articulo/138384/default.htm>

⁷⁹ PARM (Partido Auténtico de la Revolución Mexicana), PFCRN (Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional), PPS (Partido Popular Socialista) y PMS (Partido México Socialista).

⁸⁰ <http://www.memoria.com.mx/105/105mem07.htm>

Como ya se mencionó, Cárdenas fue el eterno aspirante a la Presidencia de México desde 1988, su destino en ese proceso electoral se definió con la palabra *fraude* (es conocido el episodio de la caída del sistema de computo de elección). En 1994 Cárdenas lo intentaría por segunda ocasión, pero esta vez su suerte estuvo echada negativamente (factores como el alzamiento zapatista, el asesinato del candidato priísta Luis Donald Colosio, el voto del miedo y un infortunado debate ante el panista Diego Fernández lo relegaron hasta la tercera posición de las preferencias). Sin embargo, el ingeniero tuvo su revancha en 1997 al ganar la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, pero se vio opacado por la tibieza de su gestión y la ciudadanía se decepcionó ante la pasividad que mostró. Para colmo, en el 2000, en su tercer intento por alcanzar la primera magistratura se encontró con un antiguo y peligroso rival: Porfirio Muñoz Ledo, quien lo acusó de imposición, lo que hizo su candidatura por el PRD mucho más controvertida. Además, la revelación de una reunión con su enemigo acérrimo, Carlos Salinas, provocó que se acentuaran más los factores que dificultarían su ascenso hacia la presidencia

A pesar de los factores en su contra, el PRD apoyó incondicionalmente a Cárdenas en su candidatura. Los caricaturistas de La Jornada, como simpatizantes de Cárdenas y del PRD, trataron de mostrar cosas buenas del perredista y si acaso había crítica no era tan fuerte como en el caso de Vicente Fox y Francisco Labastida. Incluso el hecho de no haber tantos cartones sobre el ingeniero implica un apoyo indirecto por parte de los caricaturistas: así no había crítica contra él. Si bien es cierto que la línea de la publicación es de izquierda, los caricaturistas en su momento sí dieron algunos mensajes críticos cuando se hizo evidente que la campaña perredista no marchaba bien.

Con respecto al candidato del PRD, Magú y Rocha coinciden en la decadencia de Cárdenas después de haberse postulado un par de ocasiones a la Presidencia y haber perdido, de ahí el texto del cartón de Rocha: “si como llena las plazas llena las urnas...”.

ZÓCALO LLENO



26/06/00 página

ROCHA

Magú, por su parte, resalta la mala relación entre los banqueros y el candidato, después de que éste declaró que los banqueros son usureros y ladrones. Como ya lo había mencionando, este cartonista insiste en sus cartones en comparar al país con un barco que se hunde y que mientras eso pasa los candidatos hartan a la gente con sus discursos y “mentadas”.



Habría que aclarar que el candidato perredista, pese a que su partido se consideraba entre los más fuertes, fue una figura opaca y sin mucha presencia en la contienda. De ahí que los cartonistas se centraran en dibujar más a Fox y Labastida, retomando a Cárdenas sólo para retratarlo como ese político que no ha sido capaz de superar el fantasma de su padre y que siendo la tercera vez que se postulaba a la Presidencia era un contrincante sin fuerza y sin posibilidades de ganar.



En resumidas cuentas, lo que los cartonistas pudieron revelar a través de su trabajo fue que Cárdenas era un candidato claramente desgastado por su gestión gris al frente del Gobierno del Distrito Federal, sin una estructura de vigilancia del voto en todo el país, sin un planteamiento programático claro, sin una dirección política legitimada, con alianzas clientelares con algunos dirigentes de movimientos sociales y hasta en medio de fuertes críticas por el papel, a veces lamentable, que algunos de sus dirigentes jugaron en conflictos como el de la UNAM.

EL PRD: CÁRDENAS					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Pleitos con Don dinero	Magú	6-Mar-00	3	Banqueros-Cárdenas
2	Pleito Crediticio	Magú	7-Mar-00	3	Banqueros-Cárdenas
3	El prietito en el arroz	Magú	10-Mar-00	3	Corrupción
4	Daño moral	Magú	15-Mar-00	3	IFE-Cárdenas
5	Seria amenaza	Magú	15-Jun-00	3	La tercer candidatura
6	Oxígeno a Cárdenas	Rocha	15-Mar-00	10	Decadencia de Cárdenas
7	Zócalo lleno	Rocha	26-Jun-00	6	La tercer candidatura
8	Diego al rescate	Rocha	9-Mar-00	7	Contienda por el Gob. Del Distrito Federal
9	Zócalo lleno	Fisgón	6-May-00	5	Marcha de AMLO

3.2.4 Los ninguneados: Rincón Gallardo, Muñoz Ledo y Camacho Solís

Gilberto Rincón Gallardo y Meltis nació el 15 de mayo de 1939. Estudió Derecho en la UNAM. Su mayor satisfacción en el terreno de la política ha sido el haber desarrollado toda su carrera política sin estar en puestos oficiales o haciendo componendas con el régimen que considera injusto. Por ello celebra haber sido toda su vida un político opositor a ese gobierno injusto, pues se siente orgulloso de esa independencia política que siempre vivió; esto según sus palabras, escritas en una encuesta realizada por estudiantes.⁸¹

Su principal preocupación son los jóvenes, debido a la incertidumbre a la que se enfrentan; pues a diferencia del pasado, una carrera universitaria no garantizará empleo ni la estabilidad económica y el ascenso social. En realidad, los universitarios son una minoría y aquellos jóvenes que no lo son y se encuentran ya en el mercado de trabajo tampoco tienen un futuro seguro. La pobreza en México tiene sexo y edad, por eso las personas más vulnerables en México, considera Gallardo, son precisamente las mujeres jóvenes.

Gilberto Rincón Gallardo ha sido miembro fundador del Movimiento de Liberación Nacional y del Partido Comunista Mexicano, así como Secretario General del Partido Mexicano Socialista, autor de obras de lectura obligada, entre las que destacan: *Medios, Democracia, Fines, Estudios sobre Valores, El Futuro de la Izquierda en México e Iglesia y Cultura en América Latina*, entre otros.⁸²

⁸¹ <http://www.presenciaciudadana.org.mx/gil.html>

⁸² <http://www.cddhcu.gob.mx/comisiones/estudios/rincon.htm>

Gilberto Rincón Gallardo proponía durante su campaña para la Presidencia de la República que: en los primeros tres años de su gobierno serían creados 2.4 millones de nuevos empleos para jóvenes entre 18 y 29 años. Proponía el 7% del presupuesto de egresos de la Federación para asignar a las universidades públicas, y que el incremento de jóvenes que accedieran a la educación superior, sería de 20%. Además, incorporaría al gabinete al menos un 50% de mujeres para que apoyaran la gestión de su gobierno. Finalmente, como parte de su programa económico, buscaría que 20 millones de mexicanos salieran de la pobreza extrema.

Porfirio Muñoz Ledo se ha entregado a la docencia, la administración pública, la diplomacia, el parlamento y la diligencia política. Cursó la licenciatura en Derecho en la UNAM de 1951 a 1955 y el doctorado en Ciencia Política y Derecho Constitucional en los años 1956-1958 en la Universidad de París. Fue presidente de los estudiantes de Derecho y secretario de la revista universitaria *Medio Siglo*.

Ha sido profesor en la escuela Nacional Preparatoria y en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM; Escuela Normal Superior, El Colegio de México y la Universidad de Toulouse en Francia entre 1955 a 1990. Ha dado cursos y conferencias en numerosas universidades de México, América Latina, Estados Unidos y Europa, en el campo de *la Historia Nacional y Universal, las Instituciones Políticas de México, la Teoría del Estado y los Sistemas Constitucionales comparados*.⁸³

Tuvo una larga carrera en el servicio público al que se incorporó al terminar la escuela preparatoria. Ha sido Subdirector de Educación Superior e Investigación Científica (1961-1964), consejero de la Embajada de México en Francia (1965), secretario General del IMSS (1966-1970), subsecretario de la Presidencia de la República (1971-1972), secretario de Trabajo y Previsión Social (1972-1975) y secretario de Educación Pública (1976-1977).

Fue también representante de México ante las Naciones Unidas (1979-1985); en esa calidad fue presidente del Consejo de Seguridad de la ONU. Presidente del grupo de los 77. Coronador de las Negociaciones Económicas Globales y Presidente de la Comisión Mundial de Fuentes de Energía.

Muñoz Ledo fue invitado para coordinar la campaña electoral del PRI en 1975 y en esa virtud asumió la Presidencia al Comité Ejecutivo Nacional de dicho partido. Años más tarde, fundó y presidió la Corriente Democrática que desembocó en 1988 en el Frente Democrático Nacional, del cual fue también presidente. Fue fundador del PRD, lo presidió entre 1993 y 1996. En 1999 funda el Movimiento Ciudadano denominado Nueva República. En 1988 fue electo senador por el Distrito Federal para la LIV y LV Legislatura y en 1997 fue electo diputado federal.⁸⁴

⁸³ <http://transicion.presidencia.gob.mx/curriculums/pmunozeledo.doc.PDF>

⁸⁴ <http://transicion.presidencia.gob.mx/curriculums/pmunozeledo.doc.PDF>

Muñoz Ledo presentó su proyecto de renovación nacional en octubre de 1998 e inició su campaña a la Presidencia de la República. En septiembre de 1999 fue postulado por el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana para ese cargo y en enero del 2000 se creó el movimiento *Oposición Nueva República* para promover su candidatura. El 25 de mayo de 2000, suscribió un acuerdo de convergencia y cooperación política con Vicente Fox, renunció a su candidatura Presidencial y se sumó a la “Alianza por el Cambio”.

Manuel Camacho Solís, nació en el Distrito Federal en 1946. Licenciado en Economía por la UNAM; con maestría en asuntos públicos por la Universidad de Princeton, en Estados Unidos. Fue profesor investigador del Centro de Estudios Internacionales de El Colegio de México. Asimismo, desempeñó el cargo de subdirector de Estudios Políticos del IEPES y coordinador de la comisión de rectoría del Estado.⁸⁵

En el gobierno Federal fue asesor del Director General de Nafinsa en 1978, subsecretario de Desarrollo Regional de la Secretaría de Programación, secretario de Desarrollo Urbano y Ecología y jefe del Departamento del Distrito Federal. Asumió la Secretaría de Relaciones Exteriores de diciembre de 1993 a enero de 1994, durante el sexenio de Carlos Salinas. El 10 de enero de 1994, se dio a conocer la designación de Manuel Camacho como Comisionado para la Paz y la Reconciliación en Chiapas. Posteriormente fundó y presidió el Partido del Centro Democrático (PCD), que obtuvo su registro en 1999. Coautor de *México y Argentina vistos por sus jóvenes* y autor de *El Futuro Inmediato*.

La presencia en la contienda electoral de los candidatos Gilberto Rincón Gallardo (PDS), Porfirio Muñoz Ledo (PARM) y Manuel Camacho Solís (PCD) fue prácticamente nula. Y con esa misma intensidad aparecieron plasmados en los trabajos de los caricaturistas.

CANDIDATOS NINGUNEADOS



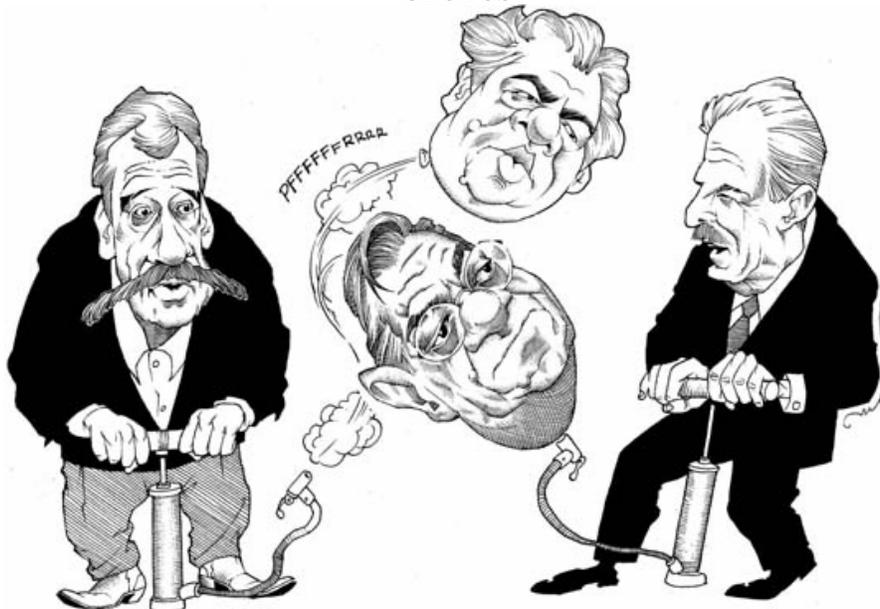
27/03/00 página 5

HELGUERA

⁸⁵ <http://www.sre.gob.mx/acerca/cancilleres/diez.htm>

Solamente Helguera hace mención de ellos, aclarando que se trata de candidatos “ninguneados” que sólo podrían tener presencia si aceptaran alianza con alguno de los partidos fuertes. Por lo que relaciona a Rincón Gallardo y a Camacho con el candidato del PRI y a Porfirio Muñoz con el PAN.

GLOBOS



18/05/00 página 6

HELGUERA

QUÉ GACHO, CAMACHO



23/03/00 página 3

HELGUERA

SUS CONDICIONES



17/05/00 página 6

HELGUERA

ALTAS TAREAS



15/06/00 página 6

HELGUERA

Por su parte Rocha, Figsón y Magú, mencionan únicamente a dichos candidatos “ninguneados” al hablar sobre la propuesta de alianza entre Vicente Fox y Porfirio Muñoz. Por ejemplo, Figsón retoma la alianza cuando dice en su cartón que “ninguno de los dos candidatos tienen palabra”.



LOS NINGUNEADOS: RINCÓN GALLARDO					
MUÑOZ LEDO Y CAMACHO SOLÍS					
No.	Título del Cartón	Caricaturista	Fecha	Pag.	Hecho
1	Que gacho, Camacho	Helguera	25-mar-00	3	Labastida-Camacho
2	Candidatos ninguneados	Helguera	27-mar-00	5	Candidatos débiles
3	La nueva izquierda	Helguera	8-may-00	6	PRI-Rincón Gallardo
4	Tráfico de Órganos	Helguera	12-may-00	6	Alianza Fox-Porfirio
5	¡Ah qué popilio!	Helguera	13-may-00	3	Alianza Fox-Porfirio
6	Sus condiciones	Helguera	17-may-00	6	PRI-Rincón Gallardo
7	Globos	Helguera	18-may-00	6	Candidatos débiles
8	Altas tareas	Helguera	15-jun-00	6	Alianza Fox-Porfirio
9	Fox Brothers INC	Helguera	26-jun-00	5	Ofrece Fox alianza a Cárdenas
10	Una de vaqueros	Rocha	12-may-00	7	Alianza Fox-Porfirio
11	Don Quifox	Rocha	29-jun-00	7	Alianza Fox-Porfirio
12	Mucha panza y poca alianza	Rocha	27-jun-00	6	Ofrece Fox alianza a Cárdenas
13	Casi nadie	Magú	15-may-00	3	Alianza Fox-Porfirio
14	Tal para cual	Fisgón	13-may-00	5	Alianza Fox-Porfirio

Como ya se ha mencionado, el análisis temático del cartón político de *La Jornada* durante la campaña electoral del 2000 arrojó que por medio de la tematización que la publicación hace en torno a los acontecimientos, los cartonistas a través de su trabajo son quienes reflejan la postura de la publicación y centran la atención de los lectores a un número reducido de temas relevantes para la agenda política.

Es debido a ello que, durante el periodo de estudio de la presente investigación, los temas hayan sido la decadencia del PRI, la compra de votos, el dedazo, las

descalificaciones entre candidatos y la huelga de la UNAM. No debe olvidarse, que los caricaturistas también centraron su atención en los personajes predominantes en la contienda; adjetivando a cada uno de los candidatos: el “vaquero”, la “vestida”, el “la tercera no es la vencida” e incluso los “ninguneados”.

En torno a los personajes es menester aclarar que cada uno de ellos tuvo una singular mención en la contienda, pero hay que aceptar que el candidato que apareció en un mayor número de cartones fue Vicente Fox: “el vaquero”. La carta fundamental del panista fue un discurso abierto y agresivamente anti-priísta (para canalizar el descontento existente en variados sectores sociales del país). Y aunque la privatización, la desregulación y la apertura fueron los ejes de su propuesta económica, la mercadotecnia hábilmente inundó el discurso foxista de esa idea abstracta del “cambio”.

Un primer asunto que es preciso considerar es que Fox desplegó un liderazgo carismático, basado en la estrategia de ostentarse desde el inicio como “auténtico ganador”. Se pretendió (y de hecho se logró) que la opinión pública “identificara” una pugna real por el poder “sólo entre dos candidatos” (Francisco Labastida y Vicente Fox) y se dejó de lado al resto de los candidatos; situación que se vio claramente en la intensidad en que cada candidato aparecía en los cartones políticos.

Conclusiones

El análisis temático fue la herramienta que permitió realizar la presente investigación debido a que la tematización supone la selección de un tema y su colocación en el centro de la atención pública; acción que los medios masivos de comunicación realizan, de ahí que se diga que “no son canales, son más bien coproductores” pues “no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirla.”⁸⁶ Esto es lo que los caricaturistas dejaron ver a través de sus cartones durante la campaña electoral del 2000, pues sus trazos fueron el reflejo de la postura de *La Jornada*, la cual, fungiendo como el mediador entre el sistema político y la opinión pública selecciona ciertos temas y los inserta en la opinión pública, señalando posibles opiniones y soluciones que dichos temas generan.

El humor del cartón político quizá no sea el que muestre la posibilidad de calificar a los personajes o a los hechos, como buenos o malos; pero en las figuras públicas se pueden apreciar cuestionamientos que conoce el pueblo y que no puede expresar, por lo tanto, el caricaturista es el que habla, es ese intérprete que conoce esa opinión y, debido a su carácter de comunicar, lo transforma en opinión gráfica: en caricatura. A lo largo de esta tesis fue posible comprobar que la caricatura exagera actitudes para dar mayor vida a una figura, personaje o situación; dramatiza gestos para impresionar más a través de sus trazos e incluso da mayor fuerza a lo que se pretende representar.

Aunque cada monero entiende de manera distinta lo que es la caricatura, en esencia es la misma idea; por ejemplo, para Gonzalo Rocha, el cartón político es muy de imagen, primero debes reírte y después entender de qué te estás riendo, pues el chiste es que la risa llegue primero, el cartón “tiene que ser sintético, tiene que ser “puntilloso”. Para Rafael Barajas la “caricatura es estrictamente informativa y con ello cumple una función social”; mientras que para Magú es una síntesis desprovista de argumentación.

Los cartonistas, al manejar un contexto político incierto (el periodo de estudio analizado en este trabajo fue de finales del año 1999 al 30 de Junio de 2000), no sólo mostraron una exposición de temas en torno a la campaña electoral, sino que centraron la atención en ciertas situaciones (tratamiento de los hechos), tales como: la decadencia el PRI, la compra de votos, el dedazo (relación entre Zedillo y el candidato del PRI) y la huelga de la UNAM como distractor de la campaña de los candidatos a la Presidencia.

Para la elaboración del presente trabajo, se analizaron un total de 183 cartones, de los cuales 14 fueron en torno al tema de la **decadencia del PRI**: 7 de ellos fueron de Magú retratando al PRI como dinosaurios; 3 de Rocha refiriéndose a ese “nuevo” PRI que más que otra cosa era el mismo de siempre; 3 de Helguera hablando de la desesperación de los priísta por verse vencidos en esa contienda y 1 de Fisgón sobre el total descrédito en el que se veía envuelto dicho partido.

⁸⁶ Grossi, *La Comunicación política y la mass media en comunicación política*, Ed. Milán, 1983, p.26.

En cuanto a la **compra de votos**, el mayor número de cartones fueron de Fisgón con 7 de 15 cartones; a través de sus dibujos dejaba ver la corrupción de la que siempre se había valido el PRI para mantenerse en el poder. En cambio al hablar del tema del **dedazo**, de las 12 caricaturas 5 fueron de Magú, 3 de Rocha, 2 de Ahumada y 2 de Helguera, todos ellos coincidiendo con la relación evidente entre el presidente Zedillo y el candidato del PRI.

Sobre el hecho de las **descalificaciones entre los candidatos**, de 27 cartones publicados al respecto, 9 fueron de Magú, 8 de Rocha, 4 de Helguera, 4 de Fisgón y 2 de Ahumada; de nueva cuenta los cartonistas coincidieron en que la campaña electoral que se vivió fue escasa en propuestas y debates de altura y que más bien se centró en ese pleito entre Vicente Fox y Francisco Labastida, abundando incluso en groserías y albures.

Al hacer mención de **la huelga de la UNAM** Rocha fue quien más habló al respecto, afirmando que dicho conflicto en su momento determinó el desplazamiento de la campaña de los candidatos, pues todos los medios de comunicación dieron una gran cobertura en torno al tema de la UNAM e hicieron a un lado el tema de las elecciones. En febrero, cuando entró la PFP a las instalaciones de la UNAM, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha coincidieron en desaprobar las acciones de las autoridades y abogaron por la liberación de los estudiantes presos. Es necesario precisar que sobre el tema de la huelga, de los 31 cartones publicados: 1 fue de Ahumada, 6 de Magú, 7 de Helguera, 8 de Fisgón y 9 de Rocha.

Con respecto al tratamiento de los personajes se hizo referencia a un grupo de protagonistas inmersos en la política (mencionados constantemente por los caricaturistas): Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Francisco Labastida Ochoa, Gilberto Rincón Gallardo, Manuel Camacho Solís, Porfirio Muñoz Ledo y Vicente Fox Quesada.

Así pues, la codificación hecha en cada apartado está directamente relacionada con las menciones que los caricaturistas dedicaron a cada protagonista. Por ejemplo, todos los cartonistas coincidieron en identificar a Vicente Fox (**el vaquero**), como un candidato hablador, mal hablado y bastante ignorante. Fue, precisamente, sobre él de quien se dibujó más: 52 cartones en total. 18 de ellos provenientes de la pluma de Fisgón, 14 de Rocha, 11 de Helguera, 7 de Magú y 2 de Ahumada. En torno a dicho personaje, surge la necesidad de aclarar que fue quien apareció en un mayor número de cartones; su discurso fue abierto y agresivamente anti-priísta e indudablemente la mercadotecnia inundó con singular habilidad el discurso foxista de esa idea abstracta del "cambio". Fox desplegó un liderazgo carismático, ostentándose desde el inicio como el "auténtico ganador". Incluso se logró que la opinión pública "identificara" una pugna real por el poder "sólo entre dos candidatos" (Labastida y Fox).

Francisco Labastida (**la vestida**), también fue muy dibujado, 30 cartones para ser exactos. En torno a este personaje hubo publicación equitativa por parte de los cartonistas y en su mayoría coincidían con identificar al candidato priísta con un sujeto poco carismático, un hombre mayor y que (muy seguramente) perdería en la contienda electoral, además de mencionar constantemente su propuesta de impartir clases de Inglés y computación en la

educación básica. Una situación, que por cierto, perjudicó aún más la imagen del candidato priísta fue el escándalo sobre el caso Oscar Espinosa, 8 cartones fueron de Fisgón, Helguera y Rocha (respectivamente) y 6 de Magú.

Con respecto al candidato del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas (**la tercera no es la vencida**), fueron pocos los cartones sobre él (9 cartones únicamente), la mayoría de Magú; quien con sus trazos recalca que pese a todos los intentos que ya había hecho el candidato para llegar a la Presidencia, se le podía augurar que de nueva cuenta iba a perder la contienda. Como ya se había mencionado, los caricaturistas dejaron ver a través de sus cartones durante la campana electoral el reflejo de la postura de *La Jornada*; de ahí que en su trabajo se apreció un apoyo indirecto al perredista; pues aunque en su momento sí fue criticado, la crítica no era tan fuerte como en el caso de Vicente Fox y Francisco Labastida (se mostró una presunta similitud entre PRI y PAN, de hecho se manejó que el proyecto del panista era una continuación de las políticas económicas neoliberales del gobierno). Sólo cuando fue evidente que la campaña perredista no marchaba bien, los caricaturistas fueron más duros en sus críticas.

Habría que aclarar que en torno a los tres candidatos restantes (**los ninguneados**), sus apariciones fueron casi nulas; si se les tomó en cuenta sólo fue para aclarar que se trataba de candidatos ninguneados que se les podía reconsiderar sólo si estuviesen dispuestos a una alianza con los partidos fuertes de la contienda: PAN, PRI y PRD (14 cartones en total se publicaron de los tres candidatos juntos: Rincón Gallardo, Porfirio Muñoz y Camacho Solís).

Ante tales resultado, se entiende que el sector que logró ver más allá, tanto situaciones como protagonistas, fueron los caricaturistas de *La Jornada*, quienes al encontrarse inmersos en la política tienen las herramientas y labor social de crear una opinión pública, pues a través de sus trazos logran definir la política misma y proporcionan pistas (antes de ocurrir la votación), no sólo de quien sería el ganador de la contienda, sino más bien mostrar las inaptitudes de dichos candidatos. Magú por ejemplo fue más radical en sus apreciaciones. Comparó, en muchas de sus caricaturas, al país con un barco en picada. Un país que necesitaba un verdadero candidato, con propuestas reales y bien pensadas que lo hiciera salir de esa crisis; sin embargo lo que se podía apreciar eran dimes, díretes y descalificaciones entre los candidatos.

Candidatos, por cierto, poco preparados, sin visión y compromisos reales. Por un lado se tenía a un Labastida desesperado por salvar a un PRI por demás acabado, un Cárdenas ya sin fuerza para enfrentarse en una nueva contienda electoral, tres candidatos (Gilberto Rincón, Porfirio Muñoz y Camacho Solís) realmente opacados por los partidos fuertes y un Vicente Fox que lejos de parecer la salvación del país y la posibilidad de “cambio” (como lo manejaba su lema de campaña), dejaba ver a un candidato ignorante, mal hablado y sin la capacidad necesaria de un presidente que se enfrentaría a un país fragmentado y en crisis.

Con la ayuda del presente análisis temático y con base en el estudio del perfil de cada caricaturista, se pudo comprobar la siguiente hipótesis: a través de la expresión del humor gráfico se puede cuestionar un hecho o personaje político para informar y representar la inclinación ideológica del medio; e inclusive se aprecia la incertidumbre que causaba el

posible triunfo de Fox y su incapacidad para gobernar de una forma eficaz. Es menester aclarar que durante la campaña para la elección presidencial del 2000 se pudo comprobar que existe un vínculo entre el periódico y los caricaturistas que trabajan en él, debido a que la selección de noticias que hizo la publicación dio pauta a lo que los cartonistas dibujaron durante ese periodo, los titulares y las notas que ocuparon las primeras planas también fueron los temas que se reflejaron en los trazos de las caricaturas publicadas.

Como menciona Gonzalo Rocha en entrevista al referirse a Vicente Fox: A mi no me convenció. Y menos basándonos en lo que proponía. Su oferta era ¡Ya... Ya... Ya...! ¡Hoy... Hoy... Hoy! No ganó mayor credibilidad ese candidato por su personalidad y mucho menos por sus propuestas. Probablemente nunca me imaginé que fuera tan bruto. Es difícil que te imagines que por más burro que seas, al menos debes de estar bien asesorado. Imagínate, que un mandatario no sepa quién es Jorge Luis Borges y le cambie el nombre, de verdad no te lo imaginas. La realidad nos rebasó, pero sí, Fox, visto como candidato, ya te podías dar cuenta de que sería un mal Presidente para el país.⁸⁷

De ahí que Magú en uno de sus cartones publicado el 24 de Mayo hace ver que sería un fracaso y llevarían al fondo del mar al país tanto el PRI, el PAN como el PRD. Aunque también hay que aclarar que en varios de los textos de sus cartones maneja que sería preferible, incluso, que ganará el PRI y no alguno de los otros candidatos perdedores: “Para esos ridículos dejemos al PRI seguir haciendo lo que sabe hacer”.



25/05/00 página 3

MAGÚ

26/06/00 página 3

MAGÚ

Del grupo de cartonistas analizados, es posible inferir que Magú es el personaje más anárquico, no cualquiera tiene la habilidad de hacer monos “horribles” tan parecidos al personaje de la vida política al cual se refiere. Ahumada, por su parte también tiene un estilo muy particular, utiliza muchas metáforas lo que le da un toque de distinción a su

⁸⁷ Datos tomados de la entrevista que esta tesista realizó el 15 de Mayo de 2007.

trabajo; mientras que Fisgón, Rocha y Helguera son de los cartonistas que se apoyan en el manejo del humor por medio de una combinación de dibujos y mensajes efectivos, despertando así la risa involuntaria que nos lleva al entendimiento inmediato.

La campaña electoral del 2000 evidenció la política fallida y por demás caduca del sistema político mexicano y los medios fueron los primeros en transmitir esa realidad social. El discurso periodístico (informativo y opinativo) se autodefine como el transmisor de “la actualidad”. Ante tal acontecimiento, los lectores se vieron obligados a acceder al conocimiento de las elecciones a través de esa “actualidad”.

Como ya se ha dicho, la teoría de la creación del temario apunta a que los *mass media* son los que imponen al público lo que han de pensar; Alsina señala que la efectividad del discurso periodístico no está en el “hacer creer” o en el “hacer hacer”, sino en el “hacer saber”.

Estudiar el cartón político no sólo implicó acercarse a la historia, sino también determinar el momento de coyuntura política que representó la campaña electoral y efectuar una observación detenida y meticulosa de cada uno de los cartones analizados, para poder así comprender la misión que la caricatura tiene y ya no considerarla, únicamente, como la parte chusca en una publicación, sino como esa combinación de dibujos y mensajes efectivos que con sólo mirarlos despiertan la risa involuntaria, pero a la vez un entendimiento inmediato. El caricaturista toma un papel fundamental como crítico del poder, tiene en sus manos la habilidad de retratar las debilidades de aquellos que usan y abusan del poder, sin importar ponerlos en ridículo para así mostrar sus errores.

APÉNDICE

ENTREVISTA REALIZADA AL CARICATURISTA DEL PERIÓDICO *LA JORNADA*: GONZALO ROCHA GONZALEZ PACHECO (ROCHA)

Por Claudia Guzmán García

¿Desde qué momento de tu vida te diste cuenta que te gustaba dibujar y que aparte tenías la habilidad de hacerlo?

Es una casualidad. Cuando iba en segundo de Primaria tuve una maestra muy mala, que no nos daba clase prácticamente. Y eso de que lo malo resulta no tan malo!. Llegaba tarde, no daba clase y encargaba al salón con los alumnos más grandes, pues ahí en vez de echar relajo a mi me dio más bien por dibujar. Ahí es donde descubrí que me gustaba.

No me importaba si dibujaba bien o mal, simplemente sabía que me gustaba el hecho de estar dibujando en mis ratos libres. Y los demás lo van notando, seguramente mis papás lo notaron, y te van dando varias cosas, te dan libros. Ya en la Primaria, sexto y quinto, recuerdo que me escogían para las cosas de dibujo, vamos como que los maestros te iban reconociendo que tenías esa habilidad.

¿Cuál ha sido la evolución que como caricaturista has tenido? ¿Qué desarrollo profesional y empleos te ayudaron a ingresar al periódico *La Jornada*?

En mi casa se compraban diarios, la influencia de la caricatura y esas cosas las tuve desde muy niño. Mis papás tienen una preparación, pero no son ni académicos ni artistas, gente común y corriente (mi papá tiene un negocio de muebles), lo único que quería era que no me dedicara a vender muebles. No había presiones en mi casa como para ser doctor, ser abogado... por fortuna!!!!

Y entonces, lo que si había era que se compraba mucha prensa. Había siempre una suscripción en un periódico, se compraban varios periódicos y revistas políticas (a mi papá le interesaban las que hoy llamaríamos como de izquierda, como de un criterio más crítico). Y bueno, yo entre que copiaba lo que me gustaba, yo creo que de ahí viene ese gusto por la caricatura política. Además de que leyerá comics (lo que lee un niño a su edad), pero ya tenía ese interés de ver a un presidente retratado, a los personajes de la política mexicana, a los personajes pintorescos mexicanos, en fin.

Realmente me empezó esta afición desde muy joven, a los 13-14 años. Yo tenía un amigo que también dibujaba y resultó que era primo de Sergio Arau, quien posteriormente estaría en *La Garrapata*. Como siempre estas revistas las hacen personas que están publicando y necesitan más gente, pues empecé a publicar ahí. Sergio me empezó a dar temas para trabajarlos. A veces me publicaban y a veces no; y es ahí en donde empiezas a tener retos. Cuando no te publican lo primero es que te enojas, pero por fortuna me dio por tomármela más en serio y de decir: "bueno tengo que trabajar más". Entonces, ves los resultados de tu esfuerzo, los publicaban cuando de veras los trabajaba. Esto fue en segundo de Secundaria.

Y por supuesto con un trabajo publicado en una revista, pues ya me fue fácil ir a un periódico. Empecé a trabajar en el periódico *El Día* a los 16 años. Estaba empezando la Prepa y pues ya llegué

con ese trabajo. Creo que llegué antes, a los 15 años, pero había una trifulca; gente que estaba renunciado y estuve un rato esperando a ver qué pasaba. Y pues tuve la suerte de estar del bando de la persona que se quedo.

El periódico *El Día* era oficialista, en lo que respecta a la política nacional (en donde nunca trabajé); estuve más bien en la sección Internacional, que tenía fama de ser muy buena y muy progresista y la verdad yo me quería fogear. Estuve trabajando un año y medio ahí. Tiempo después conocí a los compañeros con los que hoy trabajo. Magú que tenía un suplemento que se llamaba “*El más o menos*” (en el *Unomásuno*); me empezó a dar chance de publicar (era historieta), ahí dure otro año y medio.

En el *Unomásuno* nunca puede publicar. *La Jornada* fue el primer periódico que tenía muchos caricaturistas; en el *Unomásuno* estaba Magú como caricaturista principal y el Fisgón y Ahumada sólo tenían dos días a la semana. Yo alguna vez quise publicar, pero me dieron largas y pues no hubo chance. Y entonces, se “rompió una taza” otra vez. El *Unomásuno* lo dirigía, en aquel entonces, Manuel Becerra Acosta y decidió que era el accionista mayor y que (era cambio de sexenio) él creía en Miguel de la Madrid y que le parecía era lo mejor; pues hubo un choque y muchos que estábamos en contra decidimos renunciar. Estuve, entonces, un año desempleado.

Al mes de fundada *La Jornada*, Carlos Payan Verver me puso a prueba un mes, al término del cual me quedé en el medio hasta la fecha. Cuando empezó *La Jornada* estaba Helio Flores. Magú llegó un poco después, porque él se tenía que quedar en el *Unomásuno* porque era líder del sindicato y hasta que no acabará su periodo se podía salir, ya cuando salió pues se fue a *La Jornada*.

Los demás estábamos bailoteando un poco, todavía no teníamos un espacio fijo; el diseño era más cambiante, todos los días cambiaba. Estaba Granados Chapa y a veces se ilustraba con lo contenido en su columna. Por un lado esas cosas son como muy vivas, aunque a veces como que muy desordenadas, pero bueno este trabajo tiene de todo. Hasta que poco a poco cada quien fue teniendo su espacio, como ahorita.

Claro... en medio ¿qué te digo? En mis estudios... a la mitad de la Prepa me salí, ya estaba yo trabajando en ese tiempo. Posteriormente retomé mis estudios, pero en la Preparatoria abierta. Nunca estuve en la Universidad normal. Trabajé con pintores (otra cosa más allá de lo que aprendes de tu oficio) y estuve en muchos cursos en talleres independientes, incluso en el extranjero. No tuve la paciencia de permanecer en la Universidad, aunque nunca he sentido que he dejado de ser estudiante. Ahora, por ejemplo, estoy empezando la Universidad abierta en cuestiones de Historia, ¡quiero seguir estudiando, quiero ser fósil!

He notado que cada publicación periodística sigue cierta línea partidista, ¿esta línea que el periódico sigue ha llegado a determinar que tan libre eres de criticar a la izquierda, por ejemplo? ¿O más bien como caricaturista, pese a la línea política que tenga la publicación, tienes la completa libertad de dibujar sin ningún tipo de censura?

Yo empezaría con una frase que me dijo un amigo: “Yo no trabajo en lugares que no leo”. Para empezar yo creo que si no trabajara en *La Jornada* o si no trabajara en *Proceso* los compraría, sería mi periódico. De hecho en *Proceso* mi estancia es más corta. En *La Jornada* llevó 22 años y en *Proceso* llevó alrededor de 7 años. Pero sí siento que es el periódico, al que le creo, con el que me identifico. Como dice otra amiga, ahora que fue toda esta cuestión del 2006 y las elecciones: “bueno todos los periódicos mienten, pero *La Jornada* me dice las mentiras que yo sí quiero creer”.

Como tu empezaste la pregunta, todos los periódicos tienen una línea. Ahora, no he tenido una cerrazón. Estás en el riesgo, tu sabes que estás en un lugar donde si tu haces una critica de López Obrador te van a odiar; pero bueno, a veces lo hago.

A veces es que la gente se pone mas papista que el Papa. Con el Subcomandante Marcos de repente hubo cartones que no eran críticos, pero para la gente el hecho de que lo dibujaran ya era como un sacrilegio. Uno de los cartones que más quiero de mi trayectoria (y no porque haya quedado muy padre ni nada), porque era un cartón como que muy difícil. Era sobre el Subcomandante Marcos y era una solución muy chistosa, porque era sobre que habían soltado a Castellanos (el ex gobernador de Chiapas), lo tenían secuestrado y ese día lo sueltan ante las cámaras y aunque Castellanos no me caía nada bien, tu no puedes hablar bien de un secuestro. ¿Entonces cómo hacer un cartón de esa situación?

No hallaba la manera de resolverlo y por fortuna me leí una nota del día que lo secuestraron y descubrí que el día que se lo habían llevado de su Rancho se habían llevado dos vacas y que a la hora de devolverlo nada más habían devuelto a Castellanos. Entonces hice unos chistes de las vacas. Las imágenes de las vacas también vendadas con pañuelos y secuestradas resulto muy divertido. Resulto muy chistoso una solución así.

Por ejemplo, con respecto a López Obrador; yo no creo que alguien pueda estar en contra de “primero los pobres”. Creo que en un país donde hay tantos pobre, creo que no podemos estar en contra. Ahora, de ciertos manejos que hace de algunas cosas, pues no estoy de acuerdo y esas sí las he criticado. Y pues, a veces la gente se enojará. Yo si creo que la izquierda sigue en desventaja ante los otros dos partidos fuertes. Entonces esa parte si me cuesta. Si me cuesta hacer un cartón gratuito. A veces digo, bueno todo el aparato de la televisión, de la radio, de casi todos están en contra de estos (la izquierda); entonces de repente prefiero en vez de criticar algo que no me pareció de Obrador, prefiero atacar (por ejemplo) a Martita y a sus hijos, porque los dos son noticia.

Hace mucho tiempo hubo un leve enojo cuando hicimos un suplemento. Había caído el Muro de Berlín e hicimos el suplemento de ese tema y a todos les dio risa, estaba lejos de nosotros. Pero, después decidimos hacer uno de Cuba y Fidel Castro (era un aniversario de Cuba -26 de julio-) y sabíamos que había gente enojada al respecto y se nos perdió el suplemento. Pero por fortuna lo habíamos copiado, sabíamos que podía perderse; porque el pretexto de Carlos Payán (que era en aquel entonces el que recibía todas las presiones de que no se publicará eso) nos dijo: “Pues qué creen, que lo dejé en la cajuela del coche y se perdió”. Que bueno que pensamos que podía ocurrir esto y por eso hicimos una copia; ante esto ya no pudo decir que no y lo publicamos. Al otro día nos llovieron mentadas de madre por todos lados y llegaron muchas cartas. Esa fue la única vez que pasó eso, pero no se culminó, digamos no fue una censura pues no nos prohibieron.

¿Cómo es que logras transmitir a través de tus trazos lo que piensas en torno a un tema? ¿Hay una preparación previa (investigación, lectura de artículos, notas, entrevistas) para poder lograrlo? ¿Has estado frente al papel y un día te ha pasado que no se te ocurre nada... que no sabes por dónde empezar tu caricatura?

Desgraciadamente no es “un día te ha pasado” pasa muy a menudo. La caricatura, más o menos, es un trabajo (sobretudo en un país tan inquieto como México) de unas 4 horas sentado trabajando. Más o menos en eso te da tiempo de desarrollar el dibujo y la idea. Estoy hablando ya del trabajo formal, por supuesto ya te leíste el periódico, ya revisaste Internet antes. Porque si no se invertirían al menos otras 2 horas, contando la investigación previa.

Hay en algunas ocasiones tanta información que no sabes ni por dónde empezar. Por supuesto hay días que tienes más tiempo para dedicarle, pues que padre pues no estás con tanta presión; pero te digo que son 4 horas que nunca las debes de hacer menos. Porque si te empiezas a acostumbrar a hacerlo en menos tiempo, se empieza a ver en el trabajo. Empiezas a hacerlo a disgusto. Porque más o menos en 4 horas si tienes el chance de que si se te ocurre una idea compleja la puedes desarrollar. Si no te das ese tiempo la idea no la puedes desarrollar a gusto, a lo mejor terminas medio harto porque la idea que logras no era la que querías o no te da tiempo de “gráficamente” resolver bien tus trazos.

Como caricaturista necesitas encontrar una idea que realmente convenza. Yo creo que el humor es la parte sustancial del cartón. El humor tienen una cosa muy rica; a mí es la parte que me gusta. Cuando tocas esa fibra y haces reír es que estás diciendo cosas ciertas. “Dime de qué te ríes y te diré quién eres”.

Por supuesto como crítico, como caricaturista, soy enemigo de lo que se llama “escarnio”, de lo que se llama “sarcasmo”; estar haciendo un chiste cruel de la gente común, como se dice “no le pegues al árbol caído”. Creo que el humor que hacemos, periodístico, crítico... se hace criticando a los poderosos, esa es la cuestión. Criticar a esa gente que nadie se atreve a criticar, a la gente que todo el tiempo está rodeada de gente barbera. No tiene chiste que te burles de la gente pobre, de esa gente que ya trae el peso de que todos se han burlado de ella.

Entonces no se trata sólo de contar algo sobre un tema, me gusta contar un chiste sobre eso, encontrar dónde te ríes de eso. Desgraciadamente no todos los días se logra, pero esos son los grandes momentos. Es lograr ver esas cosas “visibles”, que ahí están a la vista de todos; pero que la mayoría no logra ver. Es tener esa capacidad de ver de otra manera las cosas y lograr leer entre líneas.

¿Cuáles características debe de tener una caricatura tuya para que te sientas satisfecho de ella? ¿La estética de tus trazos es importante para ti?

Básicamente a mi me gusta que te haga reír, que encuentres esa pestañita. En el cartón sí es mucho que se dé de golpe el entendimiento. Es muy de imagen, que los veas y primero te rías y a la mejor ya después entiendes de qué te reíste. Porque ese es el chiste, que la risa llegue primero. Es muy rico encontrar que las cosas coinciden, no nada más porque te reíste, sino porque coincidieron muchas cosas para que te rieras; pero tu risa es más rápida que tú. Ahí es donde esta la gracia de la síntesis. Entonces tiene que ser sintético, tiene que ser “puntilloso”.

Toda tu labor, toda la parte laboriosa que haces es para llegar a esa risa espontánea e inmediata que se logra con sólo mirar la imagen. La lectura debe de ser muy inmediata, “el que lo vio se río”. Porque a veces hay cartones que se quedan en tu posición política, esos a mi no me gustan. Es como decir: “yo pienso así y así es”. Y eso es como dejar tu trabajo a la mitad. El cartonista es un humorista, es una persona que debe de tener una idea más compleja, es lo mismo cuando es muy grosero, a ese tipo de cartones yo no les veo la gracia. Se que a veces se necesitan decir cosas fuertes, pero hay que decirlas con humor y no caer en la vulgaridad. No es una visión puritana, pero la grosería en sí no es nada; la gracia está en quién la dice, cómo la dice y en qué momento se dice. Si vas a estar hablando como “lépero” no tiene chiste, cualquiera lo puede hacer.

Al realizar mi análisis de los cartones políticos de *La Jornada* he tenido la oportunidad de ver que cada uno de los caricaturistas tiene su estilo propio. Por ejemplo, Ahumada hace mucho uso de metáforas, Magú tiene una forma muy singular de hacer sus “dibujos” e incluso utiliza muchos textos y diálogos. ¿Para ti qué tan importante es la utilización de metáforas o textos en tus cartones políticos? ¿La estética es importante para ti?

Si!!! Por supuesto que la estética es importante para mi. Es la parte como placentera de tu trabajo. Del trabajo de Magú a mi no me parece poco estético (aunque es muy “feísmo” con sus monos tan feos), pues me parece un trabajo estético, es muy trabajado; sus letritas tienen gracia, es un trabajo gracioso no falto de elaboración. A veces a mi también me gusta hacer como historieta, hay veces que tu idea no la puedes decir en “uno” y lo repartes en varios cuadros que es lo que te permite la historieta.

De repente si me doy ese chance de hacer uso de metáforas y textos, a veces se te ocurre una metáfora que complementa tu cartón. Ahumada tiene un estilo como muy definido, justamente hablaste de los dos que tienen estilos como que muy definidos. Todo mundo va teniendo un estilo en algún momento, pero el chiste es que tampoco sea como una prisión. Hay una frase que me gusta mucho, no es de un caricaturista es, más bien, de un pintor inglés que dice: “Yo pinto cuando quiero, como quiero y como quiero”. Te debes de dar el chance de hacerlo, pero hacer un trabajo que la idea quede bien completa, que quedes contento con esa. ¿Qué hiciste en el camino? Pues ¿quién sabe?... lo que hizo falta.

¿Has hecho algún cartón político cuando estás muy enojado por algo, y a causa de ese gran coraje que hay en ti es inevitable plasmarlo en tu cartón? Es decir, ¿has hecho un cartón de manera visceral?

Yo creo que el enojo puede ser tu primer resorte para decir: “Ah de esto lo quiero hacer, esto no me gusta y quiero criticar”. Pero como te decía hace rato, no me gusta plasmarlo... seguir enojado a la hora de dibujar. Es decir, tu enojo puede estar, pero el chiste es que tu le des la vuelta. De lo que se trata es: me voy a reír de las estupideces que están diciendo o de la situación tan ridícula o absurda. O sea voy a darle la vuelta a esa situación, nada más insultar no me daría nada (que sería la reacción tal vez natural de un enojo), no... eso no me gusta. Es mucho tiempo el que se le invierte para que uno lo desperdicie así.

Sin duda trabajamos en base de estar enojados, en realidad hay varias cosas que es para que te enojos: la situación que vive la gente en extrema pobreza, los privilegios que tienen las gentes en el poder en México, los niños que duermen en la calle, cosas así son indignantes. Entonces, si partes de muchos enojos, lees estas cosas y es terrible, pero el chiste es resolverlo de alguna manera. El chiste es no caer en el enojo y no darle solución.

Necesitamos no dejarnos envolver por el enojo, porque la violencia genera más violencia y ¿en dónde le vas a parar? La violencia es una provocación. Es muy fácil sacarte de tus casillas, el chiste es que tengas esa inteligencia de no caer en eso, lo necesario es cambiar las cosas. Entonces, quiero pensar que para eso sirve nuestro trabajo. No es sólo ser sarcástico con unos y con otros no; el chiste es con todos, hacer esa parte justa.

El momento histórico por el cual atravesaba el país durante las elecciones del 2000 ¿cómo fue visto y plasmado desde tu trinchera? ¿Qué fue lo que más te atrajo de las elecciones del 2000 para trabajar como cartonista? Qué esperabas como ciudadano y a la vez como periodista de las elecciones de ese año?

Pues fue un momento importante muy lleno de falta de expectativas. El PAN que llega al poder, pues no es el PAN más decente. Es un PAN muy pragmático. Si bien Fox si tenía una página de haber sido alguien que luchó por la democracia (se vio un fraude y él se tuvo que quedar en la banca por una negociación, varios años antes de ser gobernador de Guanajuato), a diferencia de Calderón que no tiene nada.

Fox al menos si tenía historia, fue un rebelde en su momento. Venía del mundo empresarial, donde hay tantos intereses. Yo jamás le creí mucho de lo que decía, era muy burdo. Ahora, si tu recuerdas ¿cuál era el lema de su campaña? ¿Qué ofrecía? Según era “cambio”, pero ¿qué decía? Era muy pobre: ¡Ya... Ya... Ya! ¡Hoy... Hoy... Hoy! Eso fue Fox, fueron las ganas de este país de echar para afuera al PRI, pero se logró relativamente porque el PRI ahí sigue vivo, porque no se metió a nadie a la cárcel.

Porque todos sus compromisos, que según él tenía, según con el iba a gobernar el espíritu de Alberto Castillo Nava, los 15 minutos de Chiapas y a la vez te prometía que iba a apachurrar a las “tepocatas” y las “tepocatas” siguieron ahí y de hecho eran parte de su gobierno, unas nuevas que trajo y una nueva con la que se casó.

Pero bueno, para mi no era más importante que eso. O sea no le veía nada. Si hubo un momento que me pareció esperanzador de él fue cuando viene Marcos a México y que de alguna manera él está de acuerdo. Seguramente no fue fácil para Fox, debió de haber tenido muchas presiones al dejar que un guerrillero ande por todo México, pero aún así dejó que viniera y estuvo bien. Ya lo que pasó después fue una decepción, no se hicieron las cosas que prometió (de lo cual son responsables los tres partidos). No hay que olvidar que voto el PRI, el PAN e incluso el PRD. Pues, ese es el único momento que dije a “mira este cuate si va hacer una política diferente”.

Y de hecho, hay un factor peligroso, porque él era un tipo carismático y tenía estas (no son virtudes), tenía estas cuestiones que no tienen muchos Presidentes; el hecho de ser pues atractivo, alto (por lo regular los otros son chaparros); entonces él es como que muy confiadote de su imagen. Por eso es de que deja a un lado lo otro, más allá de que no lea periódicos y eso. También es un tipo que en cuanto a su imagen es muy seguro, no se cuidaba ante las cámaras. Entonces hubo un exceso; pues descuidó mucho la imagen presidencial. Por ejemplo, Calderón ahorita tiene un problema porque es todo lo contrario; es chaparrito, peloncito, no tiene carisma, no es simpático y el otro tenía carisma. Rancheron, decir las cosas hay no más... como a la gente le gusta que le hablen. Calderón no cae bien, es muy gris.

Pero también llegó a excesos, estar tan expuesto a los medios, estar tanto en spots. Y por otro lado, que eso se vuelve una política, o sea las televisoras no hay sexenio que hayan ganado tanto y eso es un peligro para México. ¡Eso si es un peligro! Ahorita si los jueces no regulan esa Ley, ¡cuidado! De verdad, es que ya se está gobernando por las televisoras. Y lo que las televisoras pueden meter a la mente de la gente es preocupante. La manipulación es muchísima.

En Alemania las candidaturas no se pasan por Televisión porque en Alemania lo saben, un Hitler se puede hacer en la Televisión. Una campaña sucia se puede hacer en la Televisión. La tele es muy fuerte, la gente que hace la publicidad son profesionales, hasta para venderte lo que no

quieres comprar. A veces uno compra lo que ni se necesita, entonces igual “compras” un Presidente que tampoco quieres. Es un nivel muy bajo.

Creo que nunca habían sido así de agresivas las campañas, para empezar el PRI antes ganaba y ni se preocupaba por anunciarse, se empiezan a usar cuando hay competencia política. Para mi deberían de desaparecer los spots. Y hablando de candidaturas para Presidente menos, aparte de que es un gastadero de lana de nuestros impuestos. Es absurdo. Y es un nivel chafísima, nunca oyes una propuesta. A lo mejor el hecho no es que te prometan, sino que sepan por dónde hay que entrarle a este país.

Pero ya ni eso, si todo lo puedes ganar a base de publicidad, pues van a ganar los publicistas no los candidatos. Todo esto creo que está en el triunfo de Fox. Más allá de que, pues que bueno que sacó al PRI, pero para que entrara qué PAN. El PAN que entró son igual de tranzas. No voy a caer en esa trampa que manejó el PRI de que “nos van a extrañar” (para nada eran una bola de pillos e ineptos); pero el cambio es otra cosa. Para mi no hubo cambio. Hay muchos cambios que resultan peores.

¿Qué impresión te causaban y qué papel jugaron los candidatos que se enfrentaban en la contienda electoral? Se podía ver tres candidatos fuertes que representaban a los principales partidos políticos (PRI, PAN Y PRD) y su contraparte... los tres candidatos restantes. Pero en la contienda no hubo propuestas y más bien la campaña se centró en el pleito entre Fox y Labastida. ¿A través de esta situación se iba retratando qué clase de Presidente podía llegar al gobierno?

Pues ahí hay una cuestión que habría que cuidar. Lo que recuerdo de esa campaña (y recuerdo un antecedente desde tiempos de Madrazo, quien se quiso lanzar para ser candidato e hizo una campaña muy agresiva basada en su apellido) que la política en la Televisión empieza a volverse muy sucia, muy lodosa y muy baja.

Tu como caricaturista no podías hacer un juego de palabras de que Labastida era “la vestida”. No era algo que se hiciera, no debe ser. Labastida si le gusta vestirse de mujer tampoco va a determinar que sea un buen Presidente. No va ir, supongo, a una visita diplomática vestido así. No sé si lo ha hecho, si es un rumor; no sé a qué se deba a lo mejor nada más es un juego de palabras; bueno son juegos que si los hace el “Palillo” en una carpa pues están bien, pero que los empiecen hacer los candidatos es una desgracia.

Es una desgracia que el proceso democrático de México, que tantos años ha costado, se empiece a medir en esas estupideces. Bueno, como no tiene freno la Televisión, como la democracia se esta gestando así y que sean spots los que ganen y los candidatos se anuncien para tener raiting. A lo mejor los dos (Fox y Labastida) eran unos buenos para nada, pero que malo que sea por esas cosas que se gane una contienda electoral. Y pues, creo que de eso es lo que nos debemos de cuidar, de ver que entremos un poco en ese juego.

El hecho de que esté tan bajo el nivel de la política, no debería de ser que uno (como caricaturista) lo bajara, no se debería de retomar esos chistes. Eso fue de sus publicistas y allá ellos. Bueno, puede ser hacer parodia de esas cosas pero tendría que ser parando esos chistes tan absurdos y poco serios que los propios candidatos hacían. Lamentablemente las campañas se volvieron un albur, en donde en vez de propuestas lo único en lo que se centro fue en dimes y diretes, en estarse respondiendo en albures. Y así se la pasó gran parte de la campaña de ambos candidatos.

Y los dos fueron muy torpes, empezaron la campaña así. Labastida era de otro estilo, pero se dejó manejar por sus asesores de imagen. Se empezó a ver en eso y en vez de que Labastida dijera: “no yo soy otro tipo de candidato y yo me manejo de otra manera”, empezó a decir “no yo también quiero ganar raiting”.

Leyendo historia, uno de los Presidentes que más hizo por los indígenas en México (si quieres de manera paternalista, no lo sé pero lo hizo), fue Lázaro Cárdenas no en vano su hijo se llama Cuauhtémoc; sin embargo el iba a los lugares de los indígenas y nunca se vistió de indígena. Ahora, los candidatos de hoy cuando van los ves vestidos de lo que sea, si se tienen que pintar se pintan. ¡Que patético! Esto es algo que cuidarse, las campañas se han vuelto agresivas, se han vuelto de Televisión, se han vuelto poco profesionales. Empieza a hacerse un show de la política.

¿Podrías decir que a través de cómo se iban desarrollando las elecciones y campañas de cada uno de los candidatos, tu como caricaturista y periodista ya ibas vislumbrando quién sería el posible ganador de la contienda? ¿Antes de llegar a las votaciones ya sabías quién iba a ganar?

¡Si! Yo sí sabía que iba a ganar Vicente Fox. Mi pista en aquel entonces, recuerdo, fue cuando me hablaron de una encuesta hecha en el Sur de México. Yo si creo que por su estilo ranchero, pues si se ganaba al Norte (El Bajío) de donde viene. En cambio en el Sur la gente es distinta, es más respetuosa, pero de repente supe por medio de esa encuesta que en el Sur también iba ganando. Conocí gente, en algún viaje, que era priísta de toda la vida y que iban a votar por Fox; porque estaban hartos del PRI. Pues ahí es donde dije, pues si ya se ganó a la gente del Sur es seguro que gana.

¿Podrías decir que desde ese entonces tu (basándote en las declaraciones hechas por el entonces candidato del PAN, en sus comentarios poco atinados y mal pesados, en su poco seriedad, incluso en sus cualidades personales e intelectuales), tu desde ese momento llegaste a considerar que de llegar Fox a la Presidencia sería un mal mandatario, poco preparado y muy ignorante?

¡Si! A mi no me convenció. Y menos basándonos en lo que proponía. Su oferta era ¡Ya... Ya... Ya...! ¡Hoy... Hoy... Hoy! No ganó mayor credibilidad ese candidato por su personalidad y mucho menos por sus propuestas. Probablemente nunca me imaginé que fuera tan bruto. Es difícil que te imagines que por más burro que seas, al menos debes de estar bien asesorado. Imagínate, que un mandatario no sepa quién es Jorge Luis Borges y le cambie el nombre, de verdad no te lo imaginas. La realidad nos rebasó, pero sí, Fox, visto como candidato ya te podías dar cuenta de que sería un mal Presidente para el país.

Para terminar... ¿Tu como caricaturista y ciudadano que esperas de tu país? ¿Qué crees que hace falta? ¿Qué hay que cambiar? Y ¿hacia dónde vamos de seguir así?

Sin duda, si por algo me simpatizó López Obrador como candidato fue porque planteó el asunto de los pobres. Este es un país en que los ricos tienen un comportamiento absolutamente impune, hasta en países de primer mundo no hay los privilegios que hay aquí para los poderosos. Tiene que haber una energía del estado mucho mayor, ha habido pura cohabitación con el poder. Nadie se atreve a ponerle un alto a esta gente poderosa.

Siempre hay una parálisis de la gente que está en el gobierno ante los ricos (los empresarios) porque te van a dar dinero, pero vamos a ver ¿qué están dando? ¿Realmente están generando buenos

empleos? ¡No! están haciendo que la gente se enferme, no están dando Seguro Social. ¿Qué están haciendo como para tenerlos tan venerados y para que te de miedo tocarlos? Esa situación es la primera que debe de cambiar.

Además, a la gente que hace negocios le va convenir hacer negocios aquí. No tienes por qué tener tanto pánico de que se vayan. Que se vayan y vuelvan ¿A dónde van hacer negocios como aquí? Como cuando se dijo que Estados Unidos nos iba a boicotear. ¿Pues a quién va a boicotear? Son puras empresas gringas las que están en México. Entonces, ¡uhhh que miedo! Entonces van a boicotear a Coca Cola, a Wal Mart, tu solito te vas a dar en la torre.

Entonces, esa relación tiene que cambiar. Tiene que haber alguien que si tenga fuerza, que si tenga cierta autoridad, que no tenga cola que le pisen y que tenga esa ideología y no lo corrompa el poder, que de verdad lo sienta. Porque eso es lo que pasa, un político aunque venía a representar a la gente pobre, no más se sienta ahí y ya se siente rico y entonces se olvida. Tiene que haber la gente que tenga algo, que tenga principios, que realmente lo sienta.

Lo que me urge es que México saque a las Televisoras de sus procesos electorales. Si queremos crecer un poquito en Democracia eso sería un pequeño cambio que haría mucho bien. Lo que dice hoy el periódico, bien lo dice Corral (que fue de los que estuvo en contra la Ley de Televisa): “en el magistrado se está tratando una cuestión de darle o no privilegios a las Televisoras, pero en realidad de lo que se trata es del futuro de la Democracia y de la clase de Televisión que queremos tener”. Urge esto como presión social, que salgan las Televisoras de la vida democrática del país.

Y otra, es que México reconozca su pobreza, es un espejo que nunca se quiere ver. En todos los sexenios se ha buscado convertirnos en un país desarrollado. Se presume de que somos ya “la economía número 9”, sí una economía grande es y será, pero eso no hace que sea una economía con calidad, que sea educada, que tenga niños no muertos de hambre.

Entonces, a mi me gustaría que me prometieran menos que vamos a se la economía numero 5 y que en vez de eso mejoraran la situación de pobreza del país, que los niños van a tener escuela, que los niños ya van a tener un país mejor. Y que la gente que está realmente pobre va a tener cierta dignidad y que no la van a estar apachurrando como la apachurren ahora. ¡Eso para mi sí sería necesario! Como proyecto de país me parecería urgente.

Ya estamos viendo que la violencia no es gratuita, que tanta gente esté dispuesta a ingresar en el narcotráfico es porque hace muchos años no hubo oportunidades. Y de morir de hambre a morir después de haber sido rico al menos 3 años por haber sido narco, pues tu decides. Tanta gente en el otro lado. Quizá irse a Estados Unidos será una medida de crecer, pero ya ahorita es preocupante pues ya todo el mundo se va, ya de todos los estados se va gente a Estados Unidos y muchos no se van por gusto, sino porque no hay de otra. Estas cosas son muy tristes que ya nos están pasando y se van a poner peor de seguir así.

Tráfico de niños, todas estas cosas que son bastantes feas y son en parte porque desde hace mucho tiempo no venimos creciendo sanamente. Estamos en los delirios de políticos que de la noche a la mañana quieren ser un país desarrollado. Y la educación cada vez peor, la salud cada vez peor. Son las cosas que hay que cuidar. Eso sería para mi lo que podría darle otro tipo de futuro a este país. ¡Un verdadero cambio!

México, D.F., 15 de Mayo de 2007

Bibliografía

- ❖ Alsina, Miguel Rodrigo, *La Construcción de la noticia*, Ed. Paidós Comunicaciones, México 1993.
- ❖ Agostini, A., *La Tematización*, año IX, No. 4, 1984.
- ❖ Aurocochea, Juan Manuel, Bartia Armando, *Puros cuentos la historia de la historieta en México (1874-1934)*, Museo Nacional de Culturas Populares, SEP/Grijalbo, México 1988.
- ❖ Baena Paz, Guillermina, *Géneros periodísticos informativos*, Editorial Pax, México 1990.
- ❖ Benton, M. Y Fraizier, P.J., *La agenda setting función de los mass media y tres niveles de molde de información*, *Communication Research*, 1976.
- ❖ Camarillo Carvajal María Teresa, Curiel Guadalupe, Aguilar Isabel, *Hemerografía del Movimiento Estudiantil Universitario (1999-2000)*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas. Hemeroteca Nacional de México, México 2005.
- ❖ Carrasco Puente, Rafael, *La caricatura Política en México*, Universal, México 1998. (II tomos)
- ❖ Casillas Casillas, J. Oscar, *El defensor del lector: el caso de El País*, México 1998. Tesis FCPyS, UNAM.
- ❖ Crespo, José Antonio, *Urnas de palabra*, Espasa Calpe, México 1995.
- ❖ Dell Acqua, Amadeo, *La caricatura política*, Editorial Eudeba, Buenos Aires Argentina 1960.
- ❖ Donaldo Vilorio, Donaldo Alonso, *De la información a la opinión. Los géneros periodísticos*, Editorial Palabra Magisterio, Bogota Colombia 2005.
- ❖ Favela García, Alejandro; Martínez Rosas, Pablo, *México: ciudadanos y partidos políticos al inicio del siglo XXI*, UAM, México 2003.
- ❖ García, Elvira, *La caricatura en seis trazos*, UAM-Iztapalapa, México 1983.
- ❖ Giovanni Sartori, *Partidos y sistema de partidos. Marco para un análisis*, Vol. I, Alianza Editorial, Madrid 1987.

- ❖ Gómez Serrano, Roberto, *La historieta como medio de comunicación en la enseñanza: las funciones de la imagen*, México 1997.
- ❖ Gómez Tagle, Silvia, *La transición inconclusa: treinta años de elecciones en México*, Colegio de México, 2ª edición México 2000.
- ❖ González Ruiz, José Enrique, *Diario de la Huelga Rebelde*, Ed. Unios, México 2002.
- ❖ González Reyna, Susana, *Periodismo de opinión y discurso. Géneros periodísticos*, Trillas, México 1991.
- ❖ Grossi, *La Comunicación política y la mass media en comunicación política*, Ed. Milán, 1983.
- ❖ Gutiérrez Vega, Hugo, *Los moneros de La Jornada*, La Jornada Ediciones, México 1999.
- ❖ Hernández Jiménez, Araceli del Carmen, *Los moneros armando la grilla. El cartón en la Jornada del proceso electoral de 1988.*_Tesis FCPyS, UNAM.
- ❖ Juan Cotteret y Claude Emeri, *Los sistemas electorales*, Oikus Tau, Barcelona 1973.
- ❖ Loaeza, Soledad, *El llamado de las urnas*, Cal y Arena, México 1995.
- ❖ M. Antonio, *Historia del comic español*, Ed. Gustavo Gili, España 1987.
- ❖ Marín, Carlos, *Manual de Periodismo*, Editorial Grijalbo, México 2004.
- ❖ Marletti, C. *La información tematizada*, Ed. Milán, 1985.
- ❖ Olmos Medrano, Susana, *Los gritos de los moneros de la Selva Lacandona. Análisis temático de La Jornada durante de la sublevación en Chiapas*, México 1996. Tesis FCPyS, UNAM.
- ❖ Pazos, Luis, *La democracia y los partidos*, Editorial Diana, México 1997.
- ❖ Pérez Basurto, Apebas Alejandro, *Historia del humor gráfico en México*, Editorial Milenio, México 2001.
- ❖ Popoca Laguna, Carlos, *La caricatura: género de opinión. Las caricaturas de La Jornada durante el proceso electoral de 1994*, México 1996. Tesis FCPyS, UNAM.
- ❖ Pruneda, Salvador, *La caricatura como arma política*, Instituto Nacional de Estudios de la Revolución Mexicana, México 1984.
- ❖ Ramírez Corona, Lucia, *La caricatura en la guerrilla Chiapaneca*, México. Tesis FCPyS, UNAM.

- ❖ Ríos Eduardo, *Un siglo de caricatura en México*, Grijalbo México 1984.
- ❖ Rivadeneira Prada, Raúl, *Periodismo. Teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, Editorial Grijalbo, México 2000.
- ❖ Rodríguez García, Cristina, et al, *El grabado, historia y transparencia*, Paídos, Barcelona 1989.
- ❖ Saperas, Enric, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ed. Ariel, S.A., 1987.
- ❖ Zunio, José Guadalupe, *Historia de la caricatura en México*, Guadalajara Jalisco 1961.

Hemerografía

- Abascal y Macías, “*Adiós al Revolucionario Institucional*”, El Financiero, Sábado 2 de septiembre 2000.
- David Aponte, “*Luna de miel acapulqueña en Fox y banqueros*”, La Jornada, 5 de marzo de 2000.
- José Gil Olmos, “*Feria de spots, más que debate*”, La Jornada, 26 de abril de 2000
- José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, José Antonio Román, “*El gobierno, responsable del conflicto de la UNAM, coinciden 4 candidatos presidenciables*”, La Jornada, 7 de febrero de 2000.
- Marco Levario Turcott, “*Fox y los medios*”, Etcétera, Diciembre 2000.
- Ortiz Pinchetti, José Agustín, “*Informe final*”, La Jornada, Domingo 3 de septiembre 2000.
- Rodríguez Araujo, Octavio, “*Réplica a Roitman*”, La Jornada, 27 de julio de 2000.

Páginas de Internet

- <http://transicion.presidencia.gob.mx/curriculums/pmunozledo.doc.PDF>
- <http://www.cddhcu.gob.mx/comisiones/estudios/rincon.htm>
- <http://www.cimac.org.mx/noticias/00jun/00061503.html>
- http://www.elbalero.gob.mx/gobierno/html/gobierno/bio_fox.html
- http://www.lainsignia.org/2003/mayo/soc_032.htm
- <http://www.memoria.com.mx/105/105mem07.htm>
- <http://www.momoria.com.mx/138/Alvarez/>
- <http://www.presenciaciudadana.org.mx/gil.html>
- <http://www.pri.org.mx/publicaciones/examen/numeros/2000/124/p066n1.htm>
- <http://www.revistaprovida.info/011/art17.html>
- <http://www.ser.gob.mx/acerca/cancilleres/diez.htm>
- <http://www.terra.com.mx/especialesnoticias/artículo/138384/default.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/La_Huelga_en_la_UNAM_de_1999-2000