



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“Marta Sahagún en la caricatura de los moneros
de *La Jornada*”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(ESPECIALIDAD EN PERIODISMO)

P R E S E N T A

Paola Marín Ocampo

Asesora: Dra. Francisca Robles



México, D.F.

2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 mis padres que con su amor y apoyo, han logrado que mis sueños se hagan realidad y sobre todo enseñarme a cumplirlos.

A mi hermano Roberto que con sus consejos me ha hecho una persona mejor y me ha impulsado a criticar mis propios actos.

AGRADECIMIENTOS

Primero y antes que nada, gracias a Dios por siempre acompañarme y bendecir cada uno de los pasos que he llevado.

Sin importar el orden en el que aparecen agradezco a todos infinitamente su apoyo para cristalizar este anhelado sueño.

Montserrat que eres mi hermana y amiga, siempre me acompañaste en todo este largo proceso en el cual te estoy enormemente agradecida.

A mi abuela Josefina, que siempre me ha sabido aconsejar y guiarme para terminar cada uno de mis proyectos.

Este trabajo es también para ti: Héctor que siempre has sido un compañero inigualable y que me acompañas en este camino. Gracias por tu amor y tu presencia, que también motivaron a concluir este proyecto.

También agradezco a mis tíos Alberto y Carmen, que siempre y desde hace mucho tiempo, me han apoyado infinitamente. Gracias a ellos soy una persona que lucha por lo que quiere y con honestidad.

A mi asesora, que me tuvo la enorme paciencia para terminara este proyecto. Y que me apoyó en todo momento.

A todos mis profesores de la honorable Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por enseñarme a ser una profesionista integra y comprometida con la sociedad.

A mis amigos de la Preparatoria y Universidad, sin excluir a ninguno, gracias por regalarme su amistad y compartir esas experiencias que aún nutren nuestra amistad.

Mis amigas Ara y Liz que estoy en deuda con ustedes, por su tiempo y agradezco tenerlas siempre a mi lado ya fueron mi soporte en los momentos más adversos.

A Francisco, Marisela, Alma y Martha compañeros inigualables de trabajo que me brindaron todo el apoyo para terminar esto. Gracias por regalarme su experiencia y por ser parte de esta travesía al compartir este proceso conmigo.

Esto creo que se debe en gran parte a mis ángeles que todavía me cuidan y siempre han estado conmigo: mi abuelo Miguel (+), Mi abuelo Ángel (+) y mi tío Miguel Ángel (+).

Esta tesis es producto de un intenso trabajo de equipo, tal y como me enseñó mi familia, y quiero agradecer a todas aquellas personas que directa o indirectamente (Tíos, Amigos, Compañeros, Jefes, etc.) han alimentado mi vida.

GRACIAS A TODOS

ÍNDICE

Introducción.....	4
Capítulo 1 Generalidades de la caricatura política.....	7
1.1 La caricatura política como expresión gráfica.....	7
1.2 La función de la caricatura.....	11
1.3 Un repaso por la historia.....	13
Capítulo 2 Contexto Marta Sahagún: La persona.....	25
2.1 Marta Sahagún antes de casarse con Vicente Fox y su carrera política.....	25
2.2 Marta Sahagún después de casarse con el presidente Vicente Fox Quesada.....	28
2.2.1 Marta Sahagún y sus aspiraciones políticas.....	31
2.2.2 Marta y su labor altruista.....	33
2.2.3 Marta y su religiosidad.....	35
Capítulo 3 “La Jornada”.....	37
3.1. Orígenes de “La Jornada”.....	37
3.2 Línea Editorial.....	40
3.3. Línea editorial en el sexenio de Vicente Fox.....	40
3.4 Los Moneros y su línea editorial.....	43
3.4.1 Ahumada.....	44
3.4.2 El Fisgón.....	45
3.4.3 Helguera.....	46

3.4.4 Magú.....	46
3.4.5 Rocha.....	47
3.4.6 Hernández.....	48
Capítulo 4 De la acción a la Tematización del personaje Marta Sahagún.....	49
4.1 Definición de Análisis Temático.....	49
4.2 De las acciones a la tematización.....	55
4.3 Los Temas.....	57
4.3.1 Marta Sahagún y su matrimonio con Vicente Fox.....	65
4.3.2 Marta como la “Pareja Presidencial”.....	69
4.3.3 Marta Sahagún y sus Pretensiones de elegirse para la candidatura Presidencial del 2006.....	75
4.3.4 Marta y su labor Altruista.....	79
4.3.5 Marta Sahagún y el Problema Financiero con la Fundación “Vamos México”.....	82
4.3.6 Temas Generales.....	86
Conclusiones.....	90
Bibliografía.....	94

INTRODUCCIÓN

Marta Sahagún se convirtió en una figura política muy importante en nuestro país, a raíz de su matrimonio con el Presidente de México. Aunque el papel de la primera dama no tenía mucha trascendencia, con Marta Sahagún se transformaron los esquemas establecidos y como consecuencia una constante crítica y polémica en el ámbito político. El tema se abordará a través de la caricatura, como una expresión crítica de las personas, ideas o situaciones, con el propósito de ridiculizar y generar una opinión.

La necesidad de estudiar a un personaje tan complejo como el de Marta Sahagún, fue necesario recurrir al análisis temático y a la caricatura política, para poder entender mejor las acciones en la esfera política de este singular personaje.

Para ello en esta tesis, se dedicará en el primer capítulo titulado “La caricatura política”, a proporcionar diversas definiciones de caricatura política para entender su función en los medios de comunicación y su evolución en la historia de nuestro país.

La caricatura es importante, ya que su función es la de manifestar una opinión sobre las acciones y declaraciones de los políticos. El papel de la caricatura ha sido fundamental para acreditar o reprobar las acciones del gobierno y los gobernantes en turno, para hacer referencia a lo que dicen, lo que hacen o lo que harán nuestros en la esfera política. Es por eso que su importancia e impacto, hacen de esta investigación una herramienta útil para entender el movimiento mediático entorno a Marta Sahagún.

El segundo capítulo “Marta Sahagún: la persona”, estará enfocado a conseguir datos que servirán de antesala al tema central de esta tesis. Cada uno de sus pasos como persona se describirá y tomará sentido en el análisis final.

Con estos antecedentes, en la mayoría de carácter biográfico, se dará una visión previa al juicio de los moneros. De cómo Marta fue antes y después de casarse con

Vicente Fox, su formación profesional, la cual evidenciaremos con su labor altruista, así como su papel como primera dama.

El tercer capítulo titulado *La Jornada*, se describirá el origen y la línea editorial. Este periódico se caracteriza por ofrecer un periodismo contestatario al gobierno, que evidencia a las declaraciones y acciones de la esfera política.

A 24 años de su fundación, *La Jornada* se distribuye a nivel nacional e internacional y puede decirse que por su distribución cuenta con un alto porcentaje de lectores, que gustan la forma en cómo presenta de forma crítica los acontecimientos.

En particular la esencia de este periódico está determinada por la visión crítica de sus caricaturistas, que por su formación profesional hacen de su trabajo una interpretación satírica de la realidad social, cuya versión es resumida, dramatizada y sugestiva.

La tarea del cartonista será considerada en esta tesis como un observador de la realidad, y además como investigador minucioso, cuyo propósito es expresar su opinión, mediante un dibujo o una caricatura, que hace referencia a los hechos noticiosos de mayor importancia para un periódico, es este caso *La Jornada*.

El cartón cuenta con la característica de expresar no sólo la opinión o la voz del periódico, sino tiene las características de proximidad, interés general, oportunidad y actualidad.

Al caricaturista en la presente tesis lo denominaremos *monero* y se explicará brevemente el por qué de este nombre y no el de caricaturista.

El cuarto capítulo titulado “De la acción a la tematización del personaje Marta Sahagún”. La finalidad es basarnos en el análisis temático con la intención de codificar los hechos que surgieron con la figura polémica de la primera dama, y el cómo los moneros manejaron sus declaraciones y acciones.

Se empleará la metodología del análisis temático que consiste en considerar no sólo los argumentos, que en el caso a estudiar se enfocaron los moneros, sino en los criterios de convivencia útil y de influencia práctica.

En este capítulo abordaremos diversas definiciones del análisis temático y cómo ésta repercute en los medios de comunicación para presentar su información, en el caso del periódico *La Jornada*.

Como parte del análisis aplicado a esta tesis se desarrollaran dos cuadros, uno general que servirá de guía, para dar paso a un cuadro particular, el cual sólo incluirá los ejemplos a desarrollar.

Para obtener una conclusión de la aplicación de este análisis abordaré los temas centrales para descifrar a Marta a través de las acciones que la llevaron a tematizarla como es: su matrimonio con Vicente Fox, el concepto de pareja presidencial, sus pretensiones para obtener la candidatura a la presidencia del 2006, su labor altruista y el problema financiero de su Fundación "Vamos México".

CAPÍTULO 1 LA CARICATURA POLÍTICA

Este capítulo estará encaminado a dar un concepto de caricatura política y su clasificación, así como contextualizar su paso por la historia en nuestro país.

La caricatura política es polémica en esencia, por lo que muchas veces ocasionó su censura en los medios. Sin embargo, ahora en pleno siglo XXI, la caricatura se incluye en todos los periódicos del país como un género de opinión.

1.1 LA CARICATURA POLÍTICA COMO EXPRESIÓN GRÁFICA

La caricatura para muchos significa todo un arte por la forma en la que esta constituida, ya que tiene la facilidad de englobar la información y la opinión en un dibujo y se caracteriza por ridiculizar las acciones o declaraciones de los personajes políticos.

A continuación se integra un cuadro en el cual se incluyen las definiciones más representativas de la caricatura.

DEFINICIONES

AUTOR	DEFINICIÓN
PRUNEDA Salvador, 1973	“La caricatura debe llevar no solamente el aspecto real de lo que se exagera en el dibujo de ella, sino también, para que sea buena, para que sea una verdadera caricatura, rasgos que pinten el aspecto psicológico; y para llegar a esa perfección debe conocerse profundamente el arte (...) No cualquiera puede ser caricaturista, la caricatura es un arte superior; no está al alcance de cualquiera.” ¹

¹ PRUNEDA, Salvador. *La caricatura*. México. Ed. Filomeno Mata, 1973, p 60.

Medina Luis Ernesto, 1992	“La palabra caricatura proviene del italiano <i>caricare</i> , ‘cargar’, ‘exagerar’ (Leonardo da Vinci inventó el término); la caricatura es una expresión sintética de la personalidad de un individuo a partir de sus rasgos externos”. ²
MOLINA Silvia, 1994	La caricatura es un género periodístico y enfoca sus consideraciones al conjunto de lenguajes en el mismo discurso que adquieren sentido, porque existe una cultura común; ésta cultura influye también para que la temática que implica cada caricatura se pueda reconocer junto con todas las sutilezas textuales que la acompañan. ³
BARAJAS Rafael, 1999	“La caricatura nace en plena etapa manierista, como una rebelión contra la Academia y sus cánones estéticos. Nunca pretendió ser un arte <i>mayor</i> sino, precisamente, una burla de sus exigencias de prestigio”. ⁴
ARMENTIA José Ignacio, 2003	“Se entiende por caricatura a la exageración de rasgos y proporciones en una figura para ridiculizar a un sujeto. Se trata de una combinación entre lo grotesco y el genio, por lo que el humor pasa a ser un ingrediente de la caricatura”. ⁵

Como conclusión al cuadro anterior, el concepto de la caricatura ha evolucionado, ya que algunos autores la encasillan como sólo la exageración de los rasgos del personaje hasta ser considerada por el resto de los autores como José Ignacio Armentia y Silvia Molina como un conjunto de la exageración de los rasgos y lenguajes culturales que le dan sentido para ser enfocado en una temática.

CLASIFICACIÓN

Para “Sizeranne, crítico de arte francés, existen tres tipos de caricatura: *deformativa*, *caracterizante* y *simbolista*. Tipo *deformativo* se entiende por la

² MEDINA, Luis Ernesto. *Comunicación, Humor e imagen*. México. Ed. Trillas, 1992, p36.

³ MOLINA y Vedia, Silvia. *Escepticismo político*. México. Ed. UNAM, 1994. P.63.

⁴ BARAJAS Rafael, “Elogio y vituperio de la caricatura” (en línea), México. *La Jornada Semanal*. 1 agosto de 1999, Dirección URL: www.jornada.unam.mx/1999/08/01/sem-rafael.html.

⁵ ARMENTIA, José Ignacio, et al. *Fundamentos de Periodismo Impreso*. España. Ed. Ariel Comunicación, 2003.

exageración de rasgos y proporciones en una figura para ridiculizar a un sujeto; en el *caracterizante*, no se centra en la exageración de un rostro, sino puede acompañarse de una vestimenta significativa, como de revolucionario, criminal, santo, etc., según el carácter de la persona; en el *simbolista*, un personaje puede representarse como un objeto (una balanza, una espada, un termómetro), un animal, una piedra, etc. y luego destacar quién es el representado por medio de algún detalle”.⁶

La clasificación es también parte fundamental para entender el mensaje, ya que muchas veces no siempre es exagerar los rasgos, sino que estos elementos que describe Sizeranne, puedan hacer más entendible el arte de la caricatura.

José Antonino señala tres direcciones de deformación que distingue el proceso de creación de una caricatura:⁷

1.- “*Estilo Naturista*: Los dibujos de humor que se incluyen en el estilo naturista son aquellos cuya línea siempre mantiene claros contactos con el dibujo realista. La deformación de los sujetos es pequeña y ponderada, guardando éstos siempre una proporción.



TELE, VOCHO, CHANGARRO Y BENDICIÓN, Helguera
La Jornada 11 de enero 2001

⁶ MEDINA, Luis Ernesto. *Op. Cit.* p. 36.

⁷ ANTONINO, José. *El dibujo de humor*. Barcelona. Ed. CEAC, 1990, pp. 87-93.

2.- “*Estilo Psicológico*: En el estilo psicológico la deformación es de mayor alejamiento de los cánones realistas. Las proporciones, los detalles de sujetos y escenarios, cobran caracteres incongruentes, absurdos, en ocasiones. Todo se ordena en este tipo de trabajos para la consecución de un determinado impacto de carácter intelectual o psicológico, abstracto. Se trata del humor (...) por medio del cual se desarrollan las ideas concretas (políticas, sociales, filosóficas) del autor a través de su obra (...).”



MARCADOR, Magú
La Jornada 25 de enero 2001

3.- “*Estilo Decorativo*: Por último, en el estilo decorativo se pueden reunir aquellos trabajos en los que, primordialmente, se busca una deformación que corresponde a fines puramente estéticos. Todo está subordinado a producir determinados efectos plásticos, sin que otros objetivos que los de fijar fácilmente la atención del espectador hacia unos motivos determinados, o simplemente dispersarla en unos tipos y ambientes gráficos gratos.”



MEDIO INFORME, MEDIO ANUNCIO, El Fisgón
La Jornada 17 mayo 2001.

¿Qué transmite la caricatura política? Al tener una opinión acerca de algunas personas, ideas o situaciones, no sólo se les ridiculiza, sino también se hace énfasis en lo grotesco, irónico o divertido de los rasgos de una fisonomía, una figura o una escena pública.

La necesidad técnica de este género se manifiesta al utilizar el hecho como principal materia. Con el propósito también de informar, recurre al “hecho como un acto de unidad, o como nudo momentáneos observables en los procesos de acciones más largas y duraderas”.⁸

El caricaturista que en este trabajo de tesis lo denominaremos “monero”, convierte el hecho en una interpretación satirizada de la realidad social, cuya versión es resumida, dramatizada, sugestiva, todo ello mediante el recurso de la caricatura.

Así, puedo concluir que la caricatura se hace no sólo por la selección de los hechos, sino a su vez también esta constituida por sus acciones y lo que dicen nuestros políticos, ya que a través de estos actos se puede construir la opinión.

En la caricatura política se pueden emplear formas que no requieren de un gran esfuerzo para ser interpretadas por un preceptor, es decir, por quién percibe un mensaje⁹. Tomando en cuenta la exagerada abundancia de imágenes e información que existe en el contorno cultural, ya que es atractiva, fácil de comprender y recordar, por ello se le encuentra con frecuencia en periódicos u otros medios.

1.2 LA FUNCIÓN DE LA CARICATURA

Lorenzo Gomis¹⁰ clasifica como “chiste gráfico” a la caricatura y dice que su función es comentar, meditar y expresar lo que piensa el medio.

Es necesario decir, que la opinión pública trata de exponer las cuestiones de interés general, las cuales están determinadas por el contexto o situación, política sobre todo. Es así que la opinión pública se inserta en la caricatura, La cual determina en qué pensar y cómo pensar.

⁸ GOMIS, Lorenzo. *Op. cit.* p. 31

⁹ MEDINA, Luis. *Op. cit.* p 15-16.

¹⁰ GOMIS, Lorenzo. *Op. cit.* p. 34

La caricatura puede ser considerada desde sus inicios como una crítica a las acciones del gobierno, por ejemplo las calaveras de posadas, ya que en su arte gráfico se encuentra la materialización de ridiculizar a políticos y personajes que no eran poderosos, pero que tenían importancia dentro de la sociedad. Además, utilizaba un lenguaje muy particular, basado en la tradición mexicana de venerar a la muerte, a través de las cuales expresaba su opinión.

En nuestra cultura, la tradición de burlarse y ridiculizar aquellos que nos oprimen continúa; el mexicano por idiosincrasia se burla de su propia desgracia. Hoy José Guadalupe Posada no es el único que se ríe de la sociedad, también los moneros plasman la realidad ironizada a través de la caricatura política.

Al tener la idea básica que contiene la caricatura podemos decir que no se enuncia repentinamente en un momento histórico y dado de manera súbita, sino como señala Antonio Martín¹¹, “corresponde a un proceso de acumulación, en el que se suman distintas experiencias basadas en la comunicación gráfica que en tiempo y sociedades diferentes se concentran resultados similares”.

Si bien ahora, los moneros cuentan con un espacio de expresión gráfica en la prensa, también se encuentran con limitaciones y con ella la represión de los poderosos.

En “el Capitalismo, como señala Rius, (mundo libre que le dicen), el caricaturista necesita encontrar el periódico o la revista que le permita decir sus cosas, y vive expuesto al despido, la censura, la persecución y a veces la cárcel. Los casos de caricaturistas llevados a juicio por hacer caricaturas “difamatorias” contra funcionarios del gobierno son comunes en Francia, España, Inglaterra, Grecia y Alemania”¹².

Si bien la libertad de expresión ha tenido una apertura con la alternancia del poder, nos damos cuenta que las características de la crítica ácida de los moneros,

¹¹ MARTÍN, Antonio. *Historia del comic español*. España. Ed. Gustavo Gili, 1978. p. 11

¹² RIUS. *El arte irrespetuoso. Historia incompleta de la caricatura política según Rius*. México. Ed. Grijalbo, 1988. p. 194.

devienen de las condiciones sociales, políticas y económicas que aquejan a nuestro país, y aún incomodan a nuestros gobernantes.

1.3 UN REPASO POR LA HISTORIA

“Desde sus inicios, la caricatura se convirtió en unos de los ejes del debate político en México. Si en el siglo XIX es arma esencial de la prensa liberal de combate, la influencia de autores como Rius, Naranjo y otros, nos advierten de su papel protagónico en la contienda política del siglo XX”.¹³

Como ejemplo se puede plantear el contexto de España en el siglo XIX, la cual se encontraba dividida por luchas políticas y las tensiones sociales, es ahí donde la prensa tiene una importancia fundamental al convertirse en portavoz y “en el medio de ataques al servicio de unas y otras tendencias. Y será en las revistas satíricas donde se formen los principales dibujantes de la Restauración, los hombres que crearán la primitiva historieta española”.¹⁴

Para México, el continente europeo fue la cuna de la expresión caricaturista. La influencia de esta producción gráfica se inspiró en caricaturas de países como Francia, Inglaterra y Alemania.

La caricatura con intención social nació en Francia. Podemos decir sin exagerar, que la caricatura fue una de las hijas que nos dejó la Revolución Francesa: Rius¹⁵.

Así, el dibujante-caricaturista cumple la función en la prensa del siglo XIX de un auténtico periodista gráfico, algunas veces como crítico irónico de la sociedad, al que con su creación artística retrata con ácido realismo o con formas agradables.

¹³ BARAJAS, Rafael. (en línea) *Op. cit.*

¹⁴ MARTÍN, ANTONIO. *Op. cit.* p. 12

¹⁵ RIUS. *Op. cit.* P. 17.

Sin embargo, en España con la caricatura y los chistes satíricos se perfilan las primeras fases para la creación del lenguaje de la historieta, como resultado de distintas corrientes gráficas de signo popular y en el que cuenta decisivamente la influencia de dibujantes extranjeros como Wilhelm Busch, Goerge Grosz, ambos alemanes, y Caran D´Ache, francés.

La importancia de Grosz, se debe a sus retratos populares, debido a que refleja también una protesta contra el Porfiriato en México y su trabajo lo motivó para la creación del libro *Ajustemos cuentas!*, representación clara de una problemática por demás conocida en los inicios del siglo XX.

El hecho es que Grosz adquiere el estilo que lo hizo celebre a raíz de su experiencia de la guerra, donde sus primeros temas de trabajo fueron el desprecio por la sociedad burguesa, el Berlín corrupto, su vida caótica y sus luchas sociales.

“El compromiso político de Grosz parece en él más bien un ardid para unirse con la estirpe de los desesperados y no más. Luego vienen los años de la contrarrevolución y también de las disidencias de la automatización de las luchas revolucionarias”.¹⁶

Grosz es considerado el dibujante del fin de la era burguesa, de la caída de sus valores morales y de su filosofía. El mismo tema de la ciudad como caos y como infierno se ve unido estrechamente con el expresionismo alemán.

En cuanto a la reacción de las autoridades se puede hablar de mil represalias contra el dibujante alemán, tantas, que vio la necesidad de huir de su país y refugiarse en los Estados Unidos. Este es un ejemplo interesante de un momento coyuntural y de una respuesta represiva.

Las influencias expuestas anteriormente se dejaron sentir en forma decisiva en el continente americano, particularmente en México, que desde entonces mantenía una situación de vanguardia en las artes gráficas populares.

¹⁶ GROSZ, George. *Ajustaremos Cuentas. México*. Ed. Siglo XXI., 1985. p. 10.

La corriente que dio origen a la caricatura mexicana se presentó después de la Guerra de Independencia, no obstante se había empezado a desarrollar en la época cortesana en contra de los virreyes, como consecuencia de la publicación de los libros de procedencia francesa y alemana, como señala Salvador Pruneda.

Al nacer el orden republicano, se respiraba el aire de libertad inspirado en los principios que llevaran a los insurgentes a la lucha. Por ello se ha pensado que el mexicano, cuya vida histórica ha estado llena de hechos violentos, gracias a su vitalidad humorística y a su agudo sentido artístico, ha logrado innumerables canales de ingenio y “los hombres de México siempre han defendido sus ideales con calor y pasión. Su mística encierra un hondo sentido estético. Y cuando decimos mística, fijaremos un concepto muy general, porque el hombre mexicano ha sido apasionado de sus sentimientos religiosos y políticos”.¹⁷

Pero ¿En qué momento de la historia México se comienza a criticar? La respuesta podrá obtenerse a través de la evolución de la caricatura como una opinión y arma política y a su vez la reacción del gobierno ante ella.

“Sin su ironía no podría entenderse al pueblo mexicano, resistente y muchas veces postrado ante el poder público. El sarcasmo, el chiste, es un desfogue que marca, y también alienta aunque los protagonistas infieran otra cosa: perversidad, por ejemplo “machismo” apuntalado en la misoginia. La piel demasiado sensible ante la desnudez de la voz popular revela más una convicción autoritaria que vocación democrática”.¹⁸

La caricatura en México se constituye definitivamente en el período de la Guerra de Independencia y hasta el segundo gobierno de Porfirio Díaz. Desde ese momento la prensa periódica mexicana es un manifiesto perpetuo, un interminable llamado a la ciudadanía en nombre de los más diversos proyectos de nación. Y es que durante el siglo XIX el país es más programa que realidad consumada y el debate en torno al proyecto nacional se libra principalmente en la palestra periodística.

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ LORET, de Mola Rafael. *Marta*. Ed. Océano. 2003. p. 39.

La caricatura se inició como una representación gráfica del pueblo mexicano, como es el caso de José Guadalupe Posada, quien destacó por sus “calaveras” que eran reflejo de la problemática del país, y que podían tener dos formas de expresión: una artística y la otra, el poder de crítica y realismo, es decir, induce a la producción de opinión entre sus lectores.

El devenir de la historia ha mostrado la manera en que la expresión gráfica de la caricatura en México ha trascendido de manera artística y cómo se manifiesta en opinión. Es decir, con el paso del tiempo se ha podido observar que “la causa de adulteración no es otra que cierta necesidad que tiene el hombre de conocer los aspectos de la vida a través de síntesis profunda. Una síntesis que, por medio de elementos expresivos ligeros, profundicen en la realidad. Aspira a bosquejos rápidos que lo introduzcan de inmediato y con amplitud en la comprensión clara de aspectos de su existencia y de la de sus semejantes”.¹⁹

“Por regla general, la mejor caricatura política se ha dado en revistas de humor; opositoras a los gobernantes, que fácilmente controlan a la gran prensa, pero que no pueden evitar la aparición de revistas casi clandestinas donde se refugian la sátira y el humor que se hacen eco los descontentos populares. Ellas son las defensoras de la dignidad y de la libertad, revistas como “*El Ahuizote*” o “*La Orquesta*” en México, “*Monos y Monadas*” en Perú, “*El Zancudo*” en Colombia, “*Zig-Zag*” o “*Cacarajicara*” en Cuba, por mencionar algunas de las más destacadas a principios de siglo... (y copia de todas las europeas...)”.²⁰

La represión porfirista obliga a cambiar los nombres y sustituir a los responsables, pero el espíritu de los *Ahuizotes* se mantiene en *El Colmillo Público*, fundado por Jesús Martínez Carreón en 1903.

Esta larga era de periodismo fue acompañada de publicaciones satíricas, por lo general partidistas, que terminó simbólicamente en 1896 cuando Rafael Reyes Espíndola publica, con patrocinio de Díaz, el primer número de un diario oficialista que

¹⁹ ANTONINO, José. *Op. cit.* p. 9

²⁰ RIUS. *Op.cit.* p. 95

pretende ser noticiosos, informativo y popular. Aurrecoechea²¹ señala que este diario, fundador del periodismo industrial y moderno, definirá el carácter de la prensa mexicana en el siglo XX, y recibe un nombre, falaz pero también certero, que es todo un programa: *El Imparcial*.

La caricatura y su variante, la historieta comprometida, se mantienen como una de las fuertes líneas de la expresión gráfica periodística mexicana hasta el triunfo de la Revolución. Sin embargo, a fines del siglo IX, surge un nuevo tipo de prensa periódica, dentro de la cual cobra fuerza un humorismo grafico diferente.

“Este nuevo estilo, que al principio carece de intención social explicita, se tomará militante en la segunda década del siglo XX, y sus autores conformarán una nueva generación de caricaturistas políticos, esta vez contrarrevolucionarios”.²²

Asimismo, el diario *El Despertador Americano*, contribuyó a abrir nuevas posibilidades de comunicación, que si bien carecían de imagen, más tarde serían el antecedente de numerosas publicaciones independientes, de contenido crítico, político, y satírico, expresadas a través del grabado caricaturesco.

A principios del siglo XX la prensa satírica se convierte en un instrumento de mayor eficacia que la solemne. La caricatura política, es el medio expresivo más popular del periodismo decimonónico. En un país prácticamente analfabeta, la gráfica intención política o social compensa a la limitada penetración del lenguaje escrito. Es en esta época cuando se descubre que la imagen atrae aún más que las palabras.

Al comenzar la guerra de Independencia, la caricatura constituyó un excelente elemento formativo: “No hay de otra en un país bárbaro...”²³ El analfabetismo de las mayorías y la persuasión del dibujo hacen de la caricatura la fuerza central del periodismo y de los partidos políticos: los periódicos satíricos y de crítica proliferan, acelerando, la producción de caricaturas.

²¹ AURRECOECHEA, Juan Manuel. *Op. cit.* p. 47.

²² MORALES, Miguel Ángel. *Cómicos de México*. México. Panorama Editorial. S.A. 1992, p. 87.

²³ MONSIVAIS, Carlos. *A ustedes les consta. Antología de la crónica en México*. México. Ed. Era, 1983. p. 16.

En México existían muchos pobres y pocos ricos, y entre los ricos, quien poseían la mitad del total de bienes eran del clero, por ello, su participación en todos los actos de la vida civil era decisiva y en sus manos estaba también la educación pública, hecho contra el cual lucharon los artistas innovadores a través de la caricatura.

“Ellos están seguros de lo que ven y de lo que les rodeo es susceptible de ser tratado estéticamente; de un modo más persuasivo que el de los escritores, extendieron y fijaron las panorámicas de una sociedad en la que el modo literario era el más usado por la cultura, de una época para reconocerse así misma” .²⁴

Los conflictos característicos de una época pre-revolucionaria motivaron a los entonces caricaturistas a formarse como individuos conscientes de la situación imperante lo que generó muestras de opinión. Todo ello quedó representado de forma gráfica y con el paso del tiempo, se perfiló como expresión visual de un género periodístico.

Estos cambios representaron una simbiosis entre texto y caricatura, algunos de ellos adoptaron diferentes formas. En ocasiones los dibujos se limitan a ilustrar una crónica o relato y en otras, el texto aparece como pie de caricatura y frecuentemente dentro de la propia viñeta como argumentos aclaratorios que identifican personas y símbolos o representan sus expresiones verbales.

La caricatura nace de la intención de convertirse en política, personalista y social. Su crítica se enfoca directamente contra el gobierno o figuras públicas. Por otro lado esta orientada a satirizar las costumbres y abuso de poder con un enfoque ideológico.

“La caricatura cuando era en contra de la autoridad (Iglesia o Gobierno) se fijaban en los muros a escondidas y en forma anónima. Si el autor era descubierto por regla general, era condenado a muerte o a largas temporadas en prisión” .²⁵

²⁴ RODRÍGUEZ, Cristina. *El Grabado*. México. UAM, 1983. p. 77.

²⁵ RIUS. *Op. cit.* p. 16.

Desde sus orígenes, durante el gobierno de Lerdo de Tejada, y hasta fines de 1910 en la decadencia del Porfiriato, la sátira gráfica es arma de la oposición y principalmente de las corrientes de izquierda que profesan un liberalismo radical, aunque también los conservadores recurren a la caricatura política en las páginas de revistas como *La Carabina de Ambrosio*, en las que satirizaba a los redactores de *El Ahuizote*.



26

Las publicaciones y los autores se expusieron a cualquier acción que el gobierno ejecutará en contra ellos, sobre todo después de 1883 cuando se modifica y endurece la Ley de Prensa, y especialmente de 1885, en que Porfirio Díaz ocupa por segunda vez la presidencia. La oposición liberal se hace antiporfirista y el gobierno comienza a reprimir sistemáticamente a la prensa contestataria. En esta etapa las publicaciones antigubernistas son animadas por grupos más o menos, y sin recursos. “Prácticamente todos los dibujantes de esta época tienen convicciones definidas y el contenido de su trabajo expresa puntos de vista personales”.²⁷

Las persecuciones de las que eran víctimas los caricaturistas mexicanos, les impidieron seguir el movimiento evolutivo del natural progreso del arte que habían

²⁶ RIUS. *Los moneros de México*. México. Ed. Grijalbo. 2004. pag. 31.

²⁷ AURRECOECHA, Juan Manuel. *Op. cit.* p. 62.

logrado las caricaturistas europeos. Salvador Pruneda²⁸ menciona que la lucha constante contra el porfirismo, a duras penas les dejaba tiempo para defenderse de sus arbitrariedades, por ello muy poco era que les quedaba para estudio y mejoramiento de su obra, y por consiguiente, la técnica de estos artistas fue pasando de moda.

Posteriormente Ernesto García Cabral, considerado uno de los más inteligentes artistas mexicanos, modificó su técnica a una producción que revolucionó la caricatura, y fue un éxito del semanario *Multicolor*. Su labor fue empleada en contra de la personalidad de Francisco I. Madero.

El género de caricatura política o social y su variante la historieta comprometida, se mantienen como una de las líneas fuertes de la gráfica periodística mexicana hasta el triunfo de la Revolución.

Es necesario indicar que según Antonio Madrid, el concepto de historieta o comic son expresiones que se utilizan indistintamente, puede definirse a nivel operativo como una historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados, que presentan una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador.

Es a finales del siglo XIX cuando surge un nuevo tipo de prensa periódica, dentro del cual cobra fuerza un humorismo gráfico diferente. Este nuevo estilo, que a principios carece de intención social explícita, se tornará militante en la segunda década del siglo XX y sus autores conformarán una nueva generación de caricaturistas políticos, esta vez contrarrevolucionarios.

Una vez que se inició la mexicanización de los monitos, el fenómeno se volvió irreversible y la Compañía Periodística Nacional, S.A. se convirtió en el crisol de la generación de historietas mexicanas de los años veintes, se considera en este momento a la historieta un tanto nacionalista y propia, la cual descubría escenas típicas y cotidianas.

²⁸ PRUNEDA, Salvador. *Op. cit.* p. 39.

En el siglo XX una de las organizaciones que se centraron en la práctica del grabado en función de las demandas sociales, fue el Taller de Gráfica Popular. Se fundó en 1937 a raíz de la lucha contra el fascismo. Sus antecedentes más cercanos se remontan hacia el año de 1928 cuando el grupo de pintores *¡30-30!* editó su órgano informativo con el mismo nombre.

Esta publicación que se editó en forma de cartel mural y en la que expresaban sus denuncias “treintatreintistas”, representó otra forma de expresión gráfica que si bien no se manifiesta propiamente como caricatura política, ejerce su función como un órgano de difusión que despertó conciencia social entre la población, claro ejemplo de cómo el cartón informa y forma opinión.

Con anterioridad las caricaturas muchas veces o casi siempre se hacían entre el dibujante y el escritor de diálogos, sin los cuales se consideraba incompleto un cartón. Así llegó el momento en que tuvo más peso el diálogo que el dibujo, pero con el devenir de la historia y el conocimiento del caricaturista, los diálogos para las caricaturas llegaron por sí mismos.

La especialización trajo como resultado destacar un diálogo y modificar un tanto la imagen. Quizás se abandonó un poco la técnica en cuanto a grabado y expresionismo para realizar un dibujo mucho más sencillo y práctico, sin embargo, esto no renunció su carácter crítico de medio informativo-opinativo.

Uno de los periodos más importantes surgió con el cambio de administración presidencial de López Mateos a Díaz Ordaz, quien afectó notablemente el trabajo de los cartonistas; el presidente López Mateos toleró las críticas contra su régimen, pero el presidente Díaz Ordaz reprendió a los moneros, varios sufrieron por su osadía de criticar al gobierno, entre ellos Rius, quién se dio el gusto de señalar al presidente sin limitación alguna en su trabajo periodístico.

En cambio, durante el sexenio del presidente Luis Echeverría actuó de forma distinta cuando era el presidente, inició su gobierno anunciando una apertura democrática. Esta situación fue propicia para el desarrollo de la crítica, los

caricaturistas pusieron a prueba, de inmediato, la veracidad de la “apertura”, haciendo blanco de la mordacidad al presidente.

Los políticos contemporáneos que conocían la importancia de una buena relación con la prensa, trataron de afianzar sus relaciones con ella, el cual se caracterizó por el interés que manifestaron hacia el periodismo, y sobre todo a los cartonistas, algunos de los cuales fueron absorbidos por el régimen. Los que escaparon siguieron realizando su trabajo sin ningún tipo de presión. Helio flores, Naranjo y Magú, ejercieron la actividad periodística contribuyendo a enriquecer el género con un estilo y técnica propia.

“La *democratización* del régimen permitió que la visión política de los caricaturistas, al no sufrir abiertas represiones, se ampliara (...) permitió el enriquecimiento novedoso del cartonismo mexicano ya que los profesionales de este medio se vieron forzados a buscar soluciones, a tono con muchas posibilidades que se les abrían al realizar un trabajo de mayor calidad...”²⁹

Con López Portillo como presidente, hubo suficiente material para los moneros, especialmente por el optimismo del régimen, mismo que no era aceptado por estos dibujantes. Se notaban las contradicciones de un sistema al finalizar el sexenio, puesto que se perdía en los calificativos, no sólo por parte de la prensa, sino de la población.

En el período del mandatario Miguel de la Madrid, la crítica estuvo casi ausente y carente de grandes calificativos. La prensa siguió un curso aparentemente normal y las posibles represiones fueron sumamente discretas.

En cambio, en el gobierno del presidente Salinas de Gortari se desato un movimiento creador en los moneros, quienes consideraron a Salinas un blanco perfecto para ilustrar su escasa personalidad física. Constantemente se observaba cartones alusivos a su personalidad dibujados por Naranjo, caricaturistas de la revista *Proceso* y actualmente del periódico *El Universal*, que según versiones no oficiales, era un monero autorizado para dibujar al presidente.

²⁹ EL UNIVERSAL. *70 años de periodismo en México*. México. Ed. El Universal, 1988.

Posteriormente con el presidente Ernesto Zedillo, los caricaturistas trabajaron en acciones favorables como desfavorables a su imagen. La actitud de los moneros resultó equilibrada en cuanto a la crítica hacia las tres principales fracciones políticas en México: PRI, PAN, PRD.

En el año 2000, por primera vez en la historia presidencial mexicana después de 70 años fue derrocado el priismo, en víspera de mejoría en el que todos los mexicanos saldrían beneficiados, según las propuestas de campaña de Vicente Fox. Los moneros a partir de una libre expresión desplegaron una serie de críticas, y cualquier error del presidente era caricaturizado.

Es en este gobierno particularmente donde la crítica hacia el presidente era más evidente, ya que desde su campaña prometió la libertad de prensa, lo que significó un relativo cambio en los medios de comunicación mexicanos, pues nunca se había hecho tan público la promesa de una libertad diferente.

“Es como gobernador de Guanajuato donde ya había demandado abrir oficinas comerciales en Estados Unidos como plataforma para acercarse a los foros de opinión en donde, era indispensable una interprete de primera línea para consolidar criterios y estrechar afectos”.³⁰

Con el sexenio de Vicente Fox, los moneros explotaron diversos temas mediante el uso de la opinión pública y la formación de ésta a través de la caricatura. La supuesta libertad de prensa fue la que permitió satirizar al presidente y sus seres más allegados.

La caricatura juega un papel importante en nuestro país, no sólo por sus características gráficas antes mencionadas, sino por la capacidad de emitir una opinión sintetizada de las acciones del gobierno y las figuras políticas.

³⁰ LORET de Mola, Rafael. *Op. cit.* p.76

Su efecto en nuestra historia es trascendental, ya que a través de la sátira del personaje y la amplitud de los temas abordar, son materia para generar una crítica a toda acción politizada.

Es en este trabajo que la caricatura es considerada como expresión gráfica y síntesis informativa de actualidad. Puede transformar el hecho mediante un conocimiento previo del mismo a través de un dibujo y texto informativo, ya que tiene la capacidad de dejar en el espectador una opinión sobre el suceso.

CAPÍTULO 2 MARTA SAHAGÚN: LA PERSONA

Nuestro objeto de estudio para este capítulo y en adelante, es Marta Sahagún quien aparece por primera vez en los escenarios políticos por su candidatura a la presidencia Municipal de Celaya en el estado de Guanajuato, lo cual fue elemento para que los medios le dieran seguimiento a sus acciones. Fue así como este suceso y llegar a convertirse en la esposa del presidente, generó un seguimiento informativo y con ello una severa crítica de sus declaraciones y acciones.

2.1. MARTA SAHAGÚN ANTES DE CASARSE CON VICENTE FOX Y SU CARRERA POLÍTICA

Marta María Sahagún Jiménez, originaria de Zamora Michoacán, nació el 10 de abril de 1953, tuvo desde su infancia una formación católica. “Ella una diminuta ama de casa en Celaya, católica y conservadora, divorciada y madre de tres hijos, explosiva y ambiciosa”.³¹

La formación primaria y secundaria de Marta Sahagún en instituciones católicas con las Madres Teresianas en el Colegio América de Zamora Michoacán. Realizó también estudios de licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad La Salle Banavente de Celaya Guanajuato y diplomados como Creatividad Empresarial, Desarrollo Político de la Mujer, Administración Pública Municipal. Además de aprobar para maestra de inglés por la Universidad de Cambridge en Dublín, Irlanda.

Marta se casó por primera vez en 1971 con Manuel Bribiesca Godoy, de profesión Veterinario y también era Diputado del PAN. Con él procreó a sus tres hijos, Manuel, Jorge Alberto y Fernando.

³¹ WORNAT, Olga. *La Jefa. Vida pública y privada de Marta Sahagún de Fox*. México. Ed. Grijalbo. 2003. p 13.

El matrimonio llegó a su fin en 1998, y quedaron separados oficialmente en el año 2000. Su unión religiosa también fue anulada después de que se argumentara violencia doméstica en el 2005. Con la finalidad de poder nuevamente contraer nupcias por la Iglesia Católica.

Su carrera política inició desde 1988 siendo miembro activo del Partido Acción Nacional (PAN).

Marta ya integrada a la política, intentó por primera vez acceder al poder. Fue en el proceso electoral para contender por la Alcaldía de Celaya en 1994. Su trabajo fue intenso, expresaba discursos donde manifestaba que el pueblo de Celaya estaba en condiciones de ser representado por una mujer.

Entregada a su trabajo, Marta se esforzó duro. Se veían carteles de ella por toda la entidad, organizaba sus actos, sus discursos, no perdía detalle de su candidatura.

“Por primera vez se pegaron en las paredes de Celaya gran cantidad de carteles con su figura de cuerpo entero, con *look* de señora conservadora, cabello corto y fleco, muy maquillada, y su nombre al costado”.³²

Su campaña en las primeras semanas repuntaba en las encuestas, pero el día de las elecciones, el 4 de diciembre de 1994, fue derrotada por su rival el priista Leopoldo Almanza.

Para ella fue un duro golpe, porque se había empeñado a todo para conseguir la alcaldía, descuidó a su familia y con ello las discusiones con su marido incrementaban día con día.

Su derrota “la aceptó, pero se encerró en su casa varios días y lo único que hacía era llorar. Estaba enojada y deprimida. Sentía que su pequeño mundo se había derrumbado y solo avizoraba un horizonte oscuro. La casa, los hijos, el marido, la vida

³² WORNAT, Olga. *Op. cit.* p. 73.

de siempre, que la aburría terriblemente. Ni las oraciones a la Virgen de Guadalupe la consolaban”.³³

Superada la derrota a la candidatura Marta “fue invitada por Fox, como gobernador de Guanajuato, a hacerse cargo del DIF Estatal, (Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia), tradicionalmente encabezado por la esposa de cada mandatario”.³⁴

Su vida pública y privada, era por primera vez cuestionada por una supuesta infidelidad entre el gobernador de Guanajuato Vicente Fox Quesada y su vocera. Sin embargo todo quedó en rumores y nada era confirmado.

Con el interés de tener una persona leal y dedicada, Alejandro Torres publicista del equipo foxista en el gobierno de Guanajuato, le propuso a Marta hacerse cargo de los medios, ya que sus cualidades de lealtad y dedicación la definían para este puesto. En cuestión de tiempo Marta se convirtió en la responsable del Área de Comunicación Social del Gobierno Estatal de 1995 a 1999. “Una posición que cobró trascendencia en el lapso foxista en Guanajuato, los cotidianos regionales fueron de hecho financiados con la propaganda oficial como en ninguna otra época”³⁵.

Marta tuvo su primera aparición en público como subalterna de Fox a mediados de los noventa en Guanajuato, para después convertirse en la vocera de la campaña presidencial del 2000, hasta conseguir la misma función, pero ahora de la presidencia de la República, lo que disgustó y afectó algunos de los más cercanos colaboradores del recién presidente.

Una mujer astuta y con el poder de manejar la información, se convertía en la segunda mano de Fox. Ella sirvió para acallar los rumores de su divorcio, así como los malos manejos de la administración traducidos a un manejo extraordinario de la publicidad.

³³ Ibid. p.74.

³⁴ LORET, de Mola Rafael. *Op. cit.* p. 76.

³⁵ *Idem*

Marta y Vicente Fox caminaron juntos desde Guanajuato rumbo a la presidencia de la República. Es así como ella jamás se separaría de Vicente, sino al contrario, se hizo sentir indispensable y lo logró, tal fue así que formó parte de la campaña hacia la presidencia y desempeñó el cargo de Coordinadora de Comunicación Social.

Con un triunfo histórico del Partido Acción Nacional, PAN, abanderado por Vicente Fox, después de 70 años, se lograba la alternancia del poder. Y con el cual, a su llegada a los Pinos, Marta nuevamente aparecía en el equipo de este gabinete del cambio, como Coordinadora de Comunicación Social de la presidencia y vocera.

Marta ofrecía diariamente conferencias de prensa sobre las actividades de Vicente Fox ya como presidente. Con un tono de voz muy distintivo y su manejo de la información, imprimieron a su persona matices para dejar ser una persona anónima y convertirse en uno de los principales miembros del gabinete que destacaban los medios, así como su afán para sobresalir en los reflectores, aprovechándose del cargo que tenía conferido.

2.2. MARTA SAHAGÚN DESPUÉS DE CASARSE CON EL PRESIDENTE VICENTE FOX QUESADA

De novia secreta en tiempos electorales, Marta Sahagún se convirtió en la esposa del presidente, lo que causó graves problemas en sus respectivas familias y en la política nacional. Y es que, sobre todo en la campaña presidencial y lo que fue de la administración foxista, su ambición personal generó divisiones, escándalos y polémicas alrededor del presidente y de la política en nuestro país.

El 2 de julio del 2001, México se despertó con la noticia de que ya tenía primera dama. Vicente Fox había contraído nupcias con su vocera presidencial, y era la pauta del nepotismo del XXI.

Con una ceremonia civil muy discreta celebrada en la Residencia Oficial de los Pinos, sin la presencia de los hijos de ambos, Marta figuraba a lado del presidente en la foto de la boda la cual fue parte de las primeras páginas de los medios y dieron la vuelta al mundo. Un matrimonio que para muchos no era un acto de amor, sino el reflejo de un movimiento político, con el tiempo se tornaría incómodo para el presidente, ya que tuvo que salir a defender públicamente a su esposa en diversas ocasiones.

El enlace matrimonial tuvo un invitado de lujo, José María Aznar jefe del gobierno español que en conferencia de prensa expresó: “Debo felicitar al presidente por partida triple. Hoy es el aniversario de su victoria electoral y también es su cumpleaños. Pero además, el señor presidente de la República... ¡se ha casado esta mañana!”³⁶

Las opiniones fueron diversas, era incómodo que un presidente de alternancia cometiera dicho acto. “Cuando Vicente se caso con Marta, tenía según las encuestas, sesenta por ciento de imagen positiva”.³⁷

Teníamos una Marta antes y después del 2 de julio del 2001. “Se sentía todopoderosa, omnipotente y misericordiosa. Tenía 48 años y estaba persuadida de que nada ni nadie haría tambalear su creciente popularidad; estaba dispuesta a todo a perdurar”.³⁸

“Cuando Marta se casó con Vicente Fox modificó su nombre con la intención de que fuera acorde con la nueva imagen que quería proyectar. A partir de ese momento exigió que en los boletines de prensa y actos oficiales ya no se refirieran a ella como “Marta Fox” sin la letra *h* en el nombre”.³⁹ La intención se basó en el Nuevo Testamento donde el nombre es símbolo de una mujer humilde y servicial.

Para la prensa fue un golpe mediático realizar la boda ese día, pero también fue un golpe bajo para los mexicanos, la situación política se complicaba. El fracaso de los acuerdos prometidos en Chiapas, la falta de acuerdos para una Reforma Fiscal, por

³⁶ LORET, de Mola Rafael. Op. cit. p.34.

³⁷ WORNAT, Olga. Op. Cit. p. 42

³⁸ *Ibid.*, p. 48.

³⁹ HERNÁNDEZ, Anabel. *La Familia Presidencial*. México, Ed. Grijalbo. 2005. p.90

citar algunos ejemplos, eran signos de desprestigio y de una popularidad a la baja del presidente recién electo.

Este suceso marcó para siempre el inicio de un sexenio lleno de absurdos y nepotismo en su máximo esplendor.

Como esposa del presidente Vicente Fox, Marta renunció a la vocería de la presidencia, pero obtuvo la plataforma necesaria para ser una primera dama excepcional en nuestro país, ya que antes no se tenía conocimiento de todas las actividades que llevaban a cabo, pero ahora con el cambio político, hasta el concepto de primera dama se modificó.

“Pero, pobre Marta, estaba cada vez más sumergida en la sima de las críticas públicas, cada ocasión que trastabillaba y el presidente tenía que salir a corregirla o desmentirla en publico”.⁴⁰

Marta como esposa y primera dama tomó un papel estratégico. Algunos funcionarios en diversos medios de comunicación, declararon que la señora discutía con el presidente los asuntos de la agenda presidencial antes que con cualquier otra persona. Además ella, tenía a su disposición una síntesis de las noticias, y preparaba un resumen al presidente y comenzaba a hacer llamadas con algunos conocidos en los medios de comunicación adelantándose a las indicaciones del mandatario.

En los Pinos no sólo es donde se concentra todo el poder de la nación, también existía una clara división de quién la ejercía, y quién aconseja qué hacer aunque carezca de autoridad jurídica y legal, es ahí, donde Marta impone todo el peso de su poder.

Marta se empeñó para sacar provecho de su activismo filantrópico, pero siempre mirando hacia la cima del poder. Su carácter puso a temblar a Los Pinos y al PAN en jaque.

⁴⁰ LORET, de Mola. *Op.cit.*. p 22.

La figura política de Marta Sahagún no tenía límites. En conferencias de prensa y en cualquier acto oficial trataba de ser el centro de atención, deseaba que todo el poder girara en torno a ella, a tal grado de difundir entre los reporteros el folleto *Pensamiento de Marta*, donde contenía su perfil y sus principales ideas políticas, económicas y sociales en la Tercera Cumbre de América Latina y el Caribe-Unión Europea.

Casada con Vicente Fox, las ambiciones de Marta no se detuvieron. Cada día se esforzaba por ser un personaje más en los medios, de estar en el centro de la noticia.

“La señora de Fox ha roto con la tradición mexicana de ser la primera dama netamente decorativa. Sahagún ha estudiado cómo otras primeras damas desde Hillary Clinton hasta Eva Perón, han manejado el cargo, pero ninguna de ellas es precisamente el modelo a seguir. Ella promete ser una activista como ninguna antes hubo en México.”⁴¹

Marta quería pasar a la historia pero su método no fue el mejor. No aceptar su realidad de primera dama le costó infinidad de críticas, pero a ella sólo le importaba ella sentirse *La Jefa*, como bien la describe la periodista argentina Olga Wornat. El poder estaba en sus manos, se había convertido en la mujer más seguida en los últimos tiempos.

2.2.1 MARTA SAHAGÚN Y SUS ASPIRACIONES POLÍTICAS

Su carrera política como primera dama hacia la presidencia del 2006 fue clara y contundente. Se presentaba a los medios para promover su imagen como una “Santa”, la salvadora y esposa del presidente que llena bondad, solidaria, trabajadora, compasiva. Algunos críticos creen que si ella no se hubiera casado con el presidente

⁴¹ WORNAT, Olga. *Op Cit.* p. 221-222.

hubiera sido una clara opción para el 2006. ¿Pero alguien se hubiera dado cuenta de que Marta existía?

Campaña, aspiraciones, ilusiones, objetivos de vida, son algunas de las vertientes que pueden ayudar a descifrar la ambición por el poder. Nuevamente México se enfrentaba al atropellamiento del poder, expresado nada menos que por una primera dama, anunciaba que las mujeres serían ideales para ocupar la presidencia, y entre líneas, se promocionaba como esa opción.

La crítica fue su enemigo, las demandas civiles contra los periodistas, eran el reflejo de esa lucha de poderes. Demandas contra la Revista *Proceso* y a la periodista argentina Olga Wornat fue la muestra de la furia de aquella que siente tener el poder. Por lo menos puede estar satisfecha que su campaña de 6 años para llegar a la presidencia estuvo rodeada de lujos y muchas alianzas que la ayudarían a cumplir el sueño, que para los mexicanos sería la pesadilla.

¿Presidenta?, ¡No!, mejor como primera dama.

La investigadora de la UNAM, Sara Sefchovich autora de los libros *La suerte de la consorte* y *Veinte preguntas ciudadanas a la mitad más visible de la pareja presidencial con todo y sus respuestas (también) ciudadanas*, fue entrevistada por la revista *Proceso* número 1458, y analizó el protagonismo de Marta Sahagún.

“Los medios la siguen, ni uno sólo de sus parpadeos se le escapa a las cámaras. La señora lo sabe y lo aprovecha. Por eso se disfraza de charra o se pone su traje blanco para ir a la embajada. Ella no es una figura de partido, o con una larga trayectoria de lucha. ¡No, no! ¡Es una figura hechiza! Los medios son los que están fabricando su candidatura. La gente común la ve y la ve en todos los canales de televisión. (...) Hasta el momento ningún otro panista tiene la popularidad de la señora Sahagún.”⁴²

⁴² VERA, Rodrigo. “Otra vez suelta”. *Proceso*. México. Núm. 1458. 10 de octubre 2004, semanal. pp. 10-11.

Tal era el poder de Marta que no sólo era parte de la política, sino también figuraba en las revistas de sociedad y espectáculos, lo que permitió que los medios de comunicación se interesaran en su vida privada.

Durante el sexenio foxista existía cierta libertad de expresión, pero a Marta no le gustaban las críticas, por lo que decidió que las revistas y algunos libros que atentaran contra su persona, ejercería su poder e influencia como primera dama: levantó una demanda civil en contra de Olga Wornat y la revista *Proceso* por daño moral, consecuencia de permitir a la periodista argentina una entrevista donde ventiló algunos de sus problemas de su anterior matrimonio con Manuel Bribiesca, pero la publicación del libro *La Jefa* y otras notas no le agradaron, lo cual generó todo tipo de críticas sobre su vida privada.

2.2.2 MARTA Y SU LABOR ALTRUISTA

“Como a Eva (Perón), a Marta se le podía ver, al principio del sexenio, regalando bicicletas, computadoras (los tiempos cambian, Eva regalaba cuadernos, lápices y máquinas de coser), cuadernos con consejos para padres, visitando indígenas, enfermos y enterrando sus *stiletos* italianos en barrios miserables.”⁴³

Su bondad se vio cristalizada con la creación de la Fundación “Vamos México”, que estaba constituida para ayudar a otras fundaciones. Al igual que otras primeras damas su labor social fue admirada, pero en este caso, se veía que las cosas no iban bien ante la opinión pública.

“El 29 de octubre 2001, en el Polyforum Cultural Siqueiros, de la Ciudad de México, Marta, acompañada del presidente –sin un solo miembro del gabinete–,

⁴³ WORNAT, Olga. *Crónicas malditas, desde un México desolado*. México. Ed. Grijalbo, 2005. p. 231

presentó oficialmente “Vamos México”, la fundación de sus sueños y ambiciones, la que le permitiría crecer, subir hasta la cima del poder, ser amada y aclamada”.⁴⁴

La verdadera intención de centrar sus actividades en el altruismo, era para disfrazar sus aspiraciones presidenciales y conseguir los recursos suficientes para su campaña de la forma más cobarde: engañar a la opinión pública con su máscara de redentora y caritativa.

Días antes, Marta tomó el Castillo de Chapultepec, pero no para dar un discurso, sino para recaudar fondos para su próximo trabajo altruista y el más representativo de lo que sería Marta Sahagún: La Fundación “Vamos México”. Con la presentación estelar del cantante Elthon John, integrantes del gabinete y prominentes empresarios se dieron cita al espectacular movimiento altruista.

La Fundación “cuenta entre sus socios honorarios a los diez hombres más ricos de México: Carlos Slim, Roberto Arango, Alfredo Harp, Lorenzo Zambrano, Emilio Azcárraga Jean, Ricardo Salinas Pliego, María Asunción Aramburu Zavala, Fernando Senderos y Roberto González. Y entre sus fundadores, Sergio Díaz, Beatriz Sánchez Navarro, Amparo Espinoza, Roberto Plascencia y Liliana Melo de Sada, flamante e intimísima amiga de la “Señora Marta” y esposa de Federico Sada, presidente de Vitro.”⁴⁵

La verdadera intención de Marta Sahagún con su fundación no era otra cosa más que conseguir un objetivo político vital para su imagen. Se consideraba como la punta del iceberg para sostener una larga campaña a la candidatura de la presidencia con lo que se vició lo filantrópico con lo político. Y la prueba más fehaciente es en aquellas personas públicas que decidieron colaborar con la labor filantrópica de “Vamos México”.

Era la primera vez que una fundación tuviera convenios con empresas como *Tupperware*, *Televisa*, *Lotería Nacional*, *la Fundación de Bill Gates*, entre otros para colaborar con “esta noble causa”. Estas alianzas no hubieran sido posibles, si Marta

⁴⁴ WORNAT, Olga. *La Jefa*. Op. cit. p. 223

⁴⁵ *Ibid* p. 226.

nunca hubiera llegado al lugar de primera dama. Y mucho menos sin su ímpetu de sobresalir.

2.2.3 MARTA Y SU RELIGIOSIDAD

Desde su formación familiar Marta estuvo relacionada con los Legionarios de Cristo y muy apegada a la fe católica. Sus actos eran siempre a favor de los que menos tienen y bajo esa premisa creó su Fundación.

Instalada en los Pinos antes de ser esposa del presidente “en el privado de la vocera, en el que apenas sobresalía una minúscula bandera tricolor, comenzó a destacar la reproducción de la tilma de San Juan Diego con la venerada figura de la Virgen de Guadalupe, al pie de la misma, hicieron honor a las distintas advocaciones de María, la madre de Dios, la Negra de Polonia que tanto conmueve a Juan Pablo II, y en medio de todas, la imagen de San Charbel”.⁴⁶

En momentos difíciles, a Marta la acompañan sus creencias. Sus discursos, su familia, y sus ideales están apegados a una religiosidad y una alta moral.

Su imagen expresaba conservadurismo, para proyectarse en esa misticidad. Amiga del Sacerdote Marcial Maciel Degollado se dedicó a ayudar a los desfavorecidos y por lo menos ocho años ayudó Marta directamente a la legión.

Todo lo que daba a conocer a los medios de comunicación de su vida personal desde su oficina en los Pinos estaba ligada a su religiosidad. Además, imágenes y oraciones siempre estaban con ella en los momentos más difíciles.

Ya como primera dama acudía a misa los domingos. Refugiada en esta religiosidad superó su divorcio. Además de ser amante de los libros de autoestima y de la buena moral.

⁴⁶ LORET, de Mola. *Op. cit.* p.32.

“Católica en sus formas y pagana en sus contenidos, en la sociedad mexicana el movimiento mensual financiero de adivinos, santeros, brujos y compañía se estima en una cifra que ronda de los 700 millones de dólares. Una de las principales consultantes es la primera dama”.⁴⁷

En este capítulo puede develarse todas las características más representativas de nuestro objeto de estudio. Lo cual con sus acciones, no sólo logró un seguimiento mediático, también desestabilizó todo un sistema político en un proceso de alternancia.

Su sagacidad para manipular a los medios de comunicación y convertirla en arma para promover su imagen, pueden resumirse, como acciones que sobrepasaban a la figura presidencial, una mujer que no tenía límites y creía que irónicamente al ser primera dama, le confería injerencia en las decisiones del país.

Su condición como primera dama fue aprovechada para fines políticos disfrazados de filantrópicos y sólo desestabilizó al gobierno que se había comprometido con un cambio que resultó ser el mismo sistema.

⁴⁷ WORNAT, Olga. *Crónicas Malditas. Op. cit.* p.39.

CAPITULO 3 “LA JORNADA”

Hablar de *La Jornada*, es pensar en un periódico de línea editorial de izquierda. A 24 años de su fundación es uno de los diarios a los que más se recurre entre los universitarios por la forma de exponer la noticia.

En este capítulo nos centraremos en la historia del periódico, así como la línea editorial que lo caracteriza. También ofreceré una breve reseña de cada uno de los moneros que labora en este medio.

3.1. ORIGENES DE LA JORNADA

La Jornada, es un diario editado por la empresa de Desarrollo de Medios S.A., de C.V., que se fundó a raíz de la ruptura entre los trabajadores y los directivos del *Unomásuno*, en 1983. Los desacuerdos se originaron por la fuerte deuda que el periódico había contraído con el Estado, lo que implicaba un cambio en la línea ideológica, y el trato de la empresa hacia el sindicato con el fin de deshacerlo, objetivo que lograría dos años después.

El grupo de trabajadores disidentes, encabezados por Carlos Payan y Héctor Aguilar Camín, fundaron un nuevo diario. En una junta realizada el 17 de febrero de 1984, se eligió a Carlos Payan Verver, Director General y el 29 de febrero, en representación de 79 escritores y periodistas, expusieron una convocatoria pública de su proyecto periodístico.

En los discursos pronunciados por Pablo González Casanova, Héctor Aguilar Camín y Carlos Payan Verver, se indicaron los objetivos y las características de *La Jornada*: “Hemos decidido fundar una sociedad para la comunicación nacional, que

realice sus tareas en la prensa escrita, en la radio y la televisión, la primera tarea será fundar un periódico.”⁴⁸

El periódico nació de un movimiento de la sociedad, la voz de los marginados, las nuevas corrientes de opinión surgidas en el medio político, periodístico, centros de investigación especializados, agrupaciones sociales, etc., abierto a la pluralidad ideológica.

Otro propósito para la fundación del diario, fue crear un medio libre de intereses políticos particulares, oficiales o partidarios, porque en el periodismo contemporáneo la gran mayoría de los medios ésta en manos de gente que los utiliza para ataques personales y olvidan plasmar el acontecer social y político.

Carlos Payan, expresó las razones y la lógica que seguiría el diario para lograr la participación de los lectores a favor de las causas fundamentales.

1. La ampliación y la defensa de la soberanía y la independencia nacional, así como la solidaridad con las luchas que otros pueblos dan para hacer realidad esos principios.

2. La defensa del diario ejercicio de las garantías individuales y sociales que recogen las leyes fundamentales de México.

3. El compromiso con las necesidades y demandas de los trabajadores del campo y la ciudad, así como las mayorías marginadas en el país.

4. La distribución igualitaria de la riqueza socialmente creada y la limitación de privilegios políticos y económicos de toda índole. (Puntos expuestos en *La Jornada*, 29.02.84).

El tipo de sociedad del diario se propuso como cooperativa, el capital social lo formarían la venta de acciones ordinarias y preferentes. Las ordinarias se ofrecieron a

⁴⁸ GONZÁLEZ-CASANOVA, Pablo. “Una alianza para la comunicación”. *La Jornada* no. Cero. p.2.

quienes participaran en la elaboración del diario, con derecho a voto pero, las preferentes a inversionistas que aporten capital para el proyecto democrático de información y análisis, con voto limitado y las prerrogativas de ley para las sociedades mercantiles.

La política editorial es decisión del director general, quien durante su cargo de cuatro años puede ser reelegido de modo inmediato. El Consejo administrativo lo componen once miembros, elegidos en asamblea ordinaria. Actualmente, Carmen Lira funge como directora del diario desde el 5 de junio de 1996.

El diario publica información en forma de notas informativas, reportajes, entrevistas, documentos, crónicas combinadas con escritos de opinión, para en un conjunto lograr una reflexión de fondo de la información presentada.

FICHA TÉCNICA

1. Se ubica en la ciudad de México en Av. Cuauhtémoc 1236, Col. Santa Cruz Atoyac, Del. Benito Juárez, CP 03310
2. Fundado el 19 de septiembre de 1984.
3. Fundador Carlos Payán
4. Director Carmen Lira Saade
5. Periodicidad diaria
6. Tiraje de 107 mil ejemplares diarios
7. Circulación en el DF y en todos los Estados de la República.
8. Formato tabloide: ancho 29cm. y largo 38cm.
9. Número de páginas: oscila entre 55 y 60
10. La distribución consta de 12 secciones, a saber, Política, La Jornada de Intermedio, Cultura, Ciencias, Espectáculos, Cartelera, Deportes, Opinión, Economía, Mundo, Estados, Capital, Sociedad y Justicia, Al cierre.

La capital y las ilustraciones ocupan menos de un tercio del espacio: la mayor parte es texto.

3.2. LINEA EDITORIAL

Si bien, *La Jornada* se caracteriza por ser un periódico de “izquierda”, no sólo por expresar la realidad política y criticar el conservadurismo priísta que imperaba, también fue un diario que condenó la violencia. Es así como lo cita Claudia Guzmán “*La Jornada* aumentó en número de lectores para entender la razón de éste crecimiento basta señalar los sucesos ocurridos en esos lapsos: la irrupción del EZLN, el asesinato de Luis Donaldo Colosio, las elecciones presidenciales y la ruptura entre el presidente Ernesto Zedillo y su antecesor”.⁴⁹

El diario ofrece una versión más amplia que la oficial. Está integrada por académicos, críticos en arte y cultura que ofrece una lectura más amplia de los sucesos. Su fundación nació en un momento clave, ya que la sociedad estaba dispuesta a no quedarse solo con las versiones que el gobierno ofrecía.

Es así como el diario abordaba nuevos temas como el uso del condón y manifestó un claro acuerdo a la despenalización del aborto. Además, invita por su línea editorial a un cambio democrático y una pluralidad en todos los sentidos.

La Jornada es un diario que exhorta en sus líneas a la reflexión, el análisis y el debate.

3.3. LÍNEA EDITORIAL EN EL SEXENIO DE FOX

La Jornada expresó la pluralidad de propuestas durante la campaña presidencial 2000-2006. Pero a la llegada de Vicente Fox al poder, el diario entabló una severa crítica a todas sus actividades como figura pública.

⁴⁹ GUZMÁN, García Claudia. *La política hecha imagen: análisis del cartón político y sus mensajes durante la campaña de la elección presidencial del 2000*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, 2007. p. 68.

Si bien el propio presidente había declarado que llevaría implícito su gobierno una libertad de expresión, este fue el argumento necesario para que no sólo las acciones políticas fueran criticadas, sino también su vocabulario, sus ideales, su relación sentimental y todo lo que tuviera que ver con él.

Cuando Vicente Fox asumió el poder ejecutivo, Marta Sahagún era la encargada del área de Comunicación Social en los Pinos, impuso como principal método de comunicación conferencias de prensa a las que asistiría Fox.

“Tenemos claro que los medios son un negocio. No estamos en contra de su derecho lícito a obtener utilidades, sin embargo es claro que los medios también tienen una responsabilidad social. Desde esta perspectiva es preciso que los medios no confundan el Interés público con el interés comercial... Debemos procurar en todo momento que sean intereses complementarios”, fue parte de su discurso al entrar en funciones”⁵⁰

Sin embargo, con la alternancia en el poder, no se dieron los resultados que el país y los medios esperaban del guanajuatense Vicente Fox. Poco a poco la realidad fue tomando forma y su gabinete sufrió un cambio que transformó la visión de la democracia al casarse con su vocera Marta Sahagún, el descontento se hizo más presente tanto en los medios, como en la opinión de los moneros a través de sus caricaturas.

Las inconformidades comenzaron a expresarse en los medios, por no respetarse la libertad de expresión. Al principio de su gestión, aseguraba que el “cambio democrático” del país había “abierto” el margen de acción de la prensa, con lo que se garantizaba el pleno ejercicio de la libertad. Pero en los años subsiguientes su actitud cambió tanto que restringió la presencia de reporteros en las giras presidenciales.⁵¹

⁵⁰ WORNAT, Olga. *La Jefa. Op. cit.* p 21.

⁵¹ VERGARA, Rosalía. “Libertad acotada”. *Proceso*. México. Núm.1488. 8 de mayo 2005, semanal, pp. 12-13.

En el artículo “Libertad acotada” de la revista *Proceso* número 1488 en las páginas 12 y 13 señala Rosalía Vergara que: “Cuando Sahagún fungió como coordinadora de Comunicación Social de la Presidencia, se comprometió a respetar la libertad de expresión, a los medios de difusión masiva, a promover el derecho a la información “en todos los ámbitos” y abrir las puertas al dialogo sin obstáculo alguno.”



LIBERTAD RESPONSABLE, Helguera

La Jornada, 1 de junio 2001

Ya como esposa del presidente y sujeta al escrutinio público, debido a sus actividades políticas y de promoción personal, Sahagún cambió su actitud con la prensa. Cuestionada por el manejo financiero de su fundación Vamos México, asumió una actitud de confrontación con los medios que la cuestionaban a ella y a sus hijos.

Vicente Fox y Marta Sahagún a lo largo del sexenio, mostraron su verdadera cara: la intolerancia ante las críticas a las que estaban expuestos, no sólo por ser personas públicas, sino que ellos mismos propiciaban dar a conocer su vida y los medios tenían las armas suficientes para realizar críticas.

Tales críticas son las que muchas veces enfurecieron a la “pareja presidencial” y principalmente a Marta Sahagún, que hasta demandó civilmente a la revista *Proceso* y a la escritora argentina Olga Wornat, autora de *La Jefa y Crónicas Malditas desde un México desolado*, por daño moral.

La demanda civil no sólo fue un atentado a la libertad de expresión que tanto exaltó Vicente Fox en actos públicos, sino que se puso en debate el propio concepto de

libertad de expresión y al derecho a la información, garantizados ambos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Durante el sexenio de Fox la relación Medio-Gobierno no siempre fue cordial. Y aunque podría pensarse que en su análisis siempre realizado por *La Jornada*, estaba centrado en las acciones del poder, el medio también sirvió para poderle ofrecer al lector la versión no oficial, pero de la imagen del presidente Fox.

En este sexenio nunca dejó de existir un cartón, una nota o un artículo de opinión que no hablara de nuestro presidente, puesto que siempre directa o indirectamente estaba presente. Lo que también contribuyó fue la amplia mercadotecnia que impregnaba a sus actos, y cabe recordar que ese fue uno de los principales elementos que lo hicieron llegar al poder.



DOCTRINA FOX, Rocha
La Jornada 2 de mayo 2002

3.4 LOS MONEROS Y SU LÍNEA EDITORIAL

¿QUIÉNES SON LOS MONEROS?

A la corriente de cartonistas críticos, contemporáneos, conscientes de la trascendencia de su tarea profesional y motivadores de una visión crítica imperante y herederos de la sátirica mordaz pertenecen a los moneros de *La Jornada*, ellos son, Magú, Ahumada, Fisgón, Helguera, Rocha, Hernández.⁵²

⁵² OLMOS, Medrano Susana. *Los gritos de los moneros en la selva lacandona. Análisis temático del cartón de la Jornada durante la sublevación en Chiapas*. Tesis Profesional, FCPyS, UNAM, 1996. pág. 85.

Ahumada, Fisgón, Helguera, Magú y Rocha se incorporaron al periódico casi desde que éste se fundó, para conformar el grupo de “Caricaturistas revolucionarios” como se autonombraron en las elecciones federales de 1988. Hernández se integró hasta el 2005.

3.4.1 AHUMADA

Manuel Ahumada nació en México DF, en 1956. Realizó sus primeros trabajos en un periódico de *Rock Mediodía*, y en *La Garrapata*. Ingresó a *La Jornada* desde que realizó la convocatoria, incluso es accionista. Antes de publicar en *UnomásUno* colaboró en *Nexos*.⁵³

Ahumada estudió Ingeniería Agrícola, ganó un concurso de pintura y se inscribió en San Carlos. A partir de ahí se dedicó más a la realización de caricaturas.

En Ahumada predominan los elementos surrealistas. Para él son más importantes las ideas y las atmósferas que los retratos y los personajes, pues el artista trabaja fundamentalmente con símbolos y arquetipos.

Es notorio observar que los cartonistas antes mencionados, tienen una mayor libertad para tocar temas que otros no pueden abordar, esto se debe a los planteamientos del antes Director General, Carlos Payan y ahora encabezados por la Directora General Carmen Lira Saade, ya que la inclusión de cuestiones gráficas en el periódico son producto de la línea editorial del mismo.

⁵³ *Ibidem*. pp. 86.

3.4.2 EL FIGÓN

Rafael Barajas, el Figón, nació el primero de enero de 1956. Pertenece al grupo disidente de *UnomásUno*, estudió Arquitectura y se graduó en 1978 de la Universidad Nacional Autónoma de México. Desde 1979, se dedicó al dibujo porque, como él dice, un día descubrió que eso era lo que más le agradaba. Colabora actualmente en *La Jornada*, realizó historietas para niños y tiene publicados varios libros, entre ellos: *Sombras escogidas*, *Lo creo y no lo veo*, *Atrás de la Raya* y *¡Me lleva el TLC!* Con su trabajo como cartonista político obtuvo el Premio Nacional para el Periodismo Joven Manuel Buendía en 1987.

El Figón se declara de formación política troskista, pero más que una línea ideológica es la defensa de aquello que considera progresista y de interés para la población mexicana, sobre todo aquello que la gran prensa del país y principalmente la televisión no tocan.

Lo que le interesa al Figón es que sus cartones sean eficaces y efectivos, y que tengan calidad estética, puesto que el lector verá siempre con más agrado una caricatura estéticamente bien resuelta que una mal resulta. Busca a través de sus trazos ser un vocero de lo que opina el ciudadano, es decir, ser su portavoz.

La mirada del Figón ha abolido lo inverosímil, en sus trazos reinventa el suceso y puede leer con el hígado o con el cerebro, se metamorfea el acontecimiento y los asuntos más graves, más dolorosos, más indignantes, en fantástica alquimia (disciplina y talento) ofrecen un perfil donde la burla es necesaria, la ironía dolorosa, la indagación lúdica, todo ello encuentra su acomodo natural y llevan de la comisura de la risa a reflexiones con la seriedad al revés.

Lo más importante El Figón “es obcecado coleccionista, rata de biblioteca, investigador, escribe e ilustra cuentos infantiles, y cuando le da tiempo, cura exposiciones”⁵⁴.

⁵⁴ RIUS. *Los moneros de México*. *Op.cit.* p.180.

3.4.3 HELGUERA

Antonio Helguera Martínez, Helguera, nació el 8 de noviembre de 1965, en la Ciudad de México. Estudió Diseño y Comunicación, y la carrera de grabador en La Esmeralda del INBA. Empezó a publicar en 1983 en *El Día*, en la sección de Internacionales y en 1985, cuando tenía medio año de ser fundada *La Jornada* se incorporó ocupando el lugar que dejaba Helio Flores.⁵⁵

El cartonista se considera gente de izquierda, es decir, es capaz de juzgar la conducta de nuestros gobernantes, y esto va más allá de una ideología de izquierda o de derecha; por ejemplo criticar el fraude electoral de 1988, la corrupción, etc.

El cartonista tiene un tramo definido y sus caricaturas relacionadas con temas como la política, generan la carcajada y el entusiasmo que se ven reflejados por la exactitud de su visión crítica. Sus dibujos denotan madurez artística, es de los cartonistas que emplea herramientas que el periódico *La Jornada* le proporciona, como el archivo para hacer fotomontajes.

3.4.4 MAGÚ

Bulmaro Castellanos, Magú, el Premio Nacional de Periodismo 1982, nació en San Miguel El Alto Jalisco en 1945. Es el más joven de la corriente crítica de Naranjo, Helio Flores y Rius.⁵⁶

Bulmaro Castellanos se inició como cartonista en El Universal, ilusionado por lo que había sido la caricatura política en los años pre y postrevolucionarios e influenciado por ella.⁵⁷ En 1968, ingresó a la revista *Sucesos para todos*, donde coincide con Naranjo y Helio Flores. Colaboró en 1972 en *Revista de Revistas*, el periódico *Excélsior*, dirigido

⁵⁵ OLMOS, Medrano Susana. *Op. cit.* p. 96.

⁵⁶ *Ibidem.* p. 99

⁵⁷ GARCÍA, Elvira. *La caricatura política*. México. Ed. UAM-Iztapalapa. 1983. p. 37.

por Vicente Leñero. En 1973 dejó *Sucesos* y continúa en la segunda hasta julio de 1976, año en el que Scherer deja la dirección general de *Excélsior*.

En 1976, ingresó a *Proceso* editada por Scherer y su grupo. En 1977 ingresa a *UnomásUno* para hacer cartón editorial. Colabora también *Oposición Crítica* y *La Garrapata* en su tercera época.

Durante este tiempo, desde su primera caricatura en *El Universal*, hasta sus últimos trabajos en *Revista de Revistas*, Magú adquirió dominio de la crítica, pero como dibujante tarda algunos años más en encontrar lo que, hoy en día, es un estilo propio en el que se mezclan algunas influencias.

La técnica de Magú es el trazo libre, la desmitificación del dibujo formal, del repudio de la estética, pues lo importante para él es el contenido crítico y la carga satírica antes que la estética del cartón. Aunque el humor que maneja no es tan simple como aparenta, es corrosivo y pesimista.

3.4.5 ROCHA

Gonzalo Rocha González Pacheco, ROCHA, nació en la Ciudad de México el 14 de noviembre de 1964. Después de la preparatoria cursó estudios de diseño gráfico en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, de INBA, en San Miguel Allende. Además cursó innumerables talleres independientes.⁵⁸

Inició en *La Garrapata*, posteriormente trabajó en *El Día*, año y medio, otro año y medio en el suplemento *Más o menos* de *UnomásUno*, en donde conoció a su grupo de moneros con quienes después integró a los cartonistas de *La Jornada*.

Ingresó a *La Jornada* al mes de fundado el diario. Carlos Payan Verver lo puso a prueba un mes, al término de este se quedó en el periódico, hasta la fecha.

⁵⁸ OLMOS, Medrano Susana. *Op. cit.* pag 103

De sus primeros cartones a la actualidad existe una notable evolución, ya que la formación política, y los conocimientos generales del acontecer nacional, se van adquiriendo día a día, y por lo mismo el quehacer gráfico se va perfeccionando.

3.4.6 HERNÁNDEZ

José Jorge García Hernández nació en 1965 en la Ciudad de México. “Tiene estudios en cine y artes visuales y se inició prácticamente en *El Chahuistle*, luego por su calidad codirigió *El Chamuco* junto con Helguera, El Fisgón, Rius y Patricio. Antes de eso, escondió sus bien hechos monos en varias publicaciones. Magnífico ilustrador y retratista, que también colaboró en el periódico *Milenio* (diario y semanal)”.⁵⁹

Estudió la carrera de pintura en la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP), y actualmente imparte un post-doctorado de migajón artístico y figuritas de porcelana. Gracias a sus cualidades plásticas –o, mejor dicho, a la ausencia de éstas– se dedica a la caricatura política desde 1994, colaborando en revistas como *Mira*, *El Chahuistle*, *El Chamuco* y *Milenio Semanal*.

“En el año 2000, provoca la conmiseración de Federico Arreola, quien le ofrece un espacio en *Milenio Diario*, para poder vivir honradamente. En 2001, debido a un lamentable error atribuido a la inexperiencia del gobierno foxista, recibe el Premio Nacional de Periodismo”.⁶⁰

En septiembre de 2005 se integra a *La Jornada* y a partir de octubre del mismo año, junto con Helguera, perpetra la sección “Mono Sapiens” del semanario *Proceso*.

En este capítulo podemos observar que el periódico *La Jornada* se caracteriza por ser crítica al sistema político, sin embargo no es propositiva ante los temas que deja al descubierto en cada una de sus notas publicadas. Ya que, por su postura de los hechos, hacen que el periódico sea de los más consultados por la comunidad estudiantil y de algunos intelectuales.

⁵⁹ RIUS. *Op.cit.* p. 215.

⁶⁰ HERNÁNDEZ, José. *Monero*. México. Dirección URL: <http://www.monerohernandez.com/>

CAPÍTULO 4 DE LA ACCIÓN A LA TEMATIZACIÓN DEL PERSONAJE MARTA SAHAGÚN

En este capítulo abordaré la definición de tematización y su utilidad en los medios de comunicación, la cual servirá como línea principal para esta tesis que ejemplificara las acciones de Marta Sahagún en sus diferentes facetas tratadas en *La Jornada*.

También a través de un cuadro general y cuadros particulares se detallaran las acciones de lo que fue Marta Sahagún durante el sexenio de Vicente Fox y cómo repercutieron éstas en la tematización en el periódico *La Jornada*.

4.1 DEFINICIÓN DE ANÁLISIS TEMÁTICO

“Tematizar, desde el punto de vista más concreto, significa disponer de criterios no sólo argumentativos, sino de convivencia útil y de influencia práctica con base a un determinado tema debe inscribirse en la “agenda política” de una colectividad nacional”.⁶¹

La constante publicación de acontecimientos da lugar para ser tematizados. Para el teórico Mauro Wolf, la tematización es “como un procedimiento informativo perteneciente a la hipótesis de la *agenda-setting*, del que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente, colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información tematizada.”⁶²

Por otro lado, Agostini⁶³ define la tematización como la actividad de los *medios (mass media)* concretada con la selección de los temas y la discusión de la modalidad

⁶¹ MARLETTI, C. *La información tematizada*. Milán, 1985. p.25

⁶² WOLF. MAURO. *La investigación de la Comunicación de masa*. México. Ed. Paidós. 1997 p. 185.

⁶³ OLMOS, Medrano Susana. *Op. cit.* p.107

de memorización de los mismos por el público. Así, la selección o la memorización de la información periodística son dos caras de una misma moneda.

“Un tema fundamental en la producción periodística es la tematización. La tematización supone la selección de un tema y su colocación en el centro de atención pública.”⁶⁴

Rodrigo Alsina nos 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 por ello que los *mass media* “no son canales, son más bien co-productores (...), no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirlos.”⁶⁵ Es decir, existe en la comunicación política una especificidad 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.

Con lo anterior, señalamos que el teórico Grossi concibe la opinión pública como el lugar de producción de efectos de la realidad públicamente relevantes, como la definición y la negociación colectiva del sentido de determinados procesos y decisiones; en definitiva, la presentación y la difusión de esquemas e imágenes de la actuación política que son represivamente ricos y, no obstante, muy estructurados y orientados.

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 unos temas.

“La tematización sobre un acontecimiento: es la naturaleza pública del tema, su importancia social. No todos los temas son susceptibles de tematización, sino tan sólo

⁶⁴ ALSINA, Miguel Rodrigo. *Op. cit.* p. 135

⁶⁵ GROSSI. *La comunicación política y la mass media en comunicación política*. Milán, 1983. p. 26.

los que explican su importancia político-social. (...) La tematización sólo sería posible en ambientes ya provistos de una importancia <<institucional>>”.⁶⁶

Alsina indica que es necesario el concurso del sistema informativo. No se puede afirmar que un medio de comunicación tematiza un conocimiento, el autor considera que a la hora de hablar de tematización habría que situarse al nivel del sistema informativo en general. Un tema repetido por distintos medios entra en el círculo de atención pública por el efecto de adición o de eco.

La presente investigación deduce en la capacidad que tuvo la prensa mexicana para transmitir los acontecimientos iniciados el 2 de julio del 2001 con la boda entre Marta Sahagún y Vicente Fox, fue por medio de lo que se denomina eco. Todos los diarios retomaron el acontecimiento y valoraron la noticia. Era un tema nuevo para la vida política del país.

Es posible suponer que la adición de distintos medios permite que un acontecimiento se convierta en un tema.

Ahora bien, el público es el que articula la información recibida. Benzon, M. y Frazier⁶⁷ 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 las 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.

⁶⁶ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* pp. 185-186.

⁶⁷ BENTON, M. y Fraizer, P.J. *La agenda setting función de la mass media y tres niveles de molde de información*, en *Comunicación Research*, 1976.

Asimismo, en la tematización se dan complejas consideraciones que, sin embargo, Agostini ⁶⁸ agrupa en tres grandes órdenes:

- a) A la cualidad de la información ofrecida a los lectores
- b) La política editorial (la concurrencia en las ventas, en el mercado publicitario)
- c) La línea política del periódico.

Para aplicar la metodología propuesta por Agostini, en el inciso *a*), hace referencia al medio que estamos analizando, en este caso *La Jornada*, de la cual se hizo un manejo imparcial de la información, ya que los moneros tenían críticas diferentes hacia los actos y personajes involucrados a Marta Sahagún.

En el caso del inciso *b*), las circunstancias de su circulación a nivel nacional. Es un claro ejemplo de la distribución de sus noticias, sin embargo hay que tomar en cuenta que hay un porcentaje de devolución de periódico, por lo que no quiere decir que esa cantidad se vendió.

Con relación al punto *c*), la línea del periódico, en este caso es considerado de izquierda, ya que siempre fue una clara oposición a los manejos de llevar su tarea de primera dama de la señora Marta Sahagún. Una postura demasiado crítica y reveladora de cada una de los nepotismos cometidos. Enfatizado siempre en su afán de protagonismo político, tal vez considerado ilegal, por la posición en la cual estaba Marta.

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

1. *Los casos excepcionales*. Estos casos, por lo demás, contradicen el carácter potencialmente racional de la tematización. Nos encontramos ante una “tematización involuntaria”. Se produce una selección ideológica e irreflexiva propia de las rutinas profesionales de los periodistas.

⁶⁸ AGOSTINI. *La tematización*, Año IX, N° 4. 1984, p. 59.

2. *Las grandes cuestiones de la vida colectiva.* Problemas políticos, económicos, culturales de costumbres y morales. Son temas que pueden tratar informativamente de forma espectacular.

3. *Todas las iniciativas que un periódico* puede tomar para profundizar de modo autónomo en un determinado tema (entrevistas, servicios especiales, dossier, sondeos, etc.)

La organización del trabajo periodístico es relativa, todos los que colaboran en el diario, intelectualmente hablando, participan no sólo de manera preprogramada, sino de manera autónoma con relación al acontecer.

Para Mauro Wolf ⁶⁹, algunos temas afectan casi a todos de la misma forma. La Conexión entre *a)* criterios de importancia aplicados por los media, *b)* umbral de visibilidad de los temas y *c)* efectos de la agenda diversamente articulados como resultado de la relación entre *a), b)*, es ofrecido por la llamada *tematización*.

Es por eso que los medios hablan a los lectores una “realidad mediática” construida con personajes rentables con la finalidad de hacer una cobertura del hecho. Cuando en realidad sólo están recibiendo las inversiones económicas al equipo de trabajo.

NIVEL COGNITIVO DE LOS ACONTECIMIENTOS

En este sentido los lectores tienden a incluir o excluir hechos de su vida cotidiana. De ahí que “por efecto cognitivo entendemos el conjunto de las consecuencias que sobre los acontecimientos públicamente compartidos por una

⁶⁹ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* p. 184

comunidad se deduce a la acción mediadora de los medios de comunicación de masa.⁷⁰

Todo individuo necesita una extensa cantidad de información que le permita identificar su entorno y adaptarse a las posibles modificaciones para determinar sus decisiones.

“Un efecto cognoscitivo, sobre los sistemas de conocimientos que el individuo asume y estructura establemente, a acusa del consumo de comunicaciones de masas”.⁷¹ Sin embargo, no se puede dejar de lado, el cómo los medios proporcionan hechos más susceptibles de seguimiento que otros.

“La *agenda-setting* reconoce la importancia de los contactos interpersonales para determinar el impacto definitivo del contenido de los media sobre el público. La *agenda-setting* utiliza los factores interpersonales para ayudar a explicar las condiciones en las que los efectos de *agenda-setting* son más pronunciados”.⁷²

“Los *mass media* por tanto ejercen la influencia que poseen, por cuanto son algo más que un simple canal a través del cual es presentada a los electores de política de los partidos. Al infiltrar, estructurar y enfatizar determinadas actividades públicas., el contenido de los media no se limitan a transmitir lo que los portavoces proclaman y lo que los candidatos afirman (...) No sólo durante la campaña, sino también durante los períodos intermedios, los media ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracterizan a cada competición electoral (LANG-LANG, 1962, 689).⁷³

⁷⁰ SAPERAS, Enric. *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed. Ariel. S.A., 1987.

p. 9

⁷¹ WOLF, Mauro. *Op. Cit.* p. 158.

⁷² *Ibid.*, p. 172.

⁷³ *Ibid.*, p. 161

En la presente investigación, la prensa actuó como mediador entre la población y la realidad. El cartonista interpretó la realidad y el lector la asumió como noticia-hecho. Es por ello, que el estudio de los efectos cognitivos nos conduce hacia un replanteamiento en profundidad de la opinión pública y de las vinculaciones establecidas entre el sistema político y los medios de comunicación.

El nivel cognitivo se desarrolla básicamente en el marco del análisis de la comunicación política, no hay que olvidar que el sistema político es una de las fuentes de financiación de la investigación comunicativa, en cuanto a actividad política caracterizada de los medios de comunicación de masas.

4.2 DE LAS ACCIONES A LA TEMATIZACIÓN

Marta Sahagún es una de las mujeres que toma importancia en la política no sólo porque fue la primera dama de este país, sino que a raíz de su matrimonio con el presidente Vicente Fox, y tal vez como antecedente, su fugaz papel de Vocera de presidencia.

Con una figura de señora reservada y caritativa, sus ambiciones políticas comenzaron a sobresalir desde que fue la vocera de la presidencia de la República durante el inicio del sexenio foxista. Su figura tuvo una influencia vital para crear una imagen de cambio a Vicente Fox, donde por primera vez pareciera existir un interés por tener contenta a la prensa gracias a una libertad de expresión ilimitada en un proceso de transición política.

Así Marta comenzó a figurar en los medios. Pero su ambición no podía limitarse a sólo ser vocera, necesitaba un trampolín político para iniciar su carrera política. Su matrimonio con Vicente Fox fue blanco de todo tipo de críticas, pues los moneros se daban cuenta de las intenciones de esta mujer astuta.

Su figura fue de tal peso, que las decisiones exclusivas del presidente y su gabinete recaían también en Marta, tal hecho se convirtió en la noticia principal de los diarios de nuestro país. La crítica fue fundamental para ponerle un freno a una señora que aparentemente carecía de fuerza política, pero sus expectativas se proyectaban más lejos.

Con el paso del tiempo su opinión y sus mensajes tenían una influencia en el poder, así anunció sus pretensiones para ser candidata a la presidencia para el período 2006-2012. La situación era difícil para un presidente que intentaba ser el redentor del cambio político y se tornaba en caos con una mujer que no se quedaba en el lugar de la primera dama, y el pueblo mostraba su enojo y los moneros lo expresaban con sus caricaturas.

La polémica generada en los medios de comunicación, fue tan generalizada que se hablaba de ella en todos los medios. De ahí la necesidad de ridiculizar y evidenciar los modos de una primera dama que fue blanco perfecto, para caricaturizar cualquier acto u omisión cometiera, por lo que los moneros de *La Jornada* mostraron interés por tematizar.

Hablar de tematización en los medios no debe tomarse como una situación indiferente o aislada, ya que esta ligada a la importancia de los medios para enfatizar en las noticias de alta importancia, según lo consideran los teóricos Alsina y Wolf. A partir de este proceso, se codifican una serie de personajes, los cuales todos ellos están ligados a una relación directa entre los temas.

Por ejemplo, Marta Sahagún, era vocera de la presidencia de la República, y sin premuras se convirtió en la primera dama de nuestro país. Asimismo fue el centro de atención por sus declaraciones y en los medios figuraba como la responsable de ocasionar problemáticas con su evolución en la presidencia surgió el personaje *la primera dama enferma de poder*.

La Dra. Francisca Robles, habla de los hechos como una mercancía que debe ser rentable para que más público la consuma y así crear personajes o historias que no se olviden fácilmente, ya que están basadas en la vida cotidiana.

Es por ello que Marta Sahagún se convirtió en mercancía rentable, dado que era la primera dama que rompía con el esquema de sus antecesoras. Además de tener un peculiar estilo de hablar, su forma de buscar la noticia y ser ella la protagonista principal.

“La Prensa construye así versiones en forma de productos comerciables, noticiables (y no noticiosos, como erróneamente se cree) que representan lo nuevo, lo interesante, lo que vale la pena comunicar y son los periodistas (avalados por las estructuras propias de sus medios) quienes seleccionan los sucesos que procesan para su difusión”.⁷⁴

4.3. LOS TEMAS

Para esta investigación, el periodismo fue considerado como una máquina de construcción de la realidad e interpretador de ésta.

Lorenzo Gomis señala que la “realidad puede captarse fragmentada en unidades independientes y completas llamadas hechos y que estas pueden elaborarse, redactarse y comunicarse al público como noticias.

“Los hechos son considerados necesarios para mantener la credibilidad y para cumplir con los límites finales del cierre”.⁷⁵

La conjunción de los hechos da vida a la noticia, la cual trata de explicar e interpretar la realidad. Estos hechos en esencia son trascendentales y tiene una exposición más en el interés del público, lo que tiene por efecto generar y producir una opinión, debate o comentario sobre el mismo.

⁷⁴ ROBLES, Francisca. *Del espectáculo al testimonio: dos formas de presentar la realidad*. Espejismos de papel: La realidad Periodística. Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Marzo 2006. p. 177.

⁷⁵ TUCHMAN. *La Producción de la Noticia .Estudios sobre la construcción de la realidad* .México. Ed. GG Mass Media, 1978. p. 100.

A continuación como parte de la metodología aplicada a esta investigación se contabilizarán los hechos que se derivaron de las acciones de Marta Sahagún, resumidos en un cuadro general en las que se incluyen las caricaturas de cada unos de los temas desarrollados por los moneros.

ACCIONES TEMATIZADAS DE MARTA SAHAGÚN

	TEMA	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Matrimonio con Vicente Fox	Boda con Marta Sahagún	10/07/2001	Urge competidor	Magú
2	Matrimonio con Vicente Fox	Investigación Caso Amigos de Fox	12/07/2001	Bajo sospecha	Helguera
3	Matrimonio con Vicente Fox	Giras Presidenciales	23/07/2001	Enseñanza presidencial	Magú
4	Matrimonio con Vicente Fox	Gastos de campaña	25/07/2001	Austeridad	Helguera
5	Matrimonio con Vicente Fox	Austeridad por gastos de campaña	26/07/2001	Tiempos modernos	El Fisgón
6	Matrimonio con Vicente Fox	Giras Presidenciales	27/07/2001	A viajar... También	Magú
7	Matrimonio con Vicente Fox	Actividades del Presidente y su esposa	16/10/2001	Familia Felix	Magú
8	La "Pareja Presidencial	Defensa de su esposa a criticas	03/03/2003	El cocinero de los Pinos	Helguera
9	La "Pareja Presidencial	Marta decide en los pinos	07/03/2003	Un consejo	Helguera
10	La "Pareja Presidencial	Defensa de su esposa a criticas	07/03/2003	Todo un Feminista	Helguera
11	La "Pareja Presidencial	Defensa de su esposa a criticas	08/03/2003	8 de Marzo	Helguera
12	La "Pareja Presidencial	Marta decide en los pinos	10/03/2003	¿Consulta Nacional?	Magú
13	La "Pareja Presidencial	Defensa de su esposa a criticas	13/02/2004	Acto Republicano	Helguera
14	La "Pareja Presidencial	Rumbo al 2006	28/06/2004	Montándose	Helguera
15	La "Pareja Presidencial	Consecuencia de su poder	05/07/2004	...Hasta la Despedida	Rocha
16	La "Pareja Presidencial	Consecuencia de su poder	05/07/2004	Durazo entendederas	Magú
17	La "Pareja Presidencial	Marta decide en los pinos	07/07/2004	Organigrama	Helguera

18	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Comparación con Eva Perón	27/06/2002	Un caro anhelo	Helguera
19	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Situación Económica comparada con Argentina	05/07/2002	Argentinización	Magú
20	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Se hace proselitismo desde la Presidencia	05/02/2003	El proselitismo de los Fox	Rocha
21	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Primeras Planas dedicadas a la Primera Plana	27/05/2003	Primera Dama, Primera Plana	Rocha
22	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Primeras alianzas para lanzarse a la candidatura Marta Sahagún	17/05/2003	Las dos frívolas	El Fisgón
23	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Actividades públicas de la Pareja Presidencial	20/05/2003	Visita a la Catedral	Rocha
24	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Declaraciones a favor de la candidatura de la Primera Dama	13/06/2003	En campaña	Helguera
25	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Postulación de Primera Dama a la presidencia del 2006	18/07/2003	Pataditas bajo la mesa	Rocha
26	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Postulación de Primera Dama a la presidencia del 2006	23/07/2003	Tiempos de agotamiento	Magú
27	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Perspectiva del pueblo sobre la candidatura de Marta	29/07/2003	Pueblo en vilo	Rocha
28	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Postulación de Primera Dama a la presidencia del 2006	27/08/2003	Vivales	El Fisgón
29	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Postulación de Primera Dama a la presidencia del 2006	06/10/2003	Palabras sin dedicatorias	Magú
30	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Proselitismo desde los Pinos	15/01/2004	Aspirante a los Pinos	Magú
31	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Declaraciones a favor de la candidatura de la Primera Dama	15/01/2004	Continuismo Familiar	Rocha
32	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Los amigos de Marta	16/01/2004	Para empezar	Magú
33	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Actitud del Presidente ante la situación política	17/01/2004	Marta para Presidente	El Fisgón

34	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	PAN atado de manos ante la candidatura	19/01/2004	Aspirante a consejera	Magú
35	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Postulación de Primera Dama a la presidencia del 2006	19/01/2004	Una cuestión de glamour	Helguera
36	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	20/01/2004	Tiempos fríos	Magú
37	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Candidatos presidenciales	20/01/2004	Catalepsia Política	Rocha
38	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Comparación con sus actividades definidas	24/01/2004	El tema de moda	Helguera
39	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Candidatos presidenciales	07/02/2004	Candidatos prematuros	Ahumada
40	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	11/02/2004	En los Pinos	Ahumada
41	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	13/02/2004	La sombra del caudillo	Ahumada
42	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Desiste de la candidatura	13/02/2004	El retiro	Ahumada
43	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	05/03/2004	Los otros destapes	Rocha
44	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Encuestas	19/05/2004	Su crimen	Helguera
45	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	31/05/2004	Destapado dos veces	Helguera
46	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	02/06/2004	Auxilio, Vicente	Helguera
47	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Nuevo dedazo	02/06/2004	El dedazoflamingo	Rocha
48	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Reglas para candidatos	07/06/2004	La prudencia de Presidencia	Rocha
49	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Reglas para candidatos	08/06/2004	Aclaraciones y deslindes	Magú
50	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Proselitismo desde los Pinos	10/06/2004	La señora presidenta	Helguera
51	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	17/06/2004	Destape	Helguera

52	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	30/06/2004	Falda Presidencial	Ahumada
53	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Perspectiva del pueblo sobre la candidatura de Marta	06/07/2004	Aviso	Magú
54	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Destape Presidencial	08/07/2004	No hay porque alarmarse	El Fisgón
55	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Nuevo dedazo	08/07/2004	El voto útil	Rocha
56	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	12/07/2004	Llegada tarde	Magú
57	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Desiste a la candidatura	13/07/2004	Empoderamiento en retirada	Magú
58	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Desiste de la candidatura	13/07/2004	Aunque quiera	El Fisgón
59	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Desiste de la candidatura	13/07/2004	Íbamos México	Rocha
60	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Amigos de Marta	13/07/2004	La amiga de Marta	Rocha
61	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Sucesión de mujeres	22/07/2004	El empoderamiento de nuevo	Magú
62	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Nuevas aspiraciones a la candidatura	09/08/2004	Dedo no, sabanazo si	Magú
63	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	No desiste	17/08/2004	Petición desde el empoder	Magú
64	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	No desiste	20/09/2004	Instancia antimisoginia	Magú
65	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Otros destapes	23/09/2004	El empoderamiento competido	Magú
66	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	No desiste	24/09/2004	Diálogo de género	Magú
67	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	No desiste	28/09/2004	Escape al futuro	Rocha
68	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	04/10/2004	Todo preparado	El Fisgón
69	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	16/11/2004	Predicciones 2005	El Fisgón

70	Pretensiones a la candidatura presidencial del 2006	Contrincantes de Marta	05/02/2005	Si hay cambio	Helguera
71	Su labor altruista	Guía de padres	11/02/2002	Si de moral se trata	El Fisgón
72	Su labor altruista	Guía de padres	01/03/2003	Guía para desmadres padres	Helguera
73	Su labor altruista	Actividades altruistas	07/02/2004	Dios los crea	Helguera
74	Su labor altruista	Necesidad de más promoción en actividades altruistas	16/02/2004	La defensora de la mujer	Helguera
75	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Declaraciones al reportaje	03/02/2004	Rendición de Cuentas	Magú
76	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Reacciones del reportaje	04/02/2004	Si se puede	Helguera
77	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Lo que hay detrás de Vamos México	04/02/2004	Buena sombra le cobija	Rocha
78	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Lo que hay detrás de Vamos México	04/02/2004	Vamos México	Ahumada
79	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Lo que hay detrás de Vamos México	17/02/2004	Fundación no nos Vamos México	Rocha
80	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Involucrados en el caso Vamos México	25/02/2004	El color del dinero	Rocha
81	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Declaraciones del presidente en el caso Vamos México	15/05/2004	De nuevo...por Europa	El Fisgón
82	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Averiguaciones	20/05/2004	El buen juez por su casa empieza	Rocha
83	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Declaraciones a favor de las actividades de la Fundación	12/06/2004	Consejo de la tía Marta	Helguera
84	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Caso Lotería Nacional	14/06/2004	La Lotería de Marta	Rocha
85	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Declaraciones en defensa de Vamos México	16/06/2004	Semana de la transparencia	Helguera

86	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Acciones de la Presidencia en el caso	16/06/2004	La llama perpetua	Rocha
87	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Involucrados en Vamos México	23/06/2004	El monopolio de Vamos México	Helguera
88	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	El destino de los fondos de Vamos México	24/06/2004	Transparencia	Rocha
89	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Acciones de la Presidencia en el caso	03/07/2004	Diez acciones contra la delincuencia	Helguera
90	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Los defensores de Marta	05/07/2004	Bonzo	Rocha
91	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Acciones de la Presidencia en el caso	05/07/2004	Duro y Blandazo	El Fisgón
92	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Los defensores de Marta	16/07/2004	Pregúntale al Financial Times	Rocha
93	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	El trasfondo de Vamos México	25/08/2004	De vamos Ana a Vamos México	Rocha
94	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Destino de los fondos de Vamos México	13/01/2006	Sexenio Cultural	Rocha
95	Problema financiero de la Fundación "VAMOS MÉXICO"	Trasfondo de Vamos México	22/06/2006	Demando a los Pinos	Magú
96	Temas generales	Acciones políticas	13/03/2001	Los Pasos de Fox	Rocha
97	Temas generales	Acciones políticas	10/04/2001	Las Letras del Cambio	Rocha
98	Temas generales	Acciones políticas	2/07/2001	De Ayer a hoy	Helguera
99	Temas generales	Popularidad	31/01/2001	Popularidad a la Baja	Helguera
100	Temas generales	Popularidad	4/12/2001	Se Siente el Cambio	El Fisgón
101	Temas generales	Popularidad	9/05/2002	Foxiacion Garantizada	Magú
102	Temas generales	Amigos de Fox	9/05/2002	Confusión	Helguera
103	Temas generales	Amigos de Fox	13/05/2002	Los Nuevos Amigos de Fox	Rocha
104	Temas generales	Popularidad	7/01/2003	Principio de Año	Magú
105	Temas generales	Acciones políticas	8/01/2003	Uno del Voto Útil	El Fisgón
106	Temas generales	Acciones políticas	9/01/2003	Respuesta Exacta	Helguera

107	Temas generales	Conflicto con López Obrador	2/07/2004	Gubernatura Codiciada	Magú
108	Temas generales	Empoderamiento femenino	21/07/2004	Primer territorio Libre	Magú
109	Temas generales	Empoderamiento femenino	24/09/2004	Misoginias al Closet	Magú
110	Temas generales	Popularidad	19/10/2004	El Tranquilizador	Magú
111	Temas generales	Gastos de la Presidencia	18/11/2004	Gastos de Investigadura	Rocha
112	Temas generales	Popularidad	2/12/2004	Nada Personal	Helguera
113	Temas generales	Narcotráfico en los Pinos	7/02/2005	Sorpresa en los Pinos	Helguera
114	Temas generales	Conflicto con López Obrador	17/02/2005	Doctor Pankestein	El figón
115	Temas generales	Conflicto con López Obrador	26/02/2005	Marta Sa...lome	El Figón
116	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	5/05/2005	Cómicas Malditas	El Figón
117	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	5/05/2005	Otra Estrategia de los Pinos	Helguera
118	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	10/05/2005	Para un 10 de Mayo	Rocha
119	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	10/05/2005	Dispuesta a Usarlo	Magú
120	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	11/05/2005	La Mama de los Pollitos	Rocha
121	Temas generales	Gastos de Presidencia	23/07/2005	La Elegancia es Natural	El Figón
122	Temas generales	Gastos de Presidencia	23/07/2005	Tendedero de los Fox	Ahumada
123	Temas generales	Gastos de Presidencia	26/07/2005	Caravana con Presupuesto Ajeno	Rocha
124	Temas generales	Acciones políticas	24/08/2005	Las Buenas Noticias También son Noticias	El Figón
125	Temas generales	Gastos de Presidencia	8/09/2005	El Presupuesto	Magú
126	Temas generales	Acciones políticas	7/10/2005	Emergencias Naturales	Magú
127	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	9/10/2005	Mamita Querida	Hernández
128	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	26/10/2005	Empoderada	Helguera
129	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	14/12/2005	A Volar	Helguera
130	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	14/12/2005	Nada Que Investigar	Hernández
131	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	15/12/2005	Intercambios Navideños	Rocha
132	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	17/12/2005	Mas Respeto a la Ley	El Figón

133	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	18/12/2005	Como El Roñas	Hernández
134	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	14/01/2006	Los Hijos de Marta	Ahumada
135	Temas generales	Candidatos al 2006	3/02/2006	Atascado	Rocha
136	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	4/02/2006	No Hagan Ruido	El Fisgón
137	Temas generales	Candidatos al 2006	2/03/2006	Arriba las Manos	El Fisgón
138	Temas generales	Problema legal entre Marta y Olga Wornat	2/03/2006	Para Ser mas Parecidos	Hernández
139	Temas generales	Acciones políticas	17/05/2006	El Mega Sueño	Magú
140	Temas generales	Acciones políticas	17/05/2006	Mega Aportación Sexenal	Rocha
141	Temas generales	Acciones políticas	1/09/2006	Promesas Incumplidas	Rocha
142	Temas generales	Acciones políticas	9/10/2006	El Arte de la Corrupción	Hernández

Para aplicar la metodología de la tematización se contextualizarán las acciones ejemplificadas de forma particular con las caricaturas más representativas de cada uno de los tema a desarrollar

4.3.1 MARTA SAHAGÚN Y SU MATRIMONIO CON VICENTE FOX

Para el tema del matrimonio entre Marta Sahagún y Vicente Fox en el siguiente cuadro observamos que sólo tres moneros dieron seguimiento al tema desde diferentes perspectivas, ya que su critica fue entorno a las consecuencias de este acto.

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Primer Año del cambio político	02/07/2001	Aniversario	Magú
2	Promesas de campaña incumplidas	03/07/2001	El gran prometedor	Magú
3	Boda con Marta Sahagún	03/07/2001	Los palomos se casaron	El Fisgón
4	Pactos políticos incumplidos	04/07/2001	Matrimonios por conveniencia	Helguera
5	Boda con Marta Sahagún	05/07/2001	Reacción en cadena	Magú
6	Pactos políticos incumplidos	07/07/2001	El Pacto	El Fisgón
7	Pactos políticos incumplidos	07/07/2001	Pacto ¿para qué?	Helguera
8	Boda con Marta Sahagún	09/07/2001	Ostigante Omnipresencia	Magú

Este acontecimiento fue uno de los primeros que dieron pie para una tematización, ya que los moneros criticaron una unión que no sólo era cuestión de pareja, sino lo trataron como un asunto de Estado por ser el día en que se celebraba el primer aniversario del cambio del poder político en nuestro país.



ANIVERSARIO, Magú
La Jornada 2 de julio 2001

Un panorama nada favorecedor para el gobierno de Vicente Fox era al día previó del primer aniversario del cambio, el cual fue severamente criticado por no dar los resultados esperados. El país no mostraba crecimiento económico, los pobres seguían sin grandes apoyos, el campo continuaba en crisis y el conflicto Chiapas ni en 15 minutos se solucionó.



EL GRAN PROMETEDOR, Magú
La Jornada 3 de julio 2001

Sin embargo, el 2 de julio del 2001 los medios tenían que cambiar sus críticas y virar hacia un nuevo hecho. Una boda entre el presidente y su ex vocera, sirvieron como foco de distracción para los reclamos de la sociedad y los medios, por las promesas de campaña incumplidas. Sin embargo, éste hecho sirvió para encubrir acciones políticas controversiales, como las intenciones de desnacionalizar la industria petrolera.



PACTO ¿PARA QUÉ?, Helguera
La Jornada 7 de julio de 2001

La boda presidencial se efectuó en un momento político relevante, convirtiéndose así en un acto de propaganda, en donde por completo la opinión pública estaba inducida a hablar sobre la nueva primera dama. La visita oficial a México del presidente de España, José María Aznar, fue portador de la noticia, restándole a su estancia.



LOS PALOMOS SE CASARON, El Fisgón

La Jornada 3 de Julio 2001

Tal fue el impacto de la boda presidencial, que poco a poco la nota tomó fuerza y generó opinión, no sólo a nivel político, sino también en las revistas de sociales, donde la primera dama era la persona que más apareció en periódicos y revistas de circulación nacional. Este acontecimiento fue el destape perfecto para que la prensa indagara sobre cómo se suscitó la boda, el por qué tan precipitadamente y sobretodo el hecho de que fuera todo muy discreto, lo cual desvió para no enfocarse en temas políticos de trascendencia en ese momento.



ATOSIGANTE OMNIPRESENCIA, Magú

La Jornada 9 de julio 2001

Los moneros tomaron diferentes enfoques del matrimonio de Vicente Fox y Marta Sahagún. Magú fue uno de los moneros que publicó cartones en los cuales abordaba la unión desde diferentes perspectivas. Hizo un verdadero análisis en la caricatura del impacto causado en los mexicanos una situación que se creía ajena a la realidad de los mismos, y a su vez criticó fuertemente el peso que se le dio al hecho de sus nupcias en los principales medios de comunicación.



REACCIÓN EN CADENA- Magú
La Jornada 5 de julio 2001



MAS MATRIMONIOS POR CONVENIENCIA- Helguera,
La Jornada 4 de julio 2001).

Helguera enfocó sus cartones en las consecuencias políticas que tendría Fox con su matrimonio, ya que el país necesitaba de pactos políticos cruciales para un verdadero cambio, pero éstos no se lograron por darle prioridad a sus nupcias, y se perdió la esencia de la candidatura histórica de un partido político que tenía en su manos el cambio político del año 2000.

El Fisgón con su realismo plasmado en sus caricaturas, castiga severamente los



EL PACTO- El Fisgón
La Jornada 7 de julio 2001)

actos de un presidente que prometió un crecimiento para el país y sin embargo se perdió por dar predilección a sus asuntos maritales. Con una crítica más social de los hechos, El Fisgón hace énfasis en cómo se afecta a la sociedad con malas decisiones política y prioridades que nunca se hicieron saber a los mexicanos.

4.3.2 MARTA COMO “LA PAREJA PRESIDENCIAL”

En el siguiente cuadro se observa como los moneros tematizaron y caricaturizaron el concepto del pareja presidencial, en el por lo menos cuatro de nuestros caricaturistas realizaron una crítica enfocada a las repercusiones de la declaración del presidente, así también expresaron una posición de *quién decidía en Los Pinos*.

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Promesas de campaña incumplidas	15/01/2003	El gobierno del cambio	Rocha
2	Marta decide en los pinos	07/03/2003	Pura Curiosidad	Magú
3	Comparación histórica con dictador	19/02/2004	De Porfirio a Martirio	Rocha
4	Marta decide en los pinos	19/02/2004	Tu luz y tu Alegría	Rocha
5	Rumbo al 2006	03/07/2004	Politización de la Justicia	El Fisgón
6	Marta decide en los pinos	07/07/2004	Polvos de aquellos lodos	El Fisgón
7	Marta decide en los pinos	08/07/2004	La inseguridad en los Pinos	Rocha
8	Marta decide en los pinos	08/07/2004	Mole de todos los días	Magú
9	Marta decide en los pinos	08/07/2004	De gira	Helguera
10	Pareja Presidencial	09/07/2004	Un gran amor	Helguera
11	Pareja Presidencial	09/07/2004	Presidencia de Género	Rocha

La Pareja Marta-Fox llegaría a los límites políticos jamás imaginados en un país que se encontraba necesitado de un cambio. Sin embargo, la situación política se



EL GOBIERNO DEL CAMBIO, Rocha
La Jornada 15 de enero 2003

ensombreció con la novela rosa protagonizada por los principales habitantes de los Pinos. Las decisiones políticas estaban basadas en las necesidades de preservar la imagen de Marta, tanto así que la convirtieron en una persona más pública, ya que en todos los espacios mediáticos hacían un lugar a nuestra primera dama.

En una reunión con el comediante Resortes (Adalberto Martínez), el presidente oficializó el concepto de “pareja presidencial”, al afirmar que las decisiones eran compartidas con su esposa.

La imagen del presidente poco a poco se deterioró ya que Marta era el centro,



DE GIRA, Helguera
La Jornada 8 de julio 2004

frente y espalda de Fox convirtiéndose ella en la protagonista de la nota. No conforme con el protagonismo, también era pieza clave en las decisiones que sólo le correspondían a Vicente Fox, derecho concedido por los mexicanos en las urnas.

“Marta María Sahagún no sólo fue la sombra de Vicente Fox desde que éste se



lanzó a la carrera por la Presidencia. Fue mano derecha y su mano izquierda, su olfato, mirada y oído”, así la describe la periodista argentina Olga Wornat en su libro *La Jefa*.⁷⁶

PRESIDENCIA DE GÉNERO –RANCHERO, Rocha
La Jornada, 9 de julio del 2004

Desde el inicio de su vida pública y política “a Marta la impulsan no sólo las relaciones políticas o empresariales que ha hecho en su corto tiempo como primera dama. De acuerdo con integrantes del equipo foxista, ella no ve los límites políticos dentro de la presidencia de la República porque conformó un equipo que, lejos de hacerle ver sus errores, la alientan con la idea de que puede conseguir casi todo lo que quiera, incluso sustituir a su esposo en el cargo”.⁷⁷

Al conferirle poder en las decisiones de una nación, Marta creyó que México



estaría dispuesto a que una familia gobernara más de seis años. Sin embargo, los problemas con esta declaración, que para muchos sólo fue oficializar lo que ya se sabía, Marta estaba más allá de su papel como primera dama. De ahí que el abuso de poder comenzará a carcomer su imagen, y fuera objeto de una atención de los moneros, pero con una crítica mordaz y ácida.

POLITIZACIÓN DE LA JUSTICIA, El Fisgón
La Jornada 3 de julio 2004

⁷⁶ WORNAT, Olga. *Op. Cit.* p. 171.

⁷⁷ HERNÁNDEZ, Anabel, *et al. Op. Cit.* . p. 224.

Para los mexicanos la idea de que una “Pareja” tomará las decisiones vitales para el funcionamiento del país en una situación fuera del marco legal, fue muy criticada.



TU LUZ Y TU ALEGRÍA, Rocha
La Jornada 19 de febrero 2004

Además para un ciudadano, una Primera Dama no representa más que el lado social del Mandatario. Pero al no tener existencia legal la figura de Primera Dama, Marta se dio a la tarea de contradecir lo establecido, lo mismo podía opinar del tema, sustituir a su esposo es actos oficiales, así como presentarse ante funcionarios, sin ninguna autoridad política.

Los moneros con sus cartones vislumbraron las consecuencias de lo que se haría oficial el 7 de marzo del 2003, la “pareja presidencial”, era criticada e ironizada en la manera de cómo el presidente consultaba con su mujer y no con los órganos de gobierno correspondientes, para lograr acuerdos. Su materia prima fue una crítica más severa, ya que Fox como presidente no tenía las riendas del país, más bien su esposa.



PURA CURIOSIDAD, Magú
La Jornada 7 de marzo 2003

Tal declaración y la forma en la que Marta Sahagún fue ganando terreno en una plataforma política y su constante presencia en los medios, que el gobierno de Estados Unidos prefería consultar su postura sobre la invasión a Irak a la primera dama, antes que con el ejecutivo.

El nepotismo sólo permitió el descaro público jamás visto antes en un presidente, por solapar a su mujer en sus caprichos más inverosímiles. En una etapa de alternancia política y vital para el crecimiento de la democracia, el concepto con el que Fox logró ganar las elecciones del 2000, y que pronto lo dejó en el olvido.



INSEGURIDAD EN LOS PINOS- Rocha

La Jornada 8 de julio 2004



DE PORFIRIO A MARTIRIO, Rocha

La Jornada 19 de febrero 2004

La consecuencia de cederle parte del poder tuvo como resultado que la imagen que tenía para el pueblo fuera decayendo a los niveles más bajos de popularidad. También Rocha en su irónico cartón titulado “De Porfirio a Martirio”, nos sintetiza la historia, a dos cuestiones de tiempo lejanas pero no ajenas a situación, por sus terribles consecuencias de una dictadura en el poder.



UN GRAN AMOR, Helguera
La Jornada 9 de julio 2004

Por su parte Helguera hace énfasis en sus caricaturas sobre el papel de un presidente que no lleva el poder, sino su mujer. Aquel que tenía que salir en defensa para esclarecer los dimes y diretes de una Primera Dama para muchos como factor de desestabilización en el gobierno.

Magú sólo se enfoca en las terribles impresiones que dejamos en el extranjero. La decisión de dar un voto a favor de la guerra no era necesario consultarlo con el Ejecutivo, bastaba una llamada, micrófonos y medios, para que Marta diera el sí.



MOLE DE TODOS LOS DÍAS- Magú
La Jornada 8 de julio 200

eliminar a todo aquel que le incomodara en su camino, como Alfonso Durazo, vocero de la presidencia y que después se le sumaría López Obrador, candidato a la presidencia del 2006 por el PRD (Partido Revolucionario Democrático).



POLVO DE AQUELLAS LODOS, El Figón
La Jornada 7 de julio 2004

Es fácil descifrar que *La Jornada* su editorial es de izquierda, que se sustenta en criticar los abusos de poder, es por eso que sus caricaturistas tenían mucho material para dejar en mal al presidente y evidenciar que tan ridícula su manera de gobernar, cuando era el centro de atención por haber derrocado al priismo y su gobierno se empeñó por cederle parte del poder a su esposa.

4.3.3 MARTA Y SUS PRETENSIONES DE ELEGIRSE PARA LA CANDIDATURA PRESIDENCIAL DEL 2006

Este hecho fue sumamente explotado por los moneros, sus opiniones giraron en las malas decisiones tomadas por el ejecutivo, pero sobre todo, se centraron en el apoyo incondicional del presidente y de las instituciones a su cargo, para concederle todos los caprichos políticos a su esposa. En el siguiente cuadro se refleja la postura del nuevo nepotismo del siglo XXI.

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTÓN	MONERO
1	Acepta Presidencia una mujer para la sucesión del poder en el 2006	22/11/2002	Voto de Fox	Ahumada
2	Primeras alianzas para lanzarse a la candidatura Marta Sahagún	05/02/2003	Ayúdame a llegar	Rocha
3	Gobernantes en contra de candidatura	25/08/2003	Contra el continuismo familiar	Magú
4	Proselitismo desde los Pinos	28/08/2003	Tráfico de influencias	Ahumada
5	Contrincantes de Marta	20/05/2004	Agradecimientos prematuros	Magú
6	Destape Presidencial	17/07/2004	¿A qué le tiras cuando sueñas mexicano?	Rocha
7	No desiste	04/10/2004	Un rayito de esperanza	Magú
8	No va a la candidatura	27/11/2005	Frentazo	Hernández

La carrera política de Marta Sahagún para la presidencia inició desde el momento que se casó con Vicente Fox, así como la creación de la Fundación “Vamos México”, fueron los ingredientes esenciales para iniciar su candidatura. Una mujer que por sus características físicas se creía noble y bondadosa, se convirtió en amante de lo caro y fino, en una *persona enferma de poder*, la cual podía tener alianzas con personas como Elba Esther Gordillo, hasta amistades en la Lotería Nacional.



A QUE LE TIRAS CUANDO SUEÑAS, MEXICANO, Rocha

La Jornada 17 de junio 2004

Enemigos tenía muchos, nadie deseaba una sucesión virreynal, todos querían que el país progresará. Desde ese momento Marta trató a toda costa convencer a su marido, sectores sociales, medios de comunicación y a la sociedad, de que ella perfecta para la continuidad de la alternancia, y tomaba como bandera el hecho de ser mujer.



CONTRA EL CONTINUISMO FAMILIAR, Magú

La Jornada 25 de agosto 2003

Tal fue el enojo dentro del Partido Acción Nacional (PAN), que causó controversia y generó una guerra de declaraciones, por las ambiciones de la primera dama, al tratar de ocupar la silla de su marido. Los caricaturistas veían como un hecho ilógico que deseara tanto ser presidente y convertirse en una segunda Eva Perón, ya que el poder lo detentaba sin lugar a dudas.



VOTO DE FOX, Ahumada
La Jornada 23 de noviembre 2002

Y así se establece un nuevo camino, en el que esta astuta primera dama pretendía aprovecharse de la idiosincrasia de los mexicanos para llevar a cabo sus acciones que eran cada vez más controversiales. Pretendía hacer creer, que existía un cambio y sólo era el mismo sistema político que gobernó durante 70 años, los moneros le criticaron de Marta su simpatía con la que trató de ser candidata a la presidencia y la forma en la que se aferró hasta la última instancia para conseguir sus fines.



UN RAYOTE DE ESPERANZA, Magú
La Jornada 4 de octubre 2004

Helguera enfocó sus cartones para exponer de una más manera cruda las acciones incorrectas de un gobierno moldeado a las necesidades de Marta Sahagún, quien aspiraba desde el momento de convertirse en primera dama en candidata a la presidencia. Este monero hace de sus cartones, críticas muy ácidas sobre las actitudes de un presidente que abre camino y cedió a los caprichos de su esposa. Se enfoca en una caricatura más ligada a los rasgos característicos de las personas, pero sus actos son motivos de poner el público al tanto de las acciones desmedidas desde el poder.

Magú fue uno de los moneros que más críticas realizó al tema de la candidatura



AGRADECIMIENTOS PREMATUROS, Magú
La Jornada 20 de mayo 2004

de la presidencia de Marta Sahagún. Su opinión fue estuvo centrada en los pequeños hechos que marcaron el rumbo de una candidatura muy prematura y sus consecuencias fueron ridiculizadas por la forma en la que caracteriza las acciones de una primera dama enferma de poder.



AYUDAME A LLEGAR, Rocha
La Jornada 5 de febrero 2003

La tematización en la que se centra Rocha, es en la descripción de las alianzas que forma la primera dama con las esferas del poder. El continuismo familiar y la ayuda de la presidencia, fueron lo temas en los que se enfocó su crítica, pues el poder nuevamente jugaba una política de nepotismo y no enfocada al beneficio social.

El Fisgón por su parte nuevamente se centra en los temas del conflicto de ésta absurda candidatura. Muestra sus alianzas como algo burdo y obvio que tiene como consecuencia la repugnancia de la gente. Su crítica social es para aquellas acciones fuera de la realidad de un país que pedía a gritos el cambio democrático.



TRAFICO DE INFLUENCIAS, Ahumada
La 28 de agosto 2003

Ahumada, un crítico del poder. Sus caricaturas son trazadas para aquellas instituciones que permitieron el nepotismo y la simpleza con la que el gobierno tomó la decisión para que la señora Marta se lanzara a la presidencia, es una crítica a la falta de respeto que se le dio a las instituciones que en algún momento permitieron a Fox llegar al poder.

Hernández recién ingresado al periódico *La Jornada*, dejó claro con un solo



FRENTAZO, HERNÁNDEZ
La Jornada 27 de noviembre 2005

cartón lo que fue todo ese ir y venir de declaraciones de la primera dama para aspirar a la Presidencia. Su crítica la tituló "Frentazo", que ejemplifica el sentir de lo que pretendía convertirse en un continuismo familiar en pleno siglo XXI.

4.3.4 MARTA Y SU LABOR ALTRUISTA

Para los moneros opinar en sus cartones sobre las actividades altruistas de la primera dama, era con la intención de sustentar la premisa de que la filantropía exaltada por Marta era con fines políticos para obtener un escaño político. Helguera,

como se muestra el siguiente cuadro, con dos cartones devela a la opinión pública que las acciones caritativas de Marta tenían otros fines.

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Función de Elthon John para beneficencia	19/10/2001	El castillo de la pureza	Magú
2	Actividades altruistas	19/10/2001	Buen corazón	Helguera
3	Políticas sociales	31/10/2001	De charol y charola	Rocha
5	Actividades altruistas	24/02/2003	Próxima función de beneficencia	Helguera



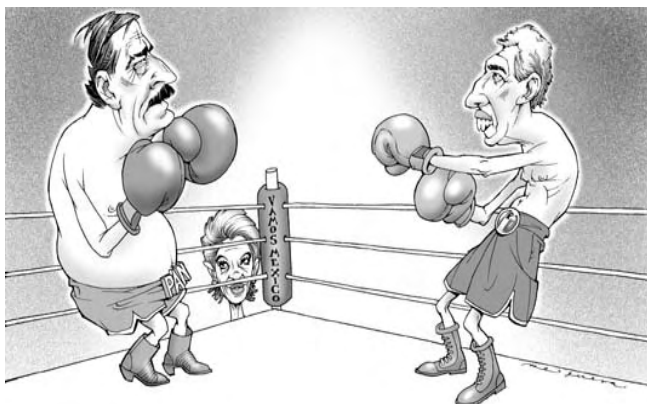
BUEN CORAZON, Helguera
La Jornada 19 de octubre 2001

Si pensamos solamente en nuestras anteriores primeras damas, pensaremos que Marta fue una pesadilla para los mexicanos. Al igual que sus antecesoras, inició su vida pública con obras de caridad, que con el tiempo tomarían la forma de un colchón lleno de recursos para lanzarse a la presidencia.

La imagen de una mujer recatada y con una peculiaridad al hablar, cambió cuando inició su labor altruista con intensiones diferentes a las filantrópicas, con la toma del Castillo de Chapultepec para poder realizar un concierto estelar con la participación de Elton Jonh para recaudar fondos para una institución más: "Vamos México", que no fue más que la pantalla para decirnos Robamos a México.



EL CASTILLO DE LA PUREZA, Magú
La Jornada 19 de octubre 2001



PROXIMA FUNCION DE BENEFICENCIA, Helguera
La Jornada 24 de febrero 2003

Su fundación pretendió ser el refuerzo para el trabajo realizado en el DIF y del cual se encargaba la primera dama. Pero para Marta no era otra institución de asistencia, sino era el trampolín para llevar a cabo y preservar su papel protagónico en los medios.

Complicar la vida institucional con una idea altruista que tenía un trasfondo de



DE CHAROL Y CHAROLA, Rocha
La Jornada 31 de octubre 2001

intereses mayores al de ayudar a la infancia de éste país. Es así, que el sueño de Marta se cimentó en la forma más cruel de engañar al mexicano, tratándole de dar atole con el dedo y disfrazando sus pretensiones con cuestiones en que los mexicanos estaban dispuestos siempre a ayudar. Un escudo que con el tiempo cayó.

Los moneros del periódico *La Jornada* desnudaron el concepto de ayuda, transformado en una plataforma política. La publicación de la *Guía de padres* y sus actividades sociales sólo eran parte del proselitismo puro. Pintándose como una mujer de buen corazón, sacó la imagen de la mujer que dio todo por conseguir lo que quiere hasta utilizar a su prójimo y a las instituciones para sus fines.

4.3.5 MARTA SAHAGÚN Y EL PROBLEMA FINANCIERO CON LA FUNDACIÓN VAMOS MÉXICO

Los moneros tematizaron poco sobre el reportaje del *Financial Times*, en el cual se expusieron los malos manejos de la Fundación Vamos México y la verdaderas intenciones para las cuales servía dicha institución. Sin embargo, le dieron más peso a las declaraciones y acciones que tomaría la primera dama.

Las evidencias que dejó al descubierto el reportaje, fueron la antesala de una crítica aún más mordaz en contra de la primera dama y ahora era más asediada por lo moneros expusieron cualquier acción que la primera dama hiciera al respecto de su fundación y de todo aquello que está involucrado indirectamente, como sus hijos, y la creación de un fidecomiso paralelo a su institución

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Reportaje del Financial Times	02/02/2004	Se acabo el encanto	Rocha
2	Declaraciones a favor de las actividades de la Fundación	03/03/2004	Transparencia	Magú
3	Declaraciones en defensa de Vamos México	14/04/2004	Beneficios del escándalo	Magú
4	Tercer informe de gobierno	01/09/2004	Informe de desgobierno	Rocha
5	El destino de los impuestos	03/03/2005	Visiones de México	El Fisgón
6	Trasfondo de Vamos México	08/06/2005	Que Times señor Simón	El Fisgón
7	Trasfondo de Vamos México	05/06/2005	Y mucha cola	Rocha



Sara Silver con la publicación del reportaje de Marta en el *Financial Times*, denunció el desvío de los fondos y la falta de transparencia en los donativos y donatarios. Para Marta significó el golpe más bajo que recibiría, pues sus intenciones quedaban al descubierto: una candidatura presidencial, financiada con “Vamos México”.

La primera dama era cada vez más poderosa, y tenía un papel vital en los Pinos, como reacción ante el reportaje publicado por el *Financial Times*, trató inmediatamente de manejarlo como una acusación sin argumentos para descalificar el trabajo de su fundación. De nuevo Marta la redentora se presentaba ante los medios de comunicación a la expectativa de una declaración oficial.



TRANSPARENCIA, Rocha

La Jornada 03 de febrero 2004

El hermetismo con el que se ocultó la información antes del escándalo fue pieza clave para que saliera a la luz quienes eran los donantes de su fundación. A su vez en el 2001 la Lotería Nacional creó paralelamente “Transforma México”, fidecomiso para la triangulación de recursos de la primera dama con donativos de empresarios, que luego se invirtieron en “Vamos México” como donativos.



TRANSPARENCIA, Rocha
La Jornada 24 de junio 2004



QUE TIMES SEÑOR DON SIMÓN, EL FIGÓN
La Jornada 8 de junio 2005

El escándalo dejó al desnudo todas las interrogantes que aún siguen sin resolver. “La Fundación Vamos México fungió como reflejo multiplicado por mil de sus descalabros privados y públicos. El trampolín financiero por el que circularon millones de dólares, pero que le permitieron una promoción personal nunca vista en una esposa de un presidente mexicano.”⁷⁸

⁷⁸ WORNAT, Olga. *Crónicas malditas*. Op. cit. p. 32.

“Vamos México quedará en la historia como una sospechosa estructura supuestamente filantrópica, cuyo trabajo con los pobres nunca se demostró con claridad, con la que se triangulaban millones de pesos y que tuvo la bendición de los hados: captó recursos como ninguna otra organización de ayuda. A ella llegaron los enormes aportes mensuales de los empresarios más ricos de México y que, como si fuera poco, agotado el reinado, le permitirá contar con un capital que será suyo y de nadie más. Entre los empresarios y políticos, a “Vamos México” le dicen simplemente la banca *off shore* de Marta, en referencia a los paraísos fiscales donde muchos esconden millones, sin que nadie los regule o controle”.⁷⁹

Las instituciones no pusieron un límite, pero gracias a la crítica y la libertad de expresión, el reportaje publicado por el *Financial Times* dejó al descubierto lo que ya se sabía, el trasfondo de la caridad de Marta Sahagún. La prensa dejó en claro nuevamente que la crítica puede destruir cualquier abuso de autoridad. Gracias a este reportaje se vino la bola de nieve que la presidencia trataba de ocultar a toda costa. Con declaraciones casi al instante, el teatro se le cayó a nuestra querida Martita.

La ventaja que tenía nuestra primera dama era tener el control indirecto de todas las instituciones que estarían a cargo de una ardua investigación para hacer pagar a quien estuviera involucrado.



México de nuevo se vio asaltado por las autoridades, secuestrado en la idea de un beneficio, que sólo era para una mujer, y que estaba muy cerca de conseguir el engaño.

VISIONES DE MEXICO, EL FISGÓN
La Jornada 3 de marzo 2005

⁷⁹ *Ibid.* p. 48.

¿Y quién dio la cara? El presidente saltó de inmediato para defender a su



INFORME DE DESGOBIERNO, Rocha
La Jornada 1 de septiembre 2004

querida esposa, aquella mujer que siempre le complicaba su trabajo político, y que ahora lo puso en el ojo del huracán de un gran fraude. Dinero que no se sabía ni siquiera su procedencia, ¿Y las Instituciones? nuevamente fueron violadas por el poder. Por cumplir caprichos de unos cuantos.

Es así como los caricaturistas, nos hicieron ver nuestra triste realidad a través del humor, nos abrieron ojos del atropello que hace el poder. Magú a través de su crítica nos da una fuerte lección a los lectores para despertar de la fantasía rosa que era Marta Sahagún y ver que los beneficios eran sólo para unos cuantos.

Rocha y Helguera centran esa crítica sagaz y ácida, en el nepotismo expresado en su máximo esplendor desde la esfera que debe de dar el ejemplo al resto de la nación. Exhiben de que forma el poder enferma a los gobernantes y los moneros argumentan con su opinión el rechazo a un personaje y en este caso, como se transformó el concepto de altruismo en el monstruo de la vanidad y popularidad. Marta siempre estuvo respaldada por la presidencia y desde esa plataforma orquestó su imagen que muchos mexicanos difícilmente la podrán olvidar, por estar de entrometida en el sexenio de Vicente Fox.



Y MUCHA COLA, ROCHA
La Jornada 5 de marzo 2005



BENEFICIOS DEL ESCANDALO, Magú
La Jornada 14 de abril 2004

No podemos pensar en Marta sin Vicente y viceversa, la novela mexicana que captó la atención de los mexicanos y también tuvo su digno su final feliz: Y vivieron en la impunidad en su Rancho de San Cristóbal, Guanajuato.

4.3.6 TEMAS GENERALES

En este pequeño cuadro se engloban los principales temas que contextualizaron las acciones y repercusiones por lo que se consideraron como un apartado de tematización.

En el siguiente cuadro, podemos observar como ejemplo que Rocha, trató de exponer la crítica enfocada a las malas acciones del poder, en contra de los asuntos políticos.

	HECHO	FECHA	TITULO DEL CARTON	MONERO
1	Acciones políticas	31/01/2001	Los tiempos de Chente	El Fisfón
2	Conflicto con López Obrador	06/03/2001	Espérese 15 minutos	Rocha
3	Acciones Políticas	08/03/2001	Por los caminos del sur	Rocha
4	Encuentro Fox-Bush	16/02/2001	Bush y Fox	Magú
5	Reforma Fiscal	02/04/2001	Reforma Fiscal	Helguera
6	Fin del sexenio	28/12/2006	Recuento III	Magú



LOS TIEMPOS DE CHENTE, EL FIGÓN
La Jornada 31 de enero 2001

Además de que los temas fueron variados y tuvieron cierta espontaneidad en su publicación. Pero el caso del desafuero contra Andrés Manuel López Obrador fue un tema muy ligado y recurrente a la crítica, por las acciones del gobierno federal ante esta situación.

Así, los caricaturistas criticaron fuertemente las acciones incumplidas ante el conflicto en Chiapas, dejándolo enfriar y perdiendo la esencia de solucionar el problema, del cual se pasó de más de 15 minutos, pues nunca llegó la solución.

Los temas que se consideran como generales, se publicaron de enero del 2001 a diciembre del 2006. La recurrencia de los moneros a los temas fue escaso, dependiendo de su utilidad de crítica, y en distintos casos algunas temáticas no estaban directamente ligadas a Marta Sahagún. Pero por la complejidad de la figura analizada en esta tesis, se ve involucrada en cada unos de éstos.



ESPERESE 15 MINUTOS, Rocha
La Jornada 6 de marzo 2001



POR LOS CAMINOS DEL SUR, Rocha
La Jornada 8 de marzo 2001

Los temas en los que se enfocaron los moneros estuvieron ligados a las acciones no cumplidas durante la campaña de Fox, así como la reforma energética y la privatización de PEMEX.

Temas como la corrupción fueron ligados a los hijos de Arturo Montiel y los hijos

de Marta Sahagún. Así como una crítica a las reuniones de Fox con Bush, como lo hace Magú en su caricatura titulada "Bush y Fox". Un encuentro que sólo tenía la finalidad de servirle al país vecino, sin llegar a acuerdos de gran importancia.



(BUSH Y FOX, Magú
La Jornada 16 de febrero 2001)

La Reforma Fiscal fue otro de los grandes desastros del gobierno foxista, la cual no se logró por la grilla encabezada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI).



REFORMA FISCAL, Helguera
La Jornada 2 de abril 2001

El Fisgón se enfocó a la percepción social, así como su duro rechazo a las acciones de las promesas incumplidas. Magú hace una crítica a los temas de la semana o de la agenda del periódico, ya que el satiriza más las acciones y a las personas.

Un gobierno que tenía grandes expectativas para el crecimiento de la democracia en nuestro país, se convirtió en dimes y diretes de los sectores sociales. Un hecho relevante fue la crucifixión muy temprana al candidato por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador.

Temas como el de Andrés Manuel López Obrador, situaciones como la inauguración de la Megabiblioteca José Vasconcelos y las investigaciones fallidas contra los amigos de Fox, los fraudes de los hijos de Marta Sahagún y sus negocios con Pemex, fueron tratados en períodos cortos y sin mayor crítica que al hecho.

El contexto del desarrollo de la primera dama se propició por las condiciones que



bien exalta Magú de lo que fue el sexenio de Vicente Fox: un gobierno “frívolo, vacío y errático. Dejando a un hijo desobediente en la silla”, así lo califica Magú en su cartón.

RECuento III, Magú
La Jornada 28 de diciembre 2006

Podemos concluir que la finalidad del análisis temático refleja lo que valora el medio y su repercusión en otros. También observamos la funcionalidad de este tipo de análisis para el seguimiento de las acciones de los actores político. En este caso Marta Sahagún fue tratada en sus diferentes facetas y con esto el medio proporcionó una postura crítica a su comportamiento en la escena pública tanto de sus actos, como la toma de decisiones.

CONCLUSIÓN

Como primer resultado de este análisis considero que los medios a través de una inducción de opiniones determinan de que hablar. Para *La Jornada* el papel que jugó la primera dama en el poder, fue motivo para hacerlo en un tema rentable hablando mediáticamente.

Aunque la propia personalidad de Marta Sahagún buscaba los reflectores, es el medio, en este caso *La Jornada*, quien le dio un espacio a sus notas, para no darle un peso completo al presidente e incluso hasta sacarlo de la nota, es decir, fungía el personaje de Marta Sahagún como distractor de notas más relevantes.

En cada nota en la que estaba involucrada Marta Sahagún se criticó cada uno de sus pasos y expuso en sus notas, reportajes, y editoriales, el daño que precedía tener un personaje con cierta ambición política en un proceso democrático tan importante para el país.

En el contexto de la alternancia democrática después de 70 años de poder priísta, Fox logró llegar a los Pinos, pero derrumbó sus ideas de campaña cediéndolos al capricho de su mujer obsesionada con los micrófonos y la el uso de los medios.

Como vocera su paso fue vital para crear una pequeña apertura en los medios. Pero cuando le tocó ser ella el centro de la noticia, tomó acciones legales y demandó a medios de comunicación que simplemente dejaban al descubierto los abusos del poder.

Los medios, en este los impresos, tienen la función de generar una opinión, pero por su condición de hacer el hecho más rentable, a una crítica y un seguimiento, a diferencia de los medios electrónicos, que por su brevedad sólo nos ofrecen los hecho generalizado.

Evidentemente Marta se deslumbró con el poder. Los moneros la ridiculizaron y me hicieron reflexionar en el papel que ocupa una primera dama. Con su matrimonio

logró una cobertura mediática nunca antes vista, tal fue el impacto que si preguntáramos ¿quién es Marta Sahagún?, inmediatamente la identificarán como la esposa incómoda de Fox o como la mujer que siempre fue noticia.

Analizar éste personaje en lo particular me permitió observar que los mexicanos estamos preparados para la llegada de una mujer a la presidencia, aquella que sea capaz de no cometer delitos tan absurdos como el abuso del poder. En la actualidad acceder a la presidencia no es cuestión de género, más bien de ideas que hagan progresar al país.

Los temas que dieron seguimiento los moneros son la pieza clave de lo que fue el sexenio foxista. La tematización estuvo enfocada en la pareja presidencial, hecho que movió los papeles a los que estamos acostumbrados los mexicanos sobre el desempeño de la primera dama.

Aunque también los temas políticos eran rentables, los medios se centraron más en la vida rosa del presidente y su esposa y no a las reformas que nuestro país necesitaba con la alternancia del poder.

Los cartones expuestos en esta tesis se puede que observar que están enfocados en tres grandes temáticas: Marta, Vicente Fox y la Pareja Presidencial. Los moneros en sus cartones, encaminados a éstos dos personajes, y dejaron entrever que el sexenio foxista no se podía concebir sin la figura de Marta.

El periodismo tiene la alternativa de ofrecer diferentes perspectivas y opiniones sobre los temas generales y fijan una postura antes los hechos basados principalmente en su línea editorial. En este trabajo los temas generales fueron la Reforma Energética, la Reforma Fiscal, el desafuero de Andrés Manuel López Obrador y las demandas contra la revista *Proceso* y la periodista *Olga Wornat*.

Aplicar la caricatura como género periodístico, me permitió ver como los símbolos pueden darnos un contexto de los hechos que nos acontecen. La crítica y el humor, hicieron que la reflexión se apoderara de una obsesión por ver en que

terminaría cada una de las situaciones incómodas en las que se involucraba Marta Sahagún.

Para observar más la evolución de la historia de la caricatura en nuestro país, recomiendo visitar el Museo de la Caricatura, ubicado en la calle de Donceles 99, en el Centro Histórico, en el cual observar un recorrido histórico de caricatura, así como datos biográficos de los caricaturistas.

Con la visita pude familiarizarme con los orígenes e importancia de la caricatura. Es así que este trabajo concibe a la caricatura como género periodístico y su función de generar la crítica y una postura frente a los sucesos que nos acontecen basada en el tema.

La caricatura no sólo tiene la característica de expresar descontento de las acciones del poder. Sino que también se define por las diferentes técnicas de cada monero, por lo que los hechos son presentados desde diversas perspectivas, que en ocasiones no suelen ser tan comprensibles para el lector, porque la crítica va más allá del hecho es una síntesis de una posible tematización de un acontecimiento y la visión de cada caricaturista.

Las situaciones más incómodas como el destape de Marta para la carrera presidencial del 2006 y el mal manejo de la Fundación Vamos México, fueron expuestas por los moneros con su sátira como elementos del periodismo para generar polémica y también conciencia en temas que afectan el progreso de la sociedad.

Es así que a través del estudio del cartón político suele ser objeto de tematización, lo cual en este trabajo se identificó cómo los medios inducen nuestra postura frente a las situaciones cotidianas. Es ahí donde interviene el papel de los medios para que los lectores tengan una opinión y una percepción frente a los hechos que nos rodean.

Los lectores deciden que leer, pero el medio como *La Jornada* ofrece la alternativa de ver las cosas más allá del hecho. Por su línea editorial siempre cuestiona a los actores políticos, pero es un medio que no es propositivo.

Así los medios determinan quién es personaje y quién desfila por su línea editorial y la agenda de los medios, para ponerlo en lo que conocemos como el ojo del huracán; pero cuando termina su ciclo el medio como *La Jornada*, únicamente se deja de dar seguimiento a la nota y por supuesto a la elaboración de cartones sobre el tema.

Las primeras planas dedicadas a una mujer fuerte, conservadora, madre, la posicionaron, como lo que conocemos; una mujer conocida Marta Sahagún esposa del ahora expresidente de nuestro país, y adueñada de las decisiones que solo le conferían al Ejecutivo.

Este trabajo Marta Sahagún fue analizada desde dos perspectivas: la de persona y personaje, ya que ambos se enfocaron a describir sus aspiraciones políticas, para convertida en la mujer más poderosa en lo que fuera el sexenio de Vicente Fox. Su propia personalidad y los medios ayudaron a crear esta gran realidad: La primera dama que soñó algún día ser presidenta.

BIBLIOGRAFÍA

1. AGUILAR, Rubén, *et al.* La diferencia. Radiografía de un sexenio. México. Ed. Grijalbo, 2007.
2. ALSINA, Miguel Rodrigo. La construcción de la noticia. Barcelona. Ed. Paidós Comunicación. 1993.
3. ANTONINO, José. El dibujo de humor. Barcelona. Ed. CEAC, 1990.
4. ARMENTIA, José Ignacio, *et al.* Fundamentos de Periodismo Impreso. España. Ed. Ariel Comunicación, 2003.
5. AHUMADA, *et al.* Los moneros de La Jornada. México. Ed. La Jornada Ediciones, 1999.
6. AURRECOECHEA, Juan Manuel. Puros Cuentos. México. Ed. Grijalbo, 1988.
7. BENTON, M. y Fraizer, P.J. La agenda setting función de la mass media y tres niveles de molde de información, en Comunicación Research, 1976.
8. BORRAT, Héctor. El periódico como actor político. Barcelona. Ed. Era, 1989.
9. BUENDÍA, Manuel. Ejercicio periodístico. Ed Océano, 1985.
10. CANO, José Guadalupe. Historia de la caricatura en México. México. Ed. Universidad de Guadalajara, 1961.
11. CARRASCO, Puente Rafael. La caricatura política en México. México. Ed. Imprenta Universitaria, 1973.

12. DALLAL, Alberto. Lenquajes periodísticos, México. Ed. Paidós Comunicación, 1991.
13. EL UNIVERSAL. 70 años de periodismo en México. México. Ed. El Universal, 1988.
14. FOX, Elizabeth. Las políticas de los mass-media en Latinoamérica. En medios de comunicación y política en América Latina. México. Ed. GG/México, 1988.
15. GARCÍA, Elvira. La caricatura política. México. Ed. UAM-Iztapalapa. 1983.
16. GOMIS, Lorenzo. Teoría del periodismo. México. Ed. Paidós Comunicación, 1991.
17. GONZÁLEZ-CASANOVA, Pablo. "Una alianza para la comunicación". La Jornada no. Cero.
18. GROSZ, George. Ajustaremos Cuentas. México. Ed. Siglo XXI., 1985.
19. GROSSI. La comunicación política y la mass media en comunicación política. Milán, 1983.
20. GUAJARDO, Horacio. Elementos del periodismo. México. Ed. Gernika, 1982.
21. GUZMAN, García Claudia. La política hecha imagen: análisis del cartón político y sus mensajes durante la campaña de la elección presidencial del 2000. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, 2007.
22. HERNÁNDEZ, Anabel, et al. La Familia Presidencial. México. Ed. Grijalbo. 2005.
23. LOAEZA, Guadalupe. Simplemente Martita. México. Ed. Plaza y Janés, 2004.
24. LORET De Mola, Rafael. Marta. México. Ed. Océano. 2003.

25. MARLETTI, C. La información tematizada. Milán, 1985.
26. MARTÍN, Antonio. Historia del comic español. España. Ed. Gustavo Gili, 1978.
27. MCQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. México. Ed. Paidós Comunicación. 1996.
28. MEDINA, Luis Ernesto. Comunicación, Humor e imagen. México. Ed. Trillas, 1992.
29. MOLINA y Vedia, Silvia. Escepticismo político. México. Ed. UNAM, 1994.
30. MONSIVAIS, Carlos. A ustedes les consta. Antología de la crónica en México. México. Ed. Era, 1983. p. MORALES, Miguel Ángel.
31. Cómicos de México. México. Panorama Editorial. S.A. 1992.
32. NAVARRETE, Maya Laura, et al. La prensa en México (1810-1915). México. Ed. Pearson. 1998.
33. OCHOA, Oscar. Comunicación Política y Opinión Pública. México. Ed. Mc Graw-Hill, 2006.
34. OLMOS, Medrano Susana. Los gritos de los moneros en la selva lacandona. Análisis temático del cartón de la Jornada durante la sublevación en Chiapas. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, 1996.
35. PRUNEDA, Salvador. La caricatura. México. Ed. Filomeno Mata, 1973.
36. RODRÍGUEZ, Cristina. El Grabado. México. UAM, 1983.
37. RIUS. Los moneros de México. México. Ed. Grijalbo. 2004.

38. RIUS. Un siglo de caricatura en México. México. Ed. Grijalbo. 1984.
39. RIUS. El arte irrespetuoso. Historia incompleta de la caricatura política según Rius. México. Ed. Grijalbo, 1988.
40. RUIZ, Castañeda María del Carmen, et al. El periodismo en México: 500 años de historia. México. Ed. EDAMEX, 2002.
41. SAPERAS, Enric. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Barcelona. Ed. Ariel. S.A., 1987.
42. SCHRAMM, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. México. Ed. Grijalbo, 1982.
43. SEFCHOICH, Sara. Veinte preguntas ciudadanas a la vida más visible de la Pareja Presidencial, con todo y sus respuestas (también ciudadanas). México. Ed. Oceano, 2004.
44. TUCHMAN. La Producción de la Noticia .Estudios sobre la construcción de la realidad .México. Ed. GG Mass Media, 1978.
45. VALLE, Martínez Mabel. Medios gráficos y técnicas periodísticas. Buenos Aires, Argentina. Ed. Ediciones Macchi, 1997.
46. VILCHES, Lorenzo. Teoría de la imagen periodística. México. Ed. Paidós, 1990.
47. WORNAT, Olga. La Jefa. Vida pública y privada de Marta Sahagún de Fox. México. Ed. Grijalbo. 2003.
48. WORNAT, Olga. Crónicas Malditas, desde un México desolado. México. Ed. Grijalbo, 2005. p. 231

49. WOLF. MAURO. La investigación de la Comunicación de masa. México. Ed. Paidós. 1997.
50. WRIGHT, Charles. Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica. México. Ed. Paidós, 1989.

HEMEROGRAFÍA

1. GIL OLMOS JOSÉ. “Guerra en los Pinos”, *Proceso*, México, año 28, núm. 1423. Semanal 8 de febrero de 2004, pp.6-9.
2. GIL OLMOS JOSÉ. “El reportaje al hígado...”, *Proceso*, México, año 28, núm. 1423. Semanal 8 de febrero de 2004, pp.14-21.
3. GRANADOS CHAPA MIGUEL ÁNGEL. “Se van quedando solos”, *Proceso*, México, año 28, núm. 1440. Semanal 6 de junio de 2004, pp.6-9.
4. GIL OLMOS JOSÉ. “Turbulencia inminente”, *Proceso*, México, año 28, núm. 1444. Semanal 4 de julio de 2004, pp. 6-8.
5. VERGARA ROSALÍA. “La Santísima Triangulación”, *Proceso*, México, año 28, núm. 1444. Semanal 4 de julio de 2004, pp. 9-10.
6. VERA RODRIGO. “Otra vez suelta” *Proceso*, México, año 28, núm. 1458. Semanal 10 de octubre de 2004, pp. 6-11.
7. DELGADO ÁLVARO. “Censura por compromisos”, *Proceso*, México, año 29, núm.1502. Semanal 14 de agosto de 2005. pp. 12-15.
8. *La Jornada* del 1 de enero del 2001 al 31 de diciembre del 2006.

CIBERGRAFÍA

1. BARAJAS, Rafael. *Elogio y vituperio de la caricatura*. (en línea), La Jornada Semanal, 1 agosto de 1999. Dirección URL: www.jornada.unam.mx/1990/08/01/sem-rafael.html. (Consulta el 17 abril del 2008)

2. GONZÁLEZ, Mario. *El Arte de la Caricatura y un Mundo del Mismo Rango*. España. Dirección URL: <http://comunidades.msn.es/EIArteDeLaCaricaturayUnMundoDelMismoRango/lacaricaturapolitica.msnw> (Consulta el 17 de abril del 2008)

3. HERNÁNDEZ, José. *Monero*. México. Dirección URL: <http://www.monerohernandez.com/> (Consulta el 19 abril del 2008)

4. La Jornada *Online*. *Ediciones Anteriores*. México. (Del 1 julio del 2000 al 1 diciembre del 2006).
<http://www.jornada.unam.mx/archivo/>