

LA CARICATURA POLÍTICA: SUS FUNCIONAMIENTOS RETÓRICOS¹

Graciela Sánchez Guevara²

Resumen

Este artículo analiza el discurso de la crisis económica en México en la caricatura política de los periódicos de circulación nacional *La Jornada* y *El Universal*. De un total de 218 cartones publicados durante los meses de enero a marzo de 2009, se seleccionaron aquellos que únicamente mencionaron el objeto semiótico-discursivo *crisis económica* explícitamente y los implícitos mediante las metáforas verbo-visuales. Se realiza un análisis con base en la Escuela Francesa del Análisis del Discurso y de la Semiótica de la Cultura de I. Lotman.

Palabras clave

Análisis del discurso, Caricatura política, metáfora semiótico-discursiva

Abstract

This article focuses on the discourse of the economic crisis in Mexico and the political caricatures that appeared in the national newspapers *La Jornada* and *El Universal*. Of a total of 218 cartoons published from January to March, 2009, those that dealt explicitly or implicitly, through verbal-visual metaphors, with the semiotic-discursive object of *economic crisis* were selected. An analysis was conducted based on the French School of Discourse and Cultural Semiotics of I. Lotman.

Keywords

Discourse analysis, political caricature, semiotic-discursive metaphor

1. Los textos humorísticos/La caricatura política

La caricatura política tiene una función crítica hacia problemas sociales, y tiende a hacer reír a los lectores para menguar en cierta medida el sufrimiento del drama nacional en el que se vive día a día. El texto humorístico dice Agelvis “si nos hace reír, esa risa es la risa de aquello que nos resulta incomprendible” (2010: 46), mientras que para Monsiváis (1995), la risa es la de aquellos que “pretenden ser tomados en serio”, como sostiene este autor:

En México, no creo que la caricatura se juzgue subversiva, al menos en el sentido de lo que piensa el poder, sino de lo que resienten los lectores. Puede ser un elemento enormemente gracioso, la recapitulación de un hecho, un juicio certero; pero no es un ingrediente que agite, sólo mueve a la risa y a la reflexión como procesos simultáneos (Carlos Monsiváis).³

Para el ensayista, la caricatura es un instrumento que provoca risa y reflexión, aunque ha dejado de ocupar el papel preponderante en el ideario colectivo a partir de la presencia de la radio y la televisión.

La caricatura política condensa en sus discursos visuales y verbales una serie de asuntos que dan cuenta de la vida cotidiana de un país, en el caso de México: la crisis económica, desempleo, narcotráfico, corrupción, aranceles, TLC, estado fallido, ejecuciones, descabezados, violencia, secuestros. Por lo cual los textos humorísticos se caracterizan por su alto grado de complejidad en virtud de ser pluricodificados, polifónicos y polisémicos ya que por ellos pasan muchas voces y sentidos, constituyéndolos en intertextos o red de textos.

Según Agelvis, la caricatura política “es un tipo de texto que busca la intensificación de los procesos significativos de enfrentamiento y descalificación de la política oficial, lo cual es lo propio del discurso político, del discurso polémico.” “[La] caricatura es catarsis que no se solaza en la risa y en la mofa...la catarsis es la del acto de justicia, de una invitación a sentir [...] la falta de lo sublime[.] (Agelvis 2010:45).

Los caricaturistas mediante los textos humorísticos como prácticas semiótico-discursivas ponen en juego diversos códigos: verbales y visuales (gráficos: líneas y formas de rasgos finos y grotescos también) que permiten la producción de sentido para poner “[...] en entredicho los discursos oficiales” (Agelvis 2010:46). La caricatura

política tiene también un carácter editorial por los temas que aborda y por el espacio en donde se coloca, generalmente se encuentran en las páginas centrales destinadas a la opinión y a las editoriales. Al respecto Carlos Abreu ⁴ considera “que no es ajustado afirmar que la caricatura es un sustituto del editorial. Si bien algunas cumplen una función análoga a la de éste -especialmente aquellas que se publican en las páginas editoriales-, muchas otras tienen propósitos diferentes”. Por último, Ricardo Melgar define la caricatura como “modo lúdico de metaforización visual, la cual puede tener alcances incisivamente críticos, incluyendo el campo político.” (Melgar 2011: 384)

En México han existido importantes exponentes de la caricatura política, desde José Guadalupe Posadas, pasando por Rogelio Naranjo, Eduardo del Río “Rius”, hasta Bulmaro Castellanos Loza, “Magú” y Rafael Barajas Durán, “El Fisgón”; cuya creatividad ha pasado de los diarios y revistas a los libros, de ser un mero recurso ilustrativo a dar un contenido formal o, como en este caso, ser un objeto de estudio.

Para llevar a cabo el análisis del discurso de la crisis económica mediante la caricatura política trabajamos con los siguientes artistas del humor gráfico: de *La Jornada*: El Fisgón, Hernández, Helguera, Magú y Rocha. De *El Universal*: Helio Flores, Omar, Naranjo, Carreño. Los textos humorísticos de estos caricaturistas aparecen siempre en las páginas centrales destinadas a las editoriales y a la opinión; las condiciones de producción de estos textos humorísticos surgen en el marco de la recesión de Estados Unidos y su impacto en México y en el mundo, provocando la consecuente crisis económica.

2. La crisis económica mundial y la recesión en México

Hacia finales del año 2008, Estados Unidos entra en una severa crisis económica que va a impactar en todo el orbe. La causa es debido a los altos precios de las materias primas, crisis alimentaria mundial, crisis energética, crisis crediticia e hipotecaria y de confianza en los mercados. Según la teoría austríaca del ciclo económico es una expansión artificial del crédito. Para Jesús Huerta de Soto⁵ “estas crisis se deben a una expansión crediticia ficticia orquestada por los bancos centrales, y que ha motivado que los empresarios invirtieran donde no debían”⁶.

A causa de la crisis económica de Estados Unidos, México entra en su peor recesión económica en 70 años. Al respecto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en aquel entonces pronosticó que la contracción del producto

interno bruto mexicano al terminar 2009 sería del 8%. El problema de la crisis económica en Estados Unidos impactaba al mundo entero y especialmente en México porque, como ya es ampliamente analizado, es dependiente económicamente de ese país. Otro aspecto que viene a agravar la situación es la epidemia de influenza A (H1N1) que afectó al país a partir de abril de 2009.

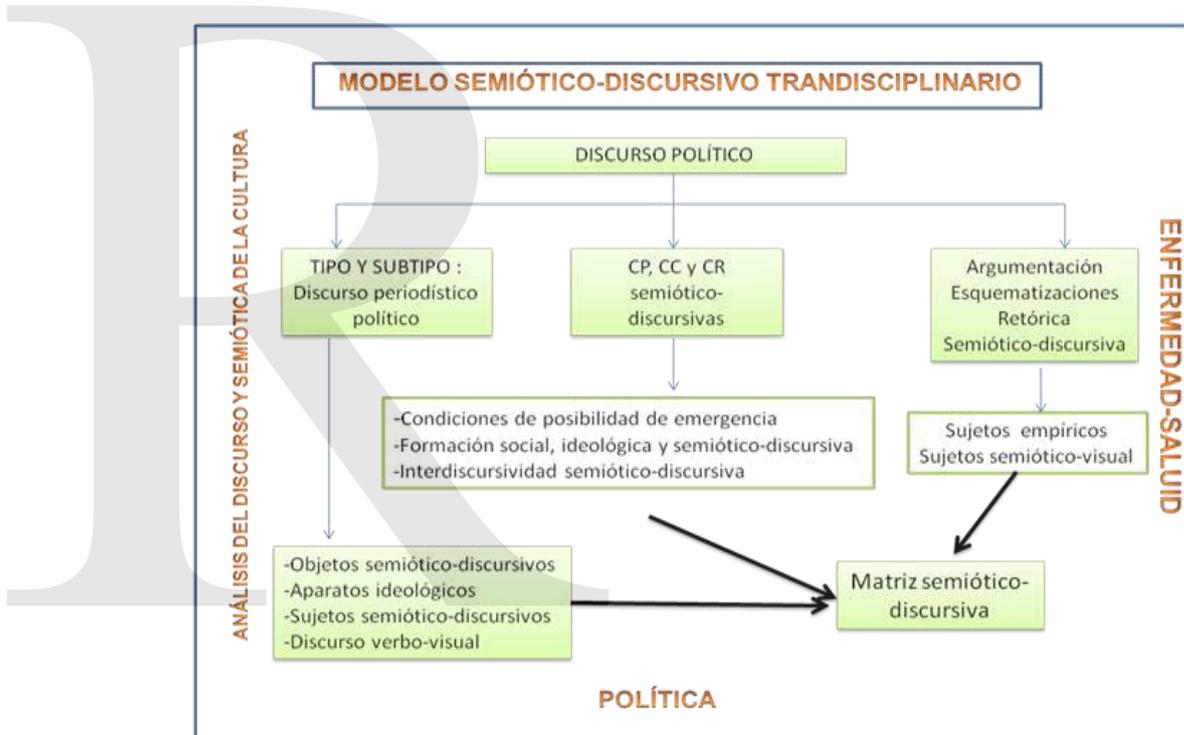
El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)⁷ presentó un informe en el que se revelaba que de 2006 a 2008 la desigualdad económica en México había crecido, lo que significaba que la población del nivel socioeconómico más alto había aumentado sus ingresos mientras que la población de más bajos recursos los había disminuido. Lo anterior evidenciaba un desempeño negativo de la economía mexicana que se venía gestando años atrás. Por su parte, Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía 2001, señaló en 2009 que el manejo de la crisis por parte de las autoridades mexicanas había sido “uno de los peores en el mundo.”

Ante este panorama económico, los caricaturistas tomaron *la crisis económica* como tema central para las críticas más mordaces, ironías, sarcasmos verbo-visuales acompañado de otros temas complementarios tales como: el narcotráfico, el desempleo, caída de la Bolsa Mexicana de Valores, caída del precio del petróleo, alza de precios: en la canasta básica y en el precio de la gasolina y, el crecimiento cero.

El entonces secretario de Hacienda y Crédito Público, Agustín Carstens en relación con el tema de la *crisis económica* la metaforizó con el discurso de la salud pública: como un *catarrito*, una *gripita* y una *neumonía*. Posteriormente, las metáforas fueron con el discurso de fenómenos naturales: un *tsunami* y un *huracán categoría 5*

Para realizar el análisis del discurso de la *crisis económica* de 2009 en México, elaboramos un modelo de análisis semiótico-discursivo transdisciplinario para explicar la esencia de las caricaturas políticas relacionadas con el tema en mención por parte de diversos caricaturistas en los diarios *La Jornada* y *El Universal*.

Cuadro 1. Modelo Semiótico-Discursivo (Caricatura Política)



3. Criterios tipológicos del discurso : la caricatura política

Los discursos ya sean verbales o visuales pueden considerarse como “prácticas semiótico-discursivas” (Haidar, 2006: 63 y ss.); esta categoría operativa integra en sí misma otras categorías como: habla, texto, discurso, lenguaje que son tratadas en otras disciplinas de manera aislada. Consideramos esta categoría porque a nuestro parecer su alcance teórico-metodológico es transdisciplinario precisamente por su carácter integrador. Elaboramos una tabla matricial de doble entrada en la que se colocan los tipos de discurso en el eje vertical y los criterios de clasificación, en el eje horizontal como lo podemos observar en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Tipología del discurso: La caricatura política de la crisis económica

Criterios Tipo de discurso	Objeto semiótico-discursivo	Funciones semiótico-discursivas	Aparatos ideológicos hegemónicos	Sujetos semiótico-discursivos	Materialidades Verbo-visuales
Discurso político	Crisis económica ⁸	Referencial Emotiva Poética (retórica)	Presidencia SHCP Banco de México	Calderón Carstens Guillermo Ortiz	Verbal escrita Ideológica Poder enmascaramiento
Discurso periodístico	Crisis económica	referencial	<i>Mass media</i> Prensa <i>La Jornada</i> <i>El Universal</i>		Verbal escrita Ideológica Poder
Discurso humorístico-caricatura política	Crisis económica	Referencial Apelativa o persuasiva Poética o retórica	Crítica a los aparatos ideológicos/hegemonía	Políticos ⁹ Humoristas	Verbal escrita y visual Ideológica poder Desenmascarar

Tabla Matricial adaptada de la propuesta de Haidar (2006)

La caricatura política, a diferencia del discurso político, tiende al *desenmascaramiento* de los discursos de los políticos a través de los recursos retóricos para *hacer ver lo que se enmascara* por los políticos, quienes también a su vez recurren a la retórica para enmascarar los fracasos de ‘sus’ políticas públicas.

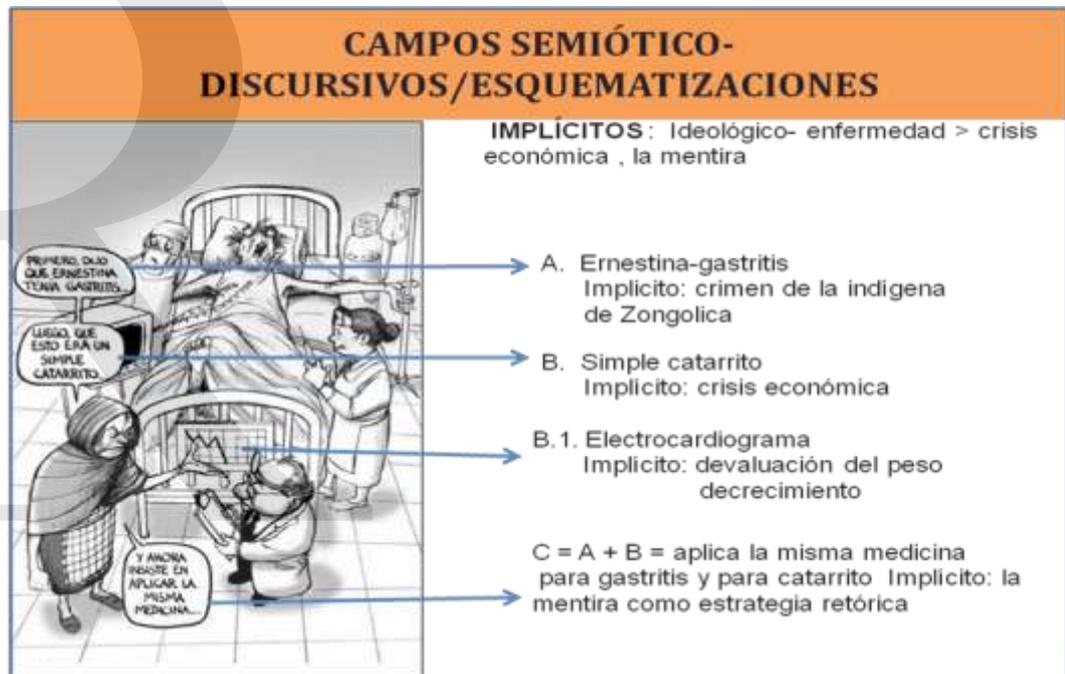
La caricatura política es un subtipo de discurso que sintetiza las características de dos tipos de discurso: el político por el contenido y el periodístico: espacio y contenido. El texto humorístico político aborda el objeto semiótico-discursivo¹⁰ “*Crisis económica*” tal como los productores del discurso lo mencionan metafóricam (Todorov, 1970)ente como: *catarrito, neumonía, gripita* o como *tsunami o huracán tipo 5*. En estas metáforas emergen las funciones: emotiva, poética que se ubican en el emisor o emisores y la persuasiva se centra en el receptor. Dentro del polo de la producción semiótico-discursiva ubicamos a los caricaturistas como emisores quienes ponen en boca de los políticos y de los empresarios lo dicho por ellos mismos a fin de ridiculizarlos verbo visualmente.

En relación con las funciones semiótico-discursivas¹¹ (Haidar, 2006), la persuasiva, la emotiva y la poética o retórica (Todorov, 1970 en Sazbón, compilador) son esenciales en el texto humorístico, pues entre el sujeto de la enunciación —el caricaturista— y el objeto del enunciado —los globos y la semiótica visual, los personajes representados— hay una relación comprobada que solo puede ser de carácter emocional: de indignación y de odio ante la situación económica por la que pasa el país en 2009, mediante el recurso de la retórica verbo-visual como la ironía, la mofa, el sarcasmo, etc.

La función del discurso de la caricatura es mostrar los hechos y los dichos de los políticos de una manera humorística, “las políticas de los políticos dan risa” (Agelvis, 2010: 46). En este caso, el emisor-caricaturista retoma lo dicho y los hechos de los políticos para mostrarlos irónicamente en las representaciones verbo-visuales. Emisor y receptor deben obligadamente compartir los mismos códigos; el receptor no es cualquier lector, debe ser uno que está enterado de la política nacional, por lo tanto el mensaje de la caricatura política es y debe ser compartido por ambos, de manera que las funciones emotiva y persuasiva o apelativa van de la mano en este caso.

La caricatura política como práctica semiótico-discursiva va de los implícitos a los explícitos verbo-visuales, como en el caso de la caricatura del Fisgón (La Jornada, México, 29-01-09), en donde se narra visualmente la escena en un hospital en donde se representa al pueblo tirado en la cama, a la esposa reclamando de la muerte del esposo-pueblo al médico, quien es Calderón, como lo observamos en el siguiente cuadro.

Cuadro 3. Análisis del campo semiótico-discursivo: caricatura política de la crisis económica



En el análisis de esta caricatura, se observa el uso de varias analogías basadas en semejanzas semánticas, fónicas, gramaticales y se homologan con lo visual, que se refuerza con lo verbal. La caricatura narra-visualmente y narra argumentando sintéticamente acciones políticas. Su tiempo siempre es finito, lo que ocurre en la caricatura solo es en el tiempo y espacio específico de ella, por ello el lector debe tener el antecedente político al que se refiere la caricatura. En la enunciación (Guespin, 1980) la caricatura tiene un propósito definido que es el *hacer-ver*, no es el *hacer ser* del discurso político.

El sujeto de la enunciación, en este caso, el caricaturista representa visualmente a los sujetos semiótico-discursivos del enunciado: pueblo, amas de casa, esposas, madres, niños y niñas, obreros, albañiles, pordioseros, campesinos, oficinistas, intelectuales, con ropas roídas; unos delgados, otros cadavéricos, en síntesis representan la pobreza personificada y son quienes sufren los embates del objeto semiótico-discursivo *Crisis económica*. Por su parte, los políticos son representados visualmente: Calderón: cuerpo pequeño y de cabeza grande con facciones acentuadas, Carstens corpulento formando un círculo, los banqueros y empresarios también son corpulentos como cerdos y siempre

van vestidos de frac, chaleco, chistera de seda negra. Y a Guillermo Ortiz se le resaltan las facciones de la cara y el sudor. Más adelante hacemos el análisis semiótico discursivo de las caricaturas en su conjunto.

Desde el punto de vista de la ideología, la prensa es uno de los aparatos ideológicos del estado (AIE) (Althusser, 1970) en tanto que ‘deforman y ocultan la realidad social’, sin embargo la crítica de la caricatura política hace ver a sus lectores los conflictos sociales, por ello la ideología como fenómeno es un proceso complejo en el que coexisten “dos funcionamientos” (aparatos ideológicos y hegemónicos) entre los cuales no puede haber separación estableciéndose un *continuum* (Haidar 2006).

4. La crisis económica y la caricatura política: condiciones de posibilidad de emergencia

Las condiciones de posibilidad de emergencia de los discursos (Foucault, 1980:11) plantean que “...en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio...”. A partir de esta premisa analizamos la caricatura política conforme a los procedimientos de exclusión que limita los poderes desde tres tipos de prohibición: a) el tabú del objeto discursivo, b) el ritual de la circunstancia y c) el derecho exclusivo o privilegiado del sujeto hablante.

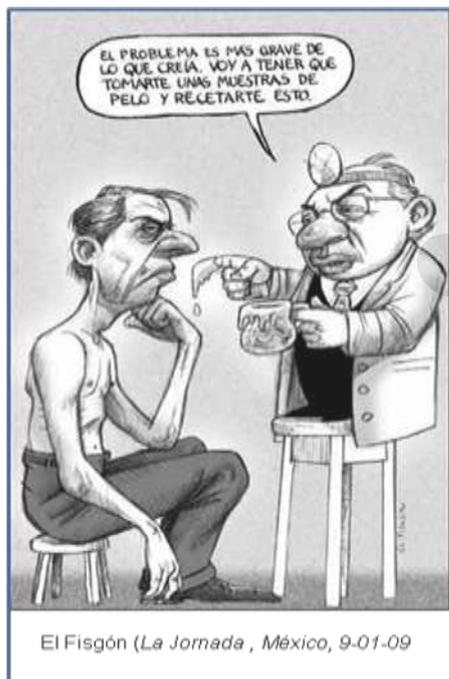
En relación con el tabú del objeto semiótico-discursivo *Crisis Económica* se derivan los siguientes términos discursivos: devaluación, desempleo, economía endeble, estado fallido y a éstos se oponen: depreciación, empleo temporal, economía blindada, 25 puntos del Plan anticrisis. Estos opuestos son los más recurrentes en los discursos de los políticos a fin de controlar, seleccionar y redistribuir aquello que se puede y debe decir en el ritual de la circunstancia, en otras palabras, en una coyuntura, la cual “impone censuras, tabúes, términos, sintagmas o enunciados, además obliga a hablar de algo e impide hablar de otras cosas, (en suma) incluye y excluye a la vez (Robin, 1976 (Robin, 1976)) lo cual corresponde justo al momento en que emerge la crisis económica en enero de 2009. Los caricaturistas retoman este discurso enmascarador de los políticos para, a su vez, desenmascarar el tabú del objeto semiótico-discursivo: *Crisis económica*.

El derecho exclusivo o privilegiado de los sujetos hablantes es, por un lado, de los políticos y, por el otro lado, de los caricaturistas, porque éstos últimos son quienes retoman las figuras de la clase política, la burguesía, la clase media y proletaria, para poner en boca de cada uno de ellos lo dicho por ellos mismos.

Cuadro 4. Condiciones de emergencia del discurso de la caricatura política.

Tabú del objeto semiótico-discursivo <i>Crisis económica</i>		Ritual de la circunstancia	Derecho del sujeto que habla
Devaluación	Depreciación	Enero-marzo 2009	Caricaturistas Clase política
Desempleo	Empleo temporal		
Economía endeble	Economía blindada		
Estado fallido	Plan anti-crisis: 25 puntos		

El 7 de enero de 2009, el presidente Calderón anuncia “5 directrices que incluyen 25 medidas del gobierno para apoyar al empleo y la economía familiar”¹², éstas son: a) Apoyo al empleo con cinco medidas, b) apoyo a la economía familiar con cuatro, c) apoyo a las pequeñas y medianas empresas con nueve medidas, d) inversión en infraestructura con tres medidas y f) transparentar y eficientar (*sic*) el gasto público con cuatro medidas.

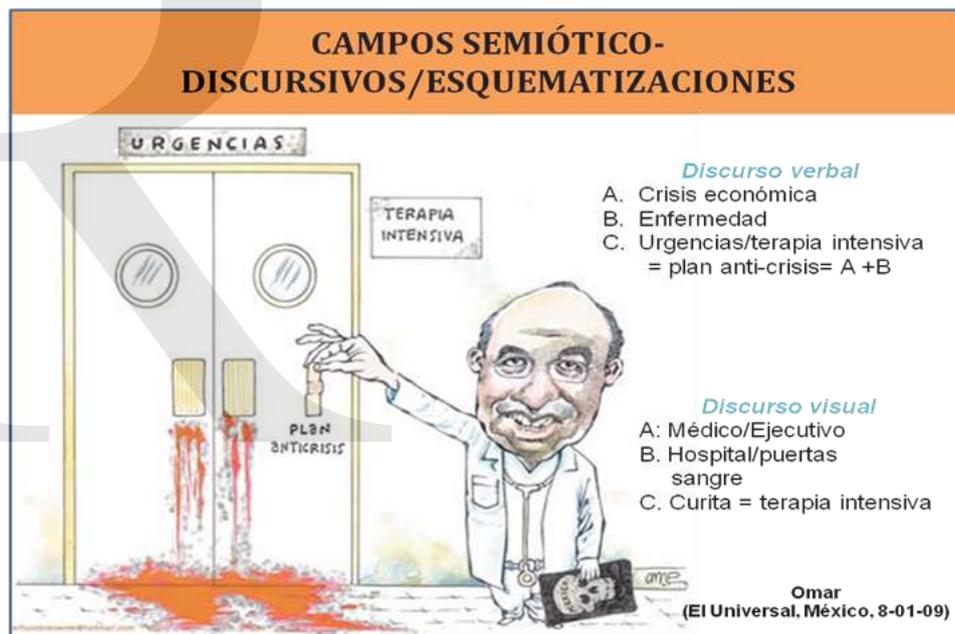


El plan de los 25 puntos fue retomado por los caricaturistas para hacer mofa de las políticas públicas. El objeto semiótico-discursivo del discurso político-económico se homologa con el discurso enfermedad-salud, por ejemplo en el texto humorístico publicado en *La Jornada* del 9 de enero de 2009, el Fisgón pone en boca de Calderón, las siguientes palabras: “El problema es más grave de lo que creía, voy a tener que tomarte unas muestras de pelo y recetarte esto”. En la imagen visual se observa a Calderón que está tomando con el dedo índice un poco de atole del jarrón, lo que conduce al refrán mexicano “dar atole con el dedo” que significa *engañar, embaucar, defraudar*.

Calderón está representado como médico por la vestimenta y sobre un banco ya que su pequeña estatura no le da para atender al enfermo-pueblo, que comienza a estar famélico, no por la enfermedad, sino por la crisis económica. La caricatura hace alusión al plan de los 25 puntos. Con este cruce de discursos entre el político-económico y el de la enfermedad-salud se logra la intertextualidad o interdiscursividad semiótico-discursiva, que para Angenot (1997) consiste en que un texto siempre es el resultado del cruce y referencia a otros textos. Por lo tanto, estas prácticas semiótico-discursivas en la caricatura provenientes del discurso político tienen el objetivo de desacralizar y hacer mofa o en términos de Bajtin, ‘rebajar’ un discurso serio.

Por estas razones, los textos humorísticos políticos recurren con frecuencia a las figuras retóricas, entre las cuales están la parodia, la sátira, las analogías, el simulacro, litotes, hipérbolos, metonimias y metáforas. Lo imperante en el texto humorístico de El Fisgón es el implícito al plan anticrisis, mientras que en el de Omar es explícito, pero lo importante es que entre estas dos caricaturas la *intratextualidad*, que no intertextualidad, la proporciona el discurso enfermedad-salud: el médico, la receta médica, el hospital, de tal manera que hay un *continuum interdiscursivo* e intradiscursivo entre los tipos de discursos: político-económico con el de la enfermedad-salud y con el del fenómeno natural, como lo veremos más adelante con los textos humorísticos.

Cuadro 5. Análisis del campo semiótico-discursivo: caricatura política de la crisis económica



Las condiciones de posibilidad de emergencia de los discursos se articulan a las formaciones sociales, ideológicas, discursivas e imaginarias que determinan lo que *puede y debe ser dicho* en una posición y en un tiempo determinado (Pêcheux, 1978) (Pêcheux, *Les vérités de La Palice*, (1975)¹³, como lo hemos venido observando en la caricatura política, la coyuntura es la crisis económica con la que se inicia el año 2009.

En el caso del texto humorístico político, es preciso distinguir entre lo verbal que va anclado a lo visual o viceversa; Haidar (2006) distingue varios tipos de restricción: lo que se puede decir, lo que no se puede decir, lo que se debe decir, cómo se debe decir, cuándo se debe decir, quién lo dice y a quién se lo dice. A estas restricciones debe considerarse la contraparte visual, lo que puede y debe mostrarse.

En la caricatura en general, el sujeto de la enunciación es el caricaturista quien condensa tanto la forma como representa al personaje o personajes visualmente y cómo retoma lo dicho por esos personajes. En la caricatura hay una competencia fundamental que de acuerdo con Voloshinov (1976) es el poder decir y el querer decir-hacer-mostrar, lo que

desde este punto de vista de (Voloshinov, 1976) la tipología del discurso se hace mucho más interesante.

Cuadro 6. Formaciones sociales, ideológicas y semiótico-discursivas

Formación social	Aparatos Ideológicos Prensa <i>Mass media</i>	Sujetos semiótico-discursivos
-Capitalismo (salvaje) -Neoliberalismo -Tratado de Libre Comercio TLC (se comienza a gestar en 1982)	- <i>La Jornada</i> (izquierda) - <i>El Universal</i> (centro-derecha) -El Ejecutivo -Partidos Políticos (PAN-PRD) -Secretarías de Estado: Hacienda	-Reporteros -Articulistas/editorialistas -Caricaturistas

5. La caricatura política: sus funcionamientos retóricos

La caricatura política, como hemos mencionado arriba, recurre a figuras retóricas fin de desenmascarar lo dicho por los políticos tanto de manera verbal como visual. Para el análisis de los funcionamientos retóricos recurrimos a las esquematizaciones y preconstruidos cultural, ideológico y situacional, propuestaS de Grize (1982), que también se relacionan con la interdiscursividad.

Grize considera la esquematización como la elaboración mediante la lengua natural (nosotros ampliamos al lenguaje visual) de un micro-universo que locutor/autor-representador-caricaturista ‘A’ presenta a interlocutor/lector ‘B’ con la intención de obtener un cierto efecto sobre él, apuntando siempre a la verosimilitud, es decir, a lo que parece verdadero tanto para ‘A’ como para ‘B’. La noción de esquematización es esencialmente dialógica y lo que parece verdadero para el locutor lo es también para el interlocutor en la medida en que son compatibles ‘A’ y ‘B’ con sus valores éticos, estéticos e intereses socio-culturales-históricos-políticos. En toda esquematización funcionan simultáneamente las representaciones y las imágenes (formaciones imaginarias para Pêcheux) dentro de tres preconstruidos: el cultural, el situacional (marco situacional y su referente la institución para Regine Robin) y el ideológico

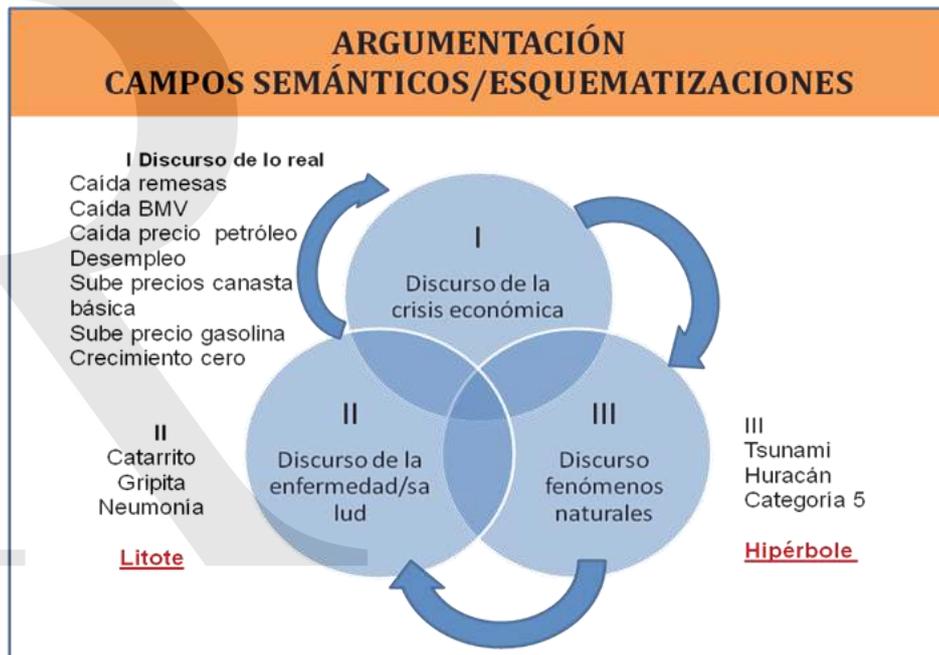
(Aparatos Ideológicos del Estado (AIE) para Althusser y aparatos hegemónicos para Gramsci).

El emisor-locutor-caricaturista se construye a sí mismo de la misma manera en que construye a su lector-auditorio. El preconstruido cultural (Grize,1982) se ubica en los sujetos, mientras que en el preconstruido situacional (condiciones de producción) se refiere a la situación específica en la que se produce determinado discurso para un determinado lector-auditorio, la coyuntura de la *crisis económica*. El preconstruido ideológico está relacionado (con la coherencia que es el conjunto de relaciones entre los hechos propuestos y diversas leyes o principios ideológicos más o menos explícitos del locutor) con el conjunto de reglas y de principios que aseguran los valores de los grupos sociales y de sus instituciones (Grize 1982:188-215).

Las esquematizaciones argumentativas tienen una estrecha relación con la intertextualidad e interdiscursividad de los textos humorísticos políticos. La intertextualidad es una relación dialógica, polifónica en la que se cruzan las voces de los diversos productores de las caricaturas políticas, pero también a través de ellos pasan otras que corresponden a las formaciones semiótico-discursivas, ideológicas y sociales de determinada coyuntura. El objeto semiótico-discursivo *crisis económica* se interrelaciona en un *continuum* con otros discursos, de ahí la interdiscursividad.

La caricatura política es un texto humorístico condensador de los tres preconstruidos, el cultural, el situacional y el ideológico, en donde emergen las figuras retóricas ya sea para minimizar o para maximizar las acciones y los dichos de los políticos y de los grandes empresarios y banqueros. Las caricaturas analizadas recurren constantemente y sobre todo a dos figuras: la litote o atenuación que consiste en decir menos para decir más. Los políticos recurren a esta figura retórica para minimizar los graves efectos de la crisis económica en México, por lo tanto el objeto semiótico-discursivo *crisis económica* se traduce retóricamente en un *catarrito*, *gripita* y *neumonía*. Posteriormente, los políticos recurren a la hipérbole, figura que consiste en decir más para decir menos, aunque en el caso de la crisis económica esta figura se acercaba más a la realidad, entonces pasan del discurso de la enfermedad-salud al discurso de los fenómenos naturales, *Tsunami*, *Huracán categoría 5*. Estos discursos son retomados por los caricaturistas para demostrar grandilocuentemente las políticas públicas de los políticos.

Cuadro 7. Campos semánticos y esquematizaciones: caricatura política



Tanto el discurso verbal como el visual en la caricatura política constituyen una unidad que condensa toda una narración, el drama de la crisis política. Cada caricatura narra con palabras o sin ellas, en lo visual toda una situación no solo económica, sino social, histórica y política.

Las caricaturas de los diversos artistas del humor constituyen una iconografía muy interesante, porque en su mayoría coinciden en las formas de representar visualmente (caricaturizar) a los diversos personajes con los cuales se hace una tipología. Mediante la representación visual de los personajes se crean sistemas opositivos a fin de recrear matices y contradicciones socio-culturales y económicas, por ejemplo las carencias y lo famélico de los pobres y la robustez, gordura insultante de los burgueses y políticos.

Los políticos, los empresarios, banqueros y burgueses son el centro de ataque de los caricaturistas. Los funcionamientos retóricos no son solo las figuras retóricas, sino también la conversación entre los personajes: ricos y ricos, ricos y pobres, políticos y pueblo (generalmente se recurre a la figura metonímica). El diálogo en la caricatura política favorece el poder de persuasión, que es una de las características de la

argumentación. En el siguiente cuadro podemos observar la tabla matricial semiótico-discursiva de la caricatura política.

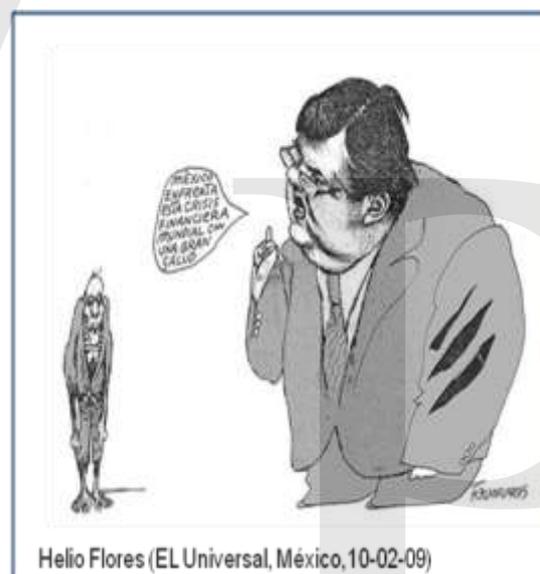
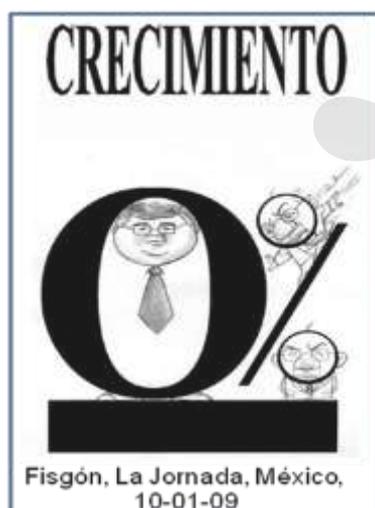
Cuadro 8. Matriz semiótico-discursiva: caricatura política

Iconemas	Sujeto semiótico-visual estereotipos	Vestido
Identidad		
Políticos:	Calderón: de estatura muy pequeña, nariz, boca y orejas muy grandes, pelón y de en medio siempre sale un pequeño cabello parado	Traje sastre Banda presidencial Bata de médico Traje militar
	Carstens: obeso, con cara de niño	Traje negro Traje de baño
	Ortiz: delgado, con el cabello chino, sudor que brota de la cara Cara asustada	Traje negro
	Empresarios Banqueros: hombres muy corpulentos, gordos,	Frac, chistora de seda negra, guantes, chaleco,
Campeños Obreros Profesionistas Pordioseros Esposas Amas de casa Madres Niños/niñas Pueblo	Famélicos, cadavéricos, Gestos: asustados, enojados, asombrados, descalzos	Ropas raídas Zapatos rotos Ropas sencillas, humildes

Los funcionamientos retóricos verbales y visuales, así como la intertextualidad configuran los enunciados icónicos los cuales están relacionados por los iconemas visuales, es decir, por las características tanto de los sujetos semiótico-visuales, como por la forma en que se exageran las características físicas de los personajes, su vestido, instrumentos, espacios y escenarios.

Veamos los siguientes campos semiótico-discursivos sobre la crisis económica.

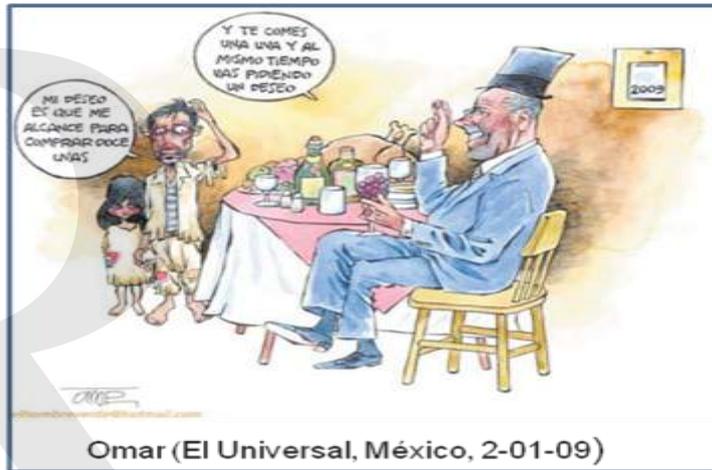
Campo semiótico-discursivo Carstens





Campo semiótico-discursivo empresarios, banqueros, burgueses





Campo semiótico-discursivo de Calderón



6. Para concluir

Los resultados demuestran que: a) Los personajes de la política más representados son: Calderón, Carstens y Ortiz, además de los empresarios, banqueros y burgueses, b) los políticos recurren a la retórica para minimizar los efectos negativos (Lotman, 1996) de las políticas públicas y c) los caricaturistas recurren a la retórica para desenmascarar el discurso enmascarado de los políticos y sus graves consecuencias para el país.

La caricatura política como complejo texto semiótico-discursivo es un generador de sentido, pues a decir de Lotman (1996: 77-82) es también un espacio semiótico dentro del cual convergen otros sistemas semióticos: el sistema de la lengua, el sistema político, el sistema económico.

El texto humorístico o caricatura política es un generador de sentido en cuanto hay una relación entre los emisores-caricaturistas y los destinatarios-lectores (Lotman 1996; Eco 1978a; Vilches 1995; Zunzunegui 1998) a través de las caricaturas que sirven de canales para establecer la comunicación entre el emisor y el destinatario. Esto lleva a pensar que el texto es “una máquina semántico-pragmática que pide ser actualizada en un proceso interpretativo, cuyas reglas de generación coinciden con las propias reglas de interpretación” (Eco 1978a, *passim*). En suma, se trata de un juego de actos de comunicación en los que tanto emisores como destinatarios producen continuamente textos, entendidos éstos como “unidades de comunicación” (Vilches 1995:31).

La caricatura política mexicana producida por los caricaturistas que hemos analizado *grosso modo*, tiene la capacidad de interconectarse con sus lectores con quienes comparten los mismos códigos; por otra parte el funcionamiento retórico permite desenmascarar los discursos enmascaradores de los políticos. Los discursos verbales (los globos) y visuales, personajes, son muy concretos y reales y a decir de Algevis, pertenecen a una sociología urbana: políticos, empresarios, banqueros, burgueses, pordioseros, descalzos, desvalidos, hambrientos, desempleados, madres, esposas, amas de casa, obreros, campesinos, etc.

Los discursos de la caricatura política responde a las prácticas semiótico-discursivas en “donde emergen múltiples materialidades y funcionamientos complejos; una práctica socio-histórico-cultural-política ritualizada y regulada por las instituciones de todo tipo y por lo no-institucional, y una práctica subjetiva polifónica. La polifonía constituye las

subjetividades que siempre están en juego en los discursos verbales” (Haidar 1998/2001) y, nosotros añadimos, a los visuales.

En síntesis, el discurso de la caricatura política o texto humorístico político desde la transdisciplinariedad, rebasa las fronteras del enunciado sin que ello signifique soslayar el soporte básico de la lingüística. El discurso de la caricatura política es, pues, una zona abierta que acepta, rechaza, omite, silencia, hace olvidar y hace recordar, a la vez, en forma continua, es nutrida por otros discursos, producidos y reproducidos en el seno de una formación social y de coyunturas determinadas, como es el caso de la crisis económica.

Bibliografía

Algevis, V. (2010) “Zapata y la caricatura” en *Anuario Grhial*, Enero-Diciembre, No. 4, Universidad de los Andes: Mérida, ISSN 1856-9927, pp. 43-62. Disponible en internet [<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32815/1/articulo2.pdf>] consultado el 25 de junio, 2011.

Althusser, L. (1970). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. México: Ediciones Quinto Sol.

Angenot, M. (1997). *"La intertextualidad" en Intertextualité*. Cuba: Criterios, UNEAC.

Eco, U. (1978). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.

Foucault, M. (1980 (1969)). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets Editores.

Grize, J. B. (1982). *De la logique à l'agumentation*. Genève: Librairie Droz.

Guespin, L. M. (1980). *"Tipología del discurso Político" en El Discurso Político*. México: UNAM, Nueva Imagen.

Haidar, J. (2006). *Debate CEU-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*. México: UNAM.

Jakobson, R. (1984). *Ensayos de Lingüística Genera*. Barcelona: Editorial Ariel.

Lotman, I. (1996). *La semiosfera I*. Madrid: Cátedra/Frónesis.

Melgar Bao, R. (2011). *Más allá de Chaplin, el humor político de la izquierda latinoamericana, en La Arquitectura del sentido II. La producción y reproducción en las prácticas semiótico-discursivas*. México: INAH-ENAH.

Monsiváis, C. (1995). *La distorsión es la semejanza (Caricaturas y dibujo satírico en México)*. En: *Aire de familia*. México: Pinacoteca Editores.

Pêcheux, M. (1978). *"Formación social, lengua, discurso"*, en: *Arte, Sociedad, Ideología*. Paris: Didier/Larousse.

Pêcheux, M. ((1975). *Les vérités de La Palice*. Paris: Francois Maspero.

Robin, R. (1976). *"Discours Politique et Conjoncture"* en *L'analyse du discours, discourse analysis*. Montreal: Centre Educatif et culturel Inc.

Todorov, T. (1970). *"Conocimiento del habla"* en *Estructuralismo y literatura*. Buenos Aires: Editor José Szabón/Nueva Visión.

Vilches, L. (1995). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. España: Ediciones Paidós.

Voloshinov, V. (1976). *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Zunzunegui, S. (1998). *Pensar la imagen*. Madrid: Editorial Cátedra/Universidad del país Vasco.

¹ Esta investigación se realizó con el apoyo de Salvador Romero Ovalle, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Cultura en la UACM y becario de CONACYT. Convocatoria *SNI-Estudiantes-2008*, y de Bryan Bonilla Avendaño, actual licenciado en Comunicación y Cultura de la UACM.

² Dra. en Antropología, profesora-investigadora de TC en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, profesora HSM en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Pertenece al Programa de Estudios Semióticos (PES) en la UACM y al Cuerpo Académico Análisis del Discurso y Semiótica de la Cultura ENAH. Líneas de Investigación: Análisis transdisciplinario del Discurso, ideología y poder; semiótica visual, biosemiótica y pensamiento complejo.

³ Carlos Monsiváis en la Conferencia: Memoria popular y la caricatura del siglo XIX, en el Museo Nacional de las Intervenciones (MNI), 7 de mayo de 2008.

<http://www.terra.com.mx/ArteyCultura/articulo/659010/Monsivais+y+la+memoria+popular+del+s+XIX.htm>.

⁴ Carlos Abreu es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna. Profesor titular de la Universidad Central de Venezuela. Este texto se publicó en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 38, de febrero de 2001, La Laguna (Tenerife).

⁵ Profesor de Economía Política en la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid (wikipedia)

⁶ [http://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_económica] página consultada el 14 de mayo de 2011

⁷ [<http://www.inegi.org.mx/>] página consultada el 14 de mayo de 2011

⁸ El objeto semiótico-discursivo central es la *crisis económica*; los objetos semiótico-discursivos complementarios son: desempleo,

⁹ Los personajes políticos caricaturizados son: Felipe Calderón, Presidente de México; Agustín Carstens, Srio. de Hacienda y Crédito Público; Guillermo Ortiz, Gobernador del Banco de México.

¹⁰ La categoría objeto semiótico-discursivo (Haidar, 2006) también es transdisciplinaria y va más allá de lo que significa el tema o tópico.

¹¹ Las funciones semiótico-discursivas corresponden a las seis funciones del lenguaje propuestas por R. Jakobson (1984): referencial, emotiva, apelativa, metalingüística, poética y fática.

¹² [<http://kikka-roja.blogspot.com/2009/01/los-25-puntos-del-plan-anticrisis-de.html>].

Página consultada el 12 de junio de 2011.

¹³ “...nous apellerons dès lors formation discursive ce qui, dans une formation idéologique donné, c’est á partir d’une position donné dans une conjonture donné déterminé par l’état de la lutte des classes, déterminée <<ce qui puet doit éter dit...” (Pêcheux 1975: 144).