

Dos caricaturas de la revista *El Chamuco*: Iconicidad e intencionalidad política

Rosa María Valles Ruiz⁽¹⁾

Resumen: En este trabajo se analiza el discurso de dos trabajos de los caricaturistas Hernández, Jerge, Mora y Rapé publicadas en la revista Chamuco número 447, de enero de 2024, a través de la metodología del Análisis del Discurso (AD) para aproximarse a la intencionalidad política del mensaje icónico de los caricaturistas. Para lo anterior se utilizó la metodología del AD a través de un modelo *ex profeso*, con el enfoque teórico del concepto de cultura visual y algunos elementos de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón con categorías vinculadas a la iconicidad de las caricaturas elegidas, el uso de exageración de rasgos de los personajes y la relación con el contexto político-electoral que se vive actualmente en México. Como resultado se observa que la intencionalidad política de las caricaturas analizadas es de crítica no solamente a los personajes sino a los organismos que representan, concretamente al Frente Amplio por México, integrado por tres partidos: Revolucionario Institucional (PRI), de la Revolución Democrática (PRD) y Acción Nacional (PAN). El manejo de la iconicidad (rasgos exagerados, encuadre de los hombros hacia arriba) y los textos que acompañan a las caricaturas y su vinculación con el contexto político-electoral permiten que el mensaje de los autores hacia los receptores cumpla su cometido.

Palabras clave: caricatura política - análisis de discurso - intencionalidad - mensaje icónico

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 127]

⁽¹⁾ **Rosa María Valles Ruiz.** Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesora-Investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel II. Autora y/o Coordinadora de 40 libros sobre las líneas de investigación que trabaja: Historia de las mujeres y género, Movimientos Estudiantiles, Análisis de los medios de comunicación. Trabaja las metodologías de la historia oral y el análisis del discurso. Es biógrafa de Hermila Galindo, la feminista más relevante de la Revolución Mexicana.

Introducción

El mundo se ve, percibe y siente de diversas maneras. Una de ellas, a través de imágenes y textos. O la mezcla de ambos. En el caso del cine, con el sonido como medio para subrayar, disminuir intensidad o aminorar tales o cuales efectos. Autoras como Mieke Bal (2016), al referirse a la cultura visual, consideran que debe implicar una vinculación entre los estudios visuales y los literarios y que “el tránsito entre ambos estudios implica la concepción de la imagen como valor de equivalencia entre la visualidad y la verbalidad”. Es decir, una imagen por sí misma dice algo a alguien independientemente de que la imagen en cuestión contenga o no texto.

Mitchel, en coincidencia con Bal, considera que los medios visuales (y la correspondiente cultura visual) “son formaciones mixtas o híbridas que combinan el sonido y la vista, el texto y la imagen.” (Ruiz, 2023, p.4)

Estas apreciaciones no excluyen, empero, la complejidad del concepto de cultura visual. Fernando Hernández (2005) aclara que al pretender cualquier estudio sobre cultura visual es importante “prestar atención a la intersección de raza, clase social, sexo y género en los medios visuales para poder elucidar y observar operaciones y formas de visualización y posicionalidad discursiva más complejas.” (p. 11).

La cultura visual, añade, “no es similar o equivalente en diversos estratos sociales o etnias incluso dentro de un propio país. El acceso a medios de comunicación es una de las claves para este tipo de cultura. ¿Todos vemos los mismos objetos? ¿O fenómenos? Y si es así, ¿cuál es el nivel de percepción de cada uno de esos sujetos?” (Hernández, 2005, p.12).

Sin pretender ingresar de manera exhaustiva a la polisemia del concepto, se parte de que la cultura visual tiene diversas expresiones y en el caso del presente trabajo se abordará uno de los géneros usados con frecuencia en los medios de comunicación para acceder a públicos masivos de distintos estratos sociales y escolaridades, a través de lo cómico, irónico y generalmente, crítica social: la caricatura.

Lina Gabriela Bayona- Pineda (2019) se refiere a caricaturas famosas como la serie “Los Simpson”, en Estados Unidos y la de “El Chavo del 8” en México y expresa su definición de la caricatura como expresión popular de la cultura visual de los pueblos:

Para Bayona-Pineda, la caricatura expresa lo real, lo que vivimos como personas “[...] con sus virtudes y defectos, con toda su complejidad, permite mostrar el lado jocoso de la vida [...], es el manifiesto de la risa al observar la realidad [...]” (Bayona-Pineda, 2019, p. 42)

Los medios de comunicación masiva han utilizado las imágenes de diversas maneras, entre ellas las fotografías y la caricatura. Esta última es considerada entre los géneros de opinión, al igual que el artículo de fondo, el editorial y la columna. En el caso de la caricatura, elementos como el humor a través de las imágenes y el trazo de las facciones exageradas de personajes, por lo general polític@s, presentan una postura ideológica, una intencionalidad concreta, vinculada estrechamente a eventos coyunturales.

En México existe una larga data de este género. En este artículo únicamente se presentará un esbozo de algunos de los personajes más destacados en México en ese género como Ernesto *El Chango* García Cabral (1890-1968) quien destacó como pintor y dibujante pero sobre todo por sus caricaturas en las publicaciones *Multicolor*, *Fantoche*, *Novedades*,

Jueves de Excelsior y *Revista de Revistas*. En entrevista con *La Jornada*, el investigador Horacio Muñoz (2012) dio a conocer la existencia de 11 mil 500 dibujos originales y el objetivo de difundir la obra de ese dibujante por considerarlo un “artista olvidado” que ejerció su profesión durante más de seis décadas.

Para Muñoz, las características de los dibujos de *El Chango* se basaron en ridiculizar a los vicios de los seres humanos, los errores en las instancias encargadas de impartir justicia. Además, agregó, en su faceta de pintor dejó plasmados a los personajes (actores y actrices) más emblemáticos de la denominada Época de Oro de la Cinematografía de México (Rodríguez, 2021, *La Jornada*, p. 10)

En la nota de *La Jornada* se registra que el dibujante fue amigo “de varios personajes de principios de siglo XIX y fue considerado el mejor dibujante del país por Diego Rivera y José Clemente Orozco.” (Rodríguez, 2021, *La Jornada*, p.10).

Otro caricaturista de la centuria pasada fue Abel Quezada (1920-1991), conocido como *Quezada*. El escritor, dibujante y caricaturista plasmó sus críticas al sistema a través de personajes inolvidables como *Gastón Billetes*, *El Tapado*, *El Charro Matías*, entre otros. Colaboró para periódicos como *Novedades*, *Excelsior* y realizó portadas para publicaciones de Estados Unidos. Sus temas fueron los abusos gubernamentales y de la iniciativa privada, los errores de la política internacional. Acompañaba sus imágenes con textos breves.

Él no se consideraba caricaturista ni cartonista, sino dibujante. Reflexionaba en que desde niño le gustó dibujar y lo hacía a todas horas. Si volviera a nacer, expresó en una entrevista, “volvería a ser dibujante”. (S/A, S/F) abelquezada.mx.

Eduardo del Río, *Rius*, (1934-2017) marcó una etapa singular en el México del siglo XX y principios del XXI. Tuvo una gran influencia de Gabriel Vargas, autor de la historieta *Los Superlocos* y *La Familia Burrón*. *Rius* creó *Los Supermachos*, *Los Agachados* y fue autor de centenas de libros de corte didáctico como *Marx para principiantes*. Fundó la revista *El Chamuco* y *los hijos del Averno* a la cual me referiré más adelante. Sobre la intencionalidad de sus caricaturas, Hernández, colega de *Rius*, afirmó que éste inició su trabajo imitando lo que hacía Gabriel Vargas en *La Familia Burrón*. Posteriormente enfocó sus trazos hacia el ámbito rural e inventó dos pueblos: *San Garabato* y *Chayotitlán*. En ambos poblados se reflejaba todo tipo de situaciones, ficticias o reales.

Angel Pineda Peña, *Rapé*, otro *monero* contemporáneo calificó a *Rius* como “caricaturista de combate” (López, 2019, p.1) en tanto que el propio *Rius* consideraba que “la única manera de vengar la burla de los gobernantes era la risa.” (López, 2019, p.2)

La lista de caricaturistas en México y su influencia es larga. Las líneas presentadas aquí registran solamente un esbozo. De hecho, este género periodístico es considerado como el más antiguo y mezcla creatividad con ingenio, habilidad en el trazo de imágenes y un discurso generalmente de crítica social.

Para la analista Anna María Fernández Poncela (2015), en la caricatura política se conjugan dos elementos esenciales: razones y emociones. Subraya:

Los chistes políticos y la caricatura política son un discurso retórico con una clara intención humorística y política al mismo tiempo, ambas inseparables, o habría que invertir los términos: política y humorística. Se trata eso sí de un

discurso en los medios y un discurso político sobre el espacio político para crear opinión política (Fernández, 2015, p. 3).

Para Briceño Monzón (Gallardo G. y Cando, S. 2020, p. 27) la caricatura constituye una forma de expresión que permite que la gente se identifique con el mensaje porque no está en condiciones “o no quiere decir a viva voz” o porque consideran que hacer una crítica a través del dibujo es más contundente.

En relación con los receptores del mensaje de una caricatura política, Fausta Gantús (Teitelbaum, 2011) señala dos niveles de lectura: el primero que engloba solamente la imagen “y no requiere un caudal de conocimientos sobre la realidad política económica y cultural del país” (Teitelbaum, 2011, p.2) y el segundo que refiere a un público “más estructurado y complejo que comprende el sentido total del mensaje”. Para Gantús, este último es el destinatario principal de la caricatura aunque esta aseveración es discutible ya que en sectores de menor escolaridad, la caricatura es de gran aceptación.

Herb Block, caricaturista del diario *The Washington Post*, citado por Andrea Soledad Mora Arévalo y Lucía Belén Arellano Enríquez (2011, p. 34) considera que la caricatura política “no es ni una información noticiosa ni un retrato al óleo.” Sustancialmente, constituye: “Una forma de hacer reír, de aguijonear la pomposidad y de criticar. Este tipo de caricatura, agrega Block, “es una irreverente forma de expresión apta para burlarse de los “intocables” y poderosos” (Mora y Arellano, 2011, p. 34)

Metodología

La Revista *El Chamuco* fue creada en 1996 por Eduardo del Río, más conocido como *Rius*, uno de los dibujantes-caricaturistas más emblemáticos del siglo XX en México, ya mencionado en líneas anteriores. Con *Rius* hicieron equipo Rafael Barajas *El Fisgón*, José Hernández, Antonio Helguera (1965-2021), y Patricio Ortiz González. Al inicios del 2000 se suspendió y reanudó actividades en 2006 (Secretaría de Cultura, Gobierno de México, 2023).

Para el presente artículo se eligió el número 447 de la revista correspondiente a enero de 2024. Con el título “Profecías 2024” se registran 12 caricaturas políticas con textos en las páginas 2,3 y 4. La sección está firmada por *Hernández, Jerge, Mora y Rapé*. Se analizarán dos caricaturas con base en dos criterios: 1) Están compuestas por imagen y texto y 2) se refieren concretamente a la contienda electoral cuyos comicios se realizarán el 2 de junio de 2024. Además de los cambios en el Poder Legislativo y Senado, se decidirá la sucesión en el Poder Ejecutivo Federal. Las dos “profecías” elegidas son las de los meses de enero y marzo integradas por texto e imagen.

La metodología del Análisis del Discurso pone el énfasis en la ampliación de significados y la inclusión de un elemento fundamental: el contexto. El significado léxico o semántico de un discurso no puede entenderse si no se vincula con su contexto. Helena Calsamiglia y Amparo Tusón consideran que el análisis del discurso “se puede definir como el estudio del uso lingüístico contextualizado.” (2002, p. 101).

Estas pioneras en la temática hacen un repaso del significado del contexto desde diversas disciplinas como la Antropología, la Lingüística y aterrizan en la Pragmática y en el propio Análisis del Discurso. Al referirse a la Pragmática (ámbito en el cual se desarrollará el presente análisis) califican al contexto como un concepto “crucial y definitorio” (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 108) ya que dicho término marca “la línea divisoria entre los estudios discursivos y los puramente gramaticales”. (p.108).

Presentan cuatro niveles o tipos de contexto a ser considerados en el análisis: 1) Contexto espacio-temporal; contexto situacional o interactivo; 3) contexto sociocultural y 4) contexto cognitivo. (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 108).

En el caso específico de las caricaturas políticas señaladas se publican en un contexto electoral, lo cual implica el entorno espacio-temporal. en el cual las dos aspirantes a la titularidad del Poder Ejecutivo Federal son mujeres: Xochitl Gálvez Ruiz y Claudia Sheinbaum Pardo. La primera postulada por el denominado Frente Amplio por México, integrado por los Partidos Revolucionario Institucional (PRI), Acción Nacional (PAN) y de la Revolución Democrática (PRD). La segunda por el partido gobernante Movimiento de Regeneración Nacional (MoReNa) y sus aliados Partido del Trabajo (PT) y Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

En la parte léxica se seguirá el enfoque teórico de los Actos de Habla planteada por John Austin en la década de los sesenta del siglo XX. En su famosa obra *How to do things with words* Austin señaló que los enunciados podrían ser constataivos o realizativos. Los primeros describen el mundo, los segundos lo podían transformar. De ahí se derivó que el discurso (escrito o icónico) tenía un sentido, una intencionalidad.

La tipología de Actos de Habla de Austin se usará en este trabajo: 1. Asertivos: afirmar, anunciar, predecir, insistir; 2. Directivos: Preguntar, pedir, prohibir, recomendar, exigir, encargar, ordenar; 3. Compromisorios: ofrecer, prometer, jurar; 4. Expresivos: pedir perdón, perdonar agradecer, felicitar y 5. Declarativos: sentenciar, bautizar, vetar, declarar la guerra, levantar la sesión, cesar. (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 197).

El método a seguir para el análisis de las caricaturas elegidas tiene los siguientes elementos: 1) contenido icónico y sus características y 2) discurso verbal. Ambas categorías se vincularán con el contexto político y socio-cultural.

El contenido icónico puede estudiarse en su dimensión sustantiva y adjetiva. La sustantiva significa qué se representa y la adjetiva son características tales como el movimiento, la expresividad derivada de la información icónica.

En la parte relativa a la iconicidad se registrarán los distintos planos en los cuales los caricaturistas muestran al personaje, en este caso, dos mujeres. Se abordarán dos categorías: visual, entendida ésta como el uso de trazos o saturación de detalles que expresen exageración en la expresión y la relativa al tipo de Actos de Habla manifestados en los textos que acompañan a las imágenes.

Resultados

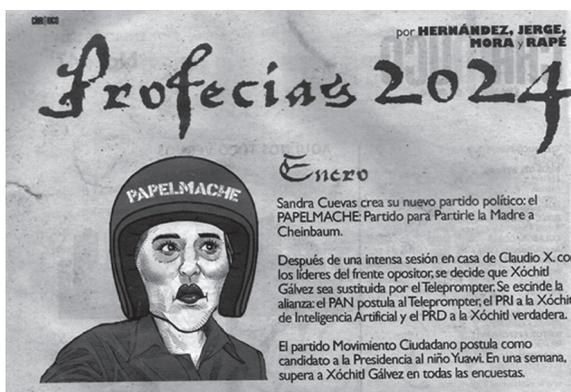
Caricatura 1

La “profecía” de Enero presenta un ubicado a la derecha y a la izquierda, la imagen de Sandra Cuevas, titular de la Alcaldía Cuauhtémoc en la Ciudad de México.

"Sandra Cuevas crea su nuevo partido político: el PAPELMACHE: Partido para Partirle la Madre a Cheinbaum.

Después de una intensa sesión en casa de Claudio X, con los líderes del frente opositor, se decide que Xochitl Gálvez sea sustituida por el Teleprompter: Se escinde la alianza: el PAN posula al Teleprompter; el PRI a la Xochitl de Inteligencia Artificial y el PRD a la Xóchitl verdadera.

El partido Movimiento Ciudadano postula como candidato a la Presidencia al niño Yuawi. En una semana, supera a Xóchitl Gálvez en todas las encuestas."



Caricatura 1

En el primer párrafo, desde el enfoque de los Actos de Habla se puede considerar como un enunciado asertivo en el cual se anuncia explícitamente la fundación de un nuevo partido. Empero, al poner la atención en el nombre (Papelmaché) y la descripción del mismo, se advierte una clara crítica hacia Cuevas, vía el sarcasmo y la burla al poner el nombre del “nuevo” partido y usar las últimas tres letras para referirse a “Cheinbaum” (claramente Sheinbaum, apellido de la candidata por el partido hegemónico Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) y sus aliados: Partido del Trabajo (PT) y Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

El segundo párrafo es también de índole asertiva desde la parte explícita. Sin embargo, al igual que el párrafo anterior se trata de una crítica al uso excesivo de la candidata de la Alianza por México Xóchitl Gálvez, del Teleprompter. El o los caricaturistas pasan del párrafo asertivo al declarativo al sentenciar o concluir que la Alianza se rompe y tiene otras consecuencias.

En el último párrafo se manifiesta una simulada burla en la supuesta postulación a la presidencia de un niño cuya imagen ha sido utilizada por el partido Movimiento Ciudadano (MC)

Respecto de la imagen de la alcaldesa Sandra Cuevas, el encuadre de la figura –de los hombros para arriba– permite exagerar los rasgos de una mujer que aparece con rostro prácticamente blanco, camisa azul (en concordancia con los del Partido Acción Nacional (PAN) y un casco de igual color en el que sobresale el nombre del “nuevo partido”. Los rasgos del rostro muestran pómulos sobresalientes, labios carnosos y mirada que denota nerviosismo o incluso inseguridad.

El conocimiento del contexto político-electoral permite al receptor darse cabal cuenta de la intencionalidad de la caricatura: una crítica hacia el papel de la alcaldesa Cuevas y al uso del teleprompter que ha realizado la candidata a la Presidencia de México de la Alianza por México, Xóchitl Gálvez, así como al uso mediático que ha realizado el MC en su propaganda del niño Yuawi.

Caricatura 2

En la “profecía” para marzo aparece el texto a la izquierda y la caricatura a la derecha. El texto es el siguiente:

"El Teleprompter del Frente Amplio por México sube dos puntos en las encuestas.

El gobernador de Texas, Greg Abbott, ha colocado en el Río Bravo un criadero de cocodrilos y de pirañas diseñadas genéticamente para devorar piel morena.

En el primer Debate Presidencial se suscita un altercado cuando Margarita Zavala se presenta alegando que ella es la candidata legítima del PAN. Momentos después se descubre que se trata de Felipe Calderón con peluca y chal."



Caricatura 2

En el plano de los Actos de Habla el primer párrafo se presenta como asertivo, al anunciar tres acciones, aparentemente asertivas aunque al poner atención en el predicado, la intencionalidad cambia y demuestra la ironía de los autores del texto.

En el primer párrafo, el absurdo se confirma al poner énfasis en el predicado “sube dos puntos en las encuestas” ya que el sujeto es abstracto (“El Teleprompter del Frente Amplio por México”) ya que un teleprompter es una herramienta usada, sobre todo en el ámbito televisivo, para guiar la lectura de los o las conductores de un programa.

En el segundo párrafo, también de corte asertivo al anunciar una acción de un sujeto, la parte del predicado va más allá al vincular el contexto de la ideología del gobernador de Texas, Gregg Abbot, quien se ha destacado por su postura discriminatoria hacia los migrantes. El predicado “ha colocado en el Río Bravo un criadero de cocodrilos y de pirañas diseñadas genéticamente para devorar piel morena” destaca la crítica social de los caricaturistas. En el tercer párrafo se registra un Acto de Habla también asertivo incluso cuando considera una actividad a realizar en marzo de 2024. El tiempo presente se usa para anunciar un Debate Presidencial en el cual hay un problema cuando Margarita Zavala –militante panista y esposa del expresidente del mismo partido, Felipe Calderón– se presenta como “candidata legítima del PAN”. La burla ocurre con la última parte del enunciado: “momento después se descubre que se trata de Felipe Calderón con peluca y chal”.

La imagen de la caricatura es presentada con el mismo encuadre que la primera. De los hombros para arriba lo cual permite poner el énfasis en el diseño de los rasgos. La combinación de los rasgos de Zavala y Calderón presentan una imagen deformada que suscita la risa: La cabellera lacia y rubia corresponde a Margarita Zavala aunque los gestos del rostro, distorsionados aunque reconocibles, son los de Felipe Calderón: cejas anchas, nariz voluminosa y labios exageradamente carnosos, ojeras pronunciadas. La vestimenta corresponde a la usada por Zavala, blusa negra y un chal morado al lado.

La relación con el contexto actual político, socio-cultural, situacional, dan un entendimiento más cabal de las dos caricaturas presentadas. *Grosso modo*, en México se vive un escenario político complejo. En 2018, llegó al Poder Ejecutivo Federal, un representante de la izquierda, hecho inusual en la Historia de México: Andrés Manuel López Obrador, político quien en sus inicios perteneció al Partido Revolucionario Institucional (PRI) organismo que detenta el poder desde su creación en 1929 hasta el año 2000 cuando perdió el Poder Ejecutivo Federal, frente al Partido Acción Nacional (PAN), con Vicente Fox como candidato. López Obrador se pasó posteriormente al Partido de la Revolución Democrática (PRD) creado tras una escisión en el PRI registrada en 1987 y protagonizada por líderes relevantes como Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo e Ifigenia Martínez. López Obrador creó el 2 de octubre de 2011 el Partido Movimiento de Regeneración Nacional (MoReNa) primero como movimiento, después como asociación civil y en noviembre de 2014 como partido político. En tan solo cuatro años, en las elecciones de julio del 2018, López Obrador como candidato a la presidencia, arrasó en las elecciones logrando más de 30 millones de votos.

Las medidas de la gestión de López Obrador, cuya gestión termina en 2024 han provocado la reacción intensa de los partidos de oposición a tal punto que el conservador PAN se alió con el otrora hegemónico PRI y el ex de izquierda PRD. Entre las medidas más populares del lopezobradorismo se encuentran apoyos sociales a la tercera edad, becas para estudiantes desde primaria hasta universidad, apoyos a las personas con discapacidad, creación de un nuevo aeropuerto internacional y del Tren Maya.

Una forma distinta respecto de la la comunicación política lo constituyeron las llamadas Mañaneras, eventos en los cuales el propio jefe del ejecutivo federal da a conocer los avances de su gestión. Una de las más subrayadas por el mandatario fue la extinción de las condonaciones de impuestos a empresas nacionales y transnacionales así como la eliminación de publicidad a los medios de comunicación. Esto ha provocado que en la mayoría de los medios tradicionales se minimicen, oculten o incluso no se registren las acciones gubernamentales. En cambio, se ha dado espacio a las voces críticas del actual gobierno. En ese contexto, la revista *El Chamuco* es uno de los escasos medios independientes de caricaturistas que existen en la actualidad. Empero, sí incluye publicidad. Una revisión somera de la edición de enero de 2024 hace ver que los patrocinadores son los Gobiernos de Hidalgo, gobernado por Julio Menchaca, del partido MoReNa y de Veracruz, cuyo mandatario estatal es Cuitlahuác García, también del partido MoReNa. Empero, es escasa la publicidad.

Conclusiones

La vinculación con el contexto y las características de la caricatura política (de las dos elegidas) hacen ver el alcance de este género periodístico en los medios de comunicación y en la conformación de la cultura visual. Si bien las caricaturas suscitan risa y burla a nivel masivo, en estratos de personas con mayor información sobre el contexto, la reflexión tiene un alcance de mayor profundidad.

El encuadre de las dos caricaturas elegidas, de los hombros para arriba, hace que la exageración en los rostros sea destacada. En la caricatura 1, la sátira y burla acerca del nuevo partido fundado por Sandra Cuevas, resalta por la creatividad (PAPELMACHE: Partido para Partirle la Madre a Cheinbaum). El color dado al rostro y cuello, casi blanco; grandes ojeras en párpados y bajo los ojos, un tenue color rosado en los pómulos y un rojo intenso en los labios, transmiten al observador una imagen de persona salida de ultratumba.

En la caricatura 2 la combinación de rasgos de los dos personajes aludidos (Margarita Zavala y el expresidente Felipe Calderón) dé como resultado una imagen distorsionada que refleja varios aspectos: escepticismo, con el enarcamiento de cejas y la profundidad de las ojeras; engreimiento con la mirada al frente, el abultamiento de la nariz y el alisamiento del cabello rubio.

La intencionalidad política es explícita. La crítica se avala con el texto que acompaña a las imágenes aún cuando la vinculación con el contexto permite registrar con mayor nitidez el significado y sentido de las dos caricaturas políticas.

Referencias

- Bal, M. (2020). *Tiempos trastornados. Análisis, historias y políticas de la mirada*. Madrid, Akal.
Bayona-Pineda (2019). “¿Qué es la caricatura?” *Revista Pensamiento, Palabra y Obra*. No.

- 21, pp. 42-59, Universidad Pedagógica Nacional, Colombia. <https://www.redalyc.org/journal/6141/614164652004/html/#:~:text=Actualmente%2C%20la%20cultura%20visual%20est%C3%A1,8%20constituyen%20nuestra%20cultura%20visual>. (Consultado el 2 de marzo de 2024).
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Segunda reimpresión. España, Ariel.
- Fernández, A.M. (2015). "Caricatura política, razones y emociones". *Revista Razón y Palabra* No. 89, marzo-mayo 2015, Universidad de los Hemisferios, Quito, Ecuador. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199536848021> (Consultado el 17 de febrero de 2024).
- Gallardo, G. y Cando, S (2020). Análisis del discurso de la caricatura política de los diarios *El Comercio* y *El Universo*. Tesis de licenciatura en Comunicación Social, Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18778/1/UPS-TTQ008.pdf> (Consultado el 17 de febrero de 2024).
- López, C. (2021). "Rius: La mirada crítica y aguda sobre México". IMERNoticias. [tps://noticias.imer.mx/blog/eduardo-del-rio-rius-mostro-en-sus-cartones-y-libros-una-mirada-critica-y-aguda-sobre-mexico/](https://noticias.imer.mx/blog/eduardo-del-rio-rius-mostro-en-sus-cartones-y-libros-una-mirada-critica-y-aguda-sobre-mexico/) (Consultado el 16 de febrero de 2024).
- Mora, A.C. y Arellano, L.B. (2011). Análisis semiótico de la imagen sobre el debate de la Ley de Comunicación. Estudio de caso: la caricatura como expresión del discurso editorial en los diarios *El Universo* y *El Comercio*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social con especialidad en desarrollo. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1303/16/UPS-QT00007.pdf> (Consultada el 17 de febrero de 2024).
- Rodríguez, A. M. (2012). "Rescatan la obra del dibujante *El Chango* García Cabral". Periódico *La Jornada*, Lunes 16 de abril de 2012, p. 10. <https://www.jornada.com.mx/2012/04/16/cultura/a10n1cul> (Consultado el 14 de febrero de 2024).
- Ruiz, V.A. (2023). "Diálogo sobre la visualidad en la pintura". *Revista Tópicos del Seminario*, No. 50, pp. 57-76. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Seminario de Estudios de la Significación. <https://www.redalyc.org/journal/594/59475270004/html/> (Consultado el 17 de febrero de 2024).
- S/A/S/F abelquezada.mx (Consultado el 16 de febrero de 2024).
- Secretaría de Cultura. Gobierno de México. "La revista "El Chamuco" celebrará su aniversario en el Museo Nacional de Culturas Populares". <https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-revista-el-chamuco-celebrara-su-aniversario-en-el-museo-nacional-de-culturas-populares#:~:text=la%20agenda%20nacional.-> (Consultado el 17 de febrero de 2024).
- Teitelbaum, V. (2011). "Fausta Gantús, Cariaturo y poder político. Crítica, censura y represión en la ciudad de México 1876-1888" *Revista Secuencia* No. 81, Septiembre-Diciembre 2011. <https://www.redalyc.org/pdf/3191/319127440009.pdf> (Consultado el 2 de marzo de 2024).

Abstract: In this work, the discourse of two works by the cartoonists Hernández, Jerge, Mora, and Rapé published in the magazine *Chamuco* number 447, January 2024, is analyzed through the methodology of Discourse Analysis (DA) to approach the intentionality, politics of the iconic message of the cartoonists. For the above, the AD methodology was used through an express model, with the theoretical approach of the concept of visual culture and some elements of Helena Calsamiglia and Amparo Tusón with categories linked to the iconicity of the chosen caricatures, the use of exaggeration of character traits and the relationship with the political-electoral context currently experienced in Mexico. As a result, it is observed that the political intention of the caricatures analyzed is critical not only of the characters but of the organizations they represent, specifically the Broad Front for Mexico, made up of three parties: Institutional Revolutionary Party (PRI), of the Democratic Revolution (PRD) and National Action (PAN). The management of iconicity (exaggerated features, framing of the shoulders up) and the texts that accompany the caricatures and their connection with the political-electoral context allow the authors' message to the recipients to fulfill its purpose.

Keywords: political cartoon - discourse analysis - intentionality - iconic message

Resumo: Neste trabalho, analisa-se o discurso de duas obras dos cartunistas Hernández, Jerge, Mora e Rapé publicadas na revista *Chamuco* número 447, de janeiro de 2024, através da metodologia da Análise do Discurso (AD) para abordar a intencionalidade política do icônico. mensagem dos cartunistas. Para o exposto, utilizou-se a metodologia AD através de um modelo expresso, com a abordagem teórica do conceito de cultura visual e alguns elementos de Helena Calsamiglia e Amparo Tusón com categorias ligadas à iconicidade das caricaturas escolhidas, ao uso do exagero do personagem características e a relação com o contexto político-eleitoral vivido atualmente no México. Como resultado, observa-se que a intenção política das caricaturas analisadas é crítica não apenas aos personagens, mas às organizações que representam, especificamente a Frente Ampla para o México, composta por três partidos: Partido Revolucionário Institucional (PRI), de a Revolução Democrática (PRD) e a Ação Nacional (PAN). A gestão da iconicidade (traços exagerados, enquadramento dos ombros para cima) e dos textos que acompanham as caricaturas e a sua ligação com o contexto político-eleitoral permitem que a mensagem dos autores aos destinatários cumpra o seu propósito.

Palavras-chave: cartoon político - análise do discurso - intencionalidade - mensagem icônica

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
