

El meme político, la nueva caricatura política al alcance de todos

*Roberto González-Núñez**

Resumen: Este texto expone las características comunes que posibilitan una comparativa entre el meme político y la caricatura política, extrayendo aquellas diferencias que les dan capacidades dispares a ambos fenómenos, colocando al meme como un relevo generacional de la caricatura en la misma tarea comunicativa.

Palabras clave: comunicación, meme, periodismo, política, caricatura, internet, democracia.

The political meme, the new political cartoon available to everyone

Abstract: The text sets out the common characteristics that enable a comparison between political meme and political cartoon, extracting those differences that give disparate capacities to both phenomena placing the meme as a generational relay of the caricature in the same communicative task.

Keywords: communication, meme, periodism, politic, comic, internet, democracy.

* Roberto González-Núñez. Doctorando en Humanidades con especialización en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Correo electrónico: robertogndr@gmail.com

Introducción

La caricatura periodística en México y el resto del mundo ha sido una herramienta de crítica social y política desde sus inicios (Portillo, 2002), llegando a generar no sólo el apaciguamiento del enojo, la reflexión o el divertimento (Fernández, 2015) de la población que podía acceder a ella, primero a través de los medios impresos, principalmente diarios o semanarios y ahora también sumando a los usuarios que tienen la posibilidad de consultar las versiones digitales de dichas publicaciones, los cuales reportan un aumento constante.¹

Y es precisamente a través de estos medios de comunicación digitales, específicamente aquellos que basan su funcionamiento en el acceso al contenido web, que han creado nuevas formas de interacción entre sus usuarios y con ello también nuevos formatos gráficos de crítica social y política que buscan, al igual que la caricatura política, crear conciencia a través del humor en imágenes y los textos breves.

Los llamados memes, que en un inicio sólo eran utilizados para mostrar de manera gráfica el estado emocional de un usuario (Contie, 2016), han evolucionado hasta convertirse en un lenguaje que puede transmitir ideas sobre cualquier temática y es, específicamente cuando se refieren a la política, donde se da una conexión con la caricatura periodística o política, pues comparten las mismas intenciones críticas y las mismas herramientas comunicativas, utilizando ambas el humor y la imagen, pero tienen diferencias de origen y distribución que resultan interesantes al ser expuestas y analizadas.

Este texto pretende mostrar dichas características de ambas herramientas comunicativas, haciendo una comparativa que resulte por lo menos un primer acercamiento tanto a la caricatura política como a los memes políticos en México que, cabe señalar, si el primero es considerado como poco estudiado (Fernández, 2015), el segundo, de creación más reciente, padece de la misma circunstancia (Castaño,

¹ La Asociación Nacional de Diarios en Estados Unidos considera un incremento de 20% en el número de lectores de las versiones digitales de los diarios estadounidenses (*Central interactiva*, 29 de julio de 2017). En México el lugar 12 de los sitios más visitados en internet lo ocupa la versión digital del periódico *El Universal* (*El Financiero*, 2 de mayo de 2016).

2013), a pesar de su gran evolución y rápida distribución en años recientes. Pudiéndose afirmar con base en este análisis, que la caricatura y el meme político comparten fines y formas que vuelven a estos últimos, herederos de una función crítica cuyos medios evolucionan con el avance tecnológico.

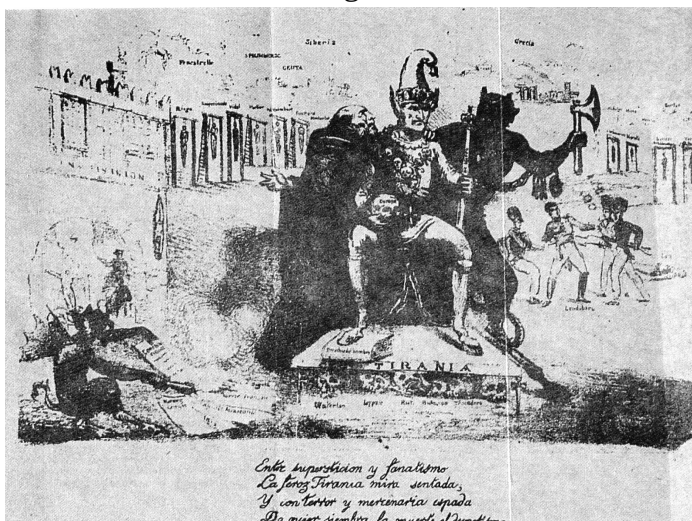
La caricatura política

La caricatura política en esencia es una forma de expresión que debe su éxito a la facilidad de interpretación que otorga la propia imagen que, acompañada de breves textos, nos transmiten una idea la cual puede llegar incluso a ser tan compleja como la descripción de una situación real que afecta a una población específica de la que puede formar parte el propio lector (Sánchez, 2011), y es esta posibilidad de compenetración con su público una de las razones por las que una caricatura política puede ser exitosa, ya que es en la mayoría de las ocasiones una representación gráfica y cómica de la opinión del lector respecto de algún asunto. Esto debido a que la caricatura política por lo general responde también a la línea editorial de la publicación en la que se exhibe y que es compartida, en teoría, por el consumidor final, que decide abrir sus páginas y contar con una visión de las cosas que, de antemano sabe, tendrán un ángulo de visión similar al que él tiene. Es por ello por lo que el lector de un diario determinado podría o no estar de acuerdo con el humor que se maneja por parte de los caricaturistas de otro diario con una línea editorial distinta al de su diario preferido.

La caricatura política en México

La caricatura política en México cuenta con una gran tradición que ha recorrido prácticamente toda la historia del país, incluso desde su propio origen como nación. Así, identificamos como la primera caricatura política la publicada en 1826 en el periódico *Iris*, elaborada por Claudio Linati, en la que realizaba una crítica a la tiranía (Ayala, 2010) (Imagen 1).

Imagen 1



Fuente: Claudio Linati. Sin título (La Tiranía), 1826.

El inicio de estos también llamados “cartones” políticos en México puede ser identificado en el siglo XIX, caracterizado por ser crítico, y más tarde en 1847 alcanzaría su mayor profesionalización con la publicación del periódico *El Calavera*, el cual contaba con una tendencia antiimperialista y cuyo responsable de su publicación era anónimo (Martínez, 2014).

Durante la dictadura de Antonio López de Santa Anna se registró una casi nula libertad de imprenta, motivo por el cual la caricatura política de esa época, aunque existente, carecía de autores y registros confiables debido a que los caricaturistas de aquella época no firmaban sus trabajos. Dicha situación cambiaría en el gobierno encabezado por Benito Juárez, ya que se permitió una mayor libertad de expresión en los medios impresos, propiciándose la aparición de periódicos y revistas como *La Orquesta* (1861-1877), que dio cabida a los trabajos de Constantino Escalante, Santiago Hernández, Alejandro Casarín, Jesús T. Alamilla y José María Villasana, quienes sí firmaron sus dibujos, por lo cual son considerados como los “padres de la caricatura mexicana” (*La gráfica inteligente*, 21 de noviembre de 2008).

La caricatura política se ha presentado también en el formato de historieta o tiras cómicas para lograr su objetivo informativo y humorístico. En México las primeras historietas de este tipo aparecen en la revista *El Ahuizote*, que se publica de 1874 a 1876 (Aurrecochea, 1988). Se habla incluso de que sería por parte del mexicano Eduardo del Río, “*Rius*”, la creación del libro-historieta, que contiene no sólo historietas políticas, sino el desarrollo de temas diversos por medio de caricaturas (Falcón, 2017).

A lo largo de la historia de México, luego de la aparición de la imprenta, la caricatura periodística ha sido un permanente elemento que acompaña a la noticia o el artículo de opinión, con mayor o menor influencia y producción, pero siempre presente.

El porfiriato fue una época en que la caricatura política continuó a pesar de la censura que existía por parte del gobierno. Dicha censura llevó a la desaparición de revistas de humor político como *El Ahuizote*; sin embargo, estas medidas represivas, si bien no impulsaron el crecimiento que en años anteriores había tenido, no terminaron con la caricatura política. Existieron diversos “moneros” que tenían su propia visión de los acontecimientos: destacamos a José Guadalupe Posada, quien además de caricaturista era grabador y muchos de sus trabajos son piezas culturales reconocidas.

Diego Rivera (1930) señala lo siguiente sobre Guadalupe Posada:

[...] analizando la labor de Posada puede realizarse el análisis completo de la vida social del pueblo de México. Su buril agudo no dio cuartel ni a ricos ni a pobres; a unos les señaló sus debilidades con simpatía y a los otros, con cada grabado, les arrojó a la cara el vitriolo que corroyó el metal en que Posada creó su obra.

En esta época también se crearon las primeras revistas dedicadas al humor y la crítica de la situación política y social, algunas de ellas fueron: *El Hijo del Ahuizote*, *Mefistófeles*, *Don Quijote* o *El Ahuizote Jacobino* (Mireles, 2013).

Pero las críticas no eran sólo para el gobierno de Díaz sino también para opositores a éste. Las burlas a Francisco I. Madero son de las más recordadas entre los estudiosos de la caricatura política y los

caricaturistas más destacados en ello fueron el propio José Guadalupe Posada, Atenedoro Pérez y Soto, Canta, Santiago R. de la Vega, Clemente Islas Allende, El Vale Panchito y las hojas volantes de Vanegas Arroyo, y Ernesto García Cabral desde *El Ahuizote* y *Multicolor* (Saborit, 2013) (Imagen 2).

En 1924, con Plutarco Elías Calles como presidente, reinició la censura, pero como siempre, algunos caricaturistas lograron sortearla para continuar con su trabajo, ejemplo de ello fue el caricaturista Juan Arthenack, quien ejerció la crítica desde las páginas de *Tu-Tan-Kamen* y José Clemente Orozco, quien lo hizo en *El Machete* (*La gráfica inteligente*, 21 de noviembre de 2008).

Más adelante, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, se toleraría la crítica y los caricaturistas podrían trabajar sin complicaciones mayores; sin embargo, durante el gobierno de Ávila Camacho, a partir de 1940, se crearía la empresa Productora e Importadora de Papel, S.A.

Imagen 2



Fuente: “Nupcial”, Santiago R. de la Vega, Multicolor [Leyenda: “¡Al fin solos!”] Instituto Nacional de Antropología e Historia, Biblioteca Orozco y Berra, Departamento de Investigaciones Históricas.

(PIPSA), de control gubernamental y que daría al ejecutivo federal un mayor control sobre los medios impresos, debilitando las revistas de humor político y provocando la migración de los caricaturistas a las revistas y periódicos (*La gráfica inteligente*, 21 de noviembre de 2008).

En 1956, Abel Quezada marcaría una época ya que, además de crear personajes como “*el Tapado*” que serían críticos con el régimen priista, realizaría dibujos tan sencillos que, como él mismo dice, no podría ser considerado como caricaturista, con lo que recalca la idea de que el mensaje sería más importante que la forma y que cualquier buena idea puede ser un cartón político sin importar la calidad de los trazos (Lino, 2014).

Se marcaría de este modo el inicio de una tradición de humor político en México que llega hasta nuestros días de la mano de diversos caricaturistas muy conocidos y que han creado estilos de trazo propios, unos más elaborados que otros, pero siempre buscando ir más allá de la simple burla a las características físicas del personaje al que aluden.

Después de varios años de que no existiera una revista de humor político que tuviera cierta trascendencia, surge en 1968 la revista *La Garrapata*, bajo la dirección colectiva de cuatro caricaturistas: AB, Helio Flores, Naranjo y *Rius* (Mireles, 2013), considerada la primera revista de humor político del México posrevolucionario.

La situación con la caricatura política no ha variado mucho a partir de los gobiernos de Miguel de la Madrid hasta nuestros días, sobre todo con la participación estable y constante de caricaturistas en diversos periódicos y revistas y, de manera mucho menos numerosa, la creación y término de diversas revistas dedicadas exclusivamente al humor político como *El Bisnieto del Ahuizote*, *La Pistola*, *El Chahuistle* o *El Chamuco*. Podemos mencionar a diversos caricaturistas destacados en estos últimos lustros, algunos de ellos: *Rius*, Beltrán, David Carrillo, “*el Nene*”, Castrux, Juan Ramírez, Héctor Valdés, Berber, Sergio Aragonés, W. Martínez, Carlos Dzib, Helioflores, Heras, AB, Naranjo, Vic, Matz, Ruizte, Rossas, Vázquez Lira, Iracheta, Magù, Marino, Borja y Ram, *El Fisgón*, Hernández, Helguera, entre otros.

La trascendencia de la caricatura política en México ha sido de tal magnitud que el 19 de marzo de 1987 se funda el Primer Museo de la Caricatura Mexicana, ubicado en la calle de Donceles, en el ex Colegio

de Cristo, donde se alojan obras de la mayoría de los caricaturistas mexicanos actuales, réplicas de caricaturas y de dibujantes de principios del siglo xx, así como ejemplares de revistas como *El Ahuizote*, *El Colmillo*, *La Orquesta*, entre otras (Mireles, 2013).

El meme

En cuanto al meme, es importante también revisar su origen y desarrollo, el cual es evidentemente más reciente que el de la caricatura política y se basa en la utilización de las nuevas tecnologías de información y comunicación no sólo para su creación, sino para su distribución, marcando así diferencias con la caricatura desde su origen.

El desarrollo del meme en general se da a partir de la masificación de las redes sociales a través, primero, de las computadoras y después con la llegada de los teléfonos inteligentes. Una primera y muy sencilla definición del mismo sería que son “Piezas verbo-visuales surgidas en la cultura digital y que pretenden la risa de sus receptores” (Ballesteros, 2016: 24).

La propia palabra *meme* encierra una evolución del término “memética”, mezcla de las palabras “memoria” y “mimesis” (imitación). La memética tiene su origen en la teoría darwiniana de la evolución y el término es mencionado por primera vez por el biólogo evolutivo y divulgador científico Richard Dawkins en su libro *El gen egoísta* (1976), para referirse a las unidades culturales perdurables que son transmitidas de generación en generación en grupos humanos. El meme para Dawkins sería entonces cualquier elemento dentro de una cultura que se replica en el interior de esta misma unidad cultural. Por ejemplo, podríamos hablar de una forma de bailar: los pasos que se siguen cuando se baila la “Macarena”, muy conocida por todos, o los refranes (Martínez R., 2014).

A pesar de su contemporáneo génesis, el meme que reconocemos en las redes sociales no cuenta con el suficiente estudio. Para Shifman (2013): “la atención prestada al análisis de memes ha sido escasa, a pesar de que éstos se han convertido en un código de comunicación continuo, cotidiano y universal”. Sin embargo, todo indica que sus

antecedentes serían los “emoticones” o “smileys”, que son “caritas” representando diferentes emociones como felicidad, tristeza, sorpresa, entre otras, muy utilizadas en mensajes de texto, al ser un complemento que da mayor sentido o complementa lo que se busca transmitir en dicho mensaje.

Con la posibilidad de enviar archivos de imagen dentro de los mensajes de texto, los usuarios, con ayuda de editores de imágenes, comenzarían a crear y enviar sus propios emoticones. Cuando uno de estos emoticones tiene aceptación entre los usuarios de la red social, éste puede ser reenviado en innumerables ocasiones, volviéndose cada vez más popular. Podemos decir que este éxito es muestra de que dicha imagen es una unidad cultural que tiene sentido y que por ello es replicada dentro de un grupo social, tal cual sucede con el meme de la teoría darwiniana.

El meme en internet, imagen a la que se sobrepone un texto, aparece entre 2000 y 2002, cuando surge “ya de manera identificable, plenamente reconocida, esta unidad cultural con este formato, que ya es replicada” (Martínez, 2014). Esto acompañado de la posibilidad de que cualquier usuario pueda acceder no sólo a editores de imágenes muy sencillos que le permiten personalizar los memes ya conocidos, sino incluso crear sus propios memes, llegando a existir aplicaciones cuya única función es la creación de éstos.²

Pero el meme no sólo tiene la finalidad de causar risa, sino que pueden ser utilizados con finalidades diversas como felicitar a alguien, buenos deseos, frases o datos interesantes. Sin embargo, su vertiente humorística es la de mayor éxito y por ende la más reconocida, tanto que al decir “meme” de inmediato se le relaciona con frases y/o imágenes cómicas. Se dice incluso que: “se perciben como píldoras de bienestar, en tanto son breves estímulos cómicos que pretenden provocar la risa o, al menos, una sonrisa. Acciones ambas placenteras y sanadoras” (Urroz, 2005, p. 11), y dentro de esta vertiente humorística encontramos de cualquier temática: deportes, espectáculos, sociedad,

² De acuerdo con E. Ballesteros (2016), existen Apps que permiten crear memes en segundos, a través de un banco de imágenes pre-determinado, entre las más usadas se encuentran: ‘Memedroid’, ‘Diseño de Memes’, ‘Meme Producer’, ‘Meme Factory’, ‘Meme Generator’ y ‘GATM’.

política, entre otros; sobre todo sucesos de actualidad pueden ser utilizados como base para su creación.

Definimos entonces de manera más precisa al meme como: una composición verbal o verbo-visual, de naturaleza digital que se transmite por la red, siendo susceptible de evolucionar a medida que viaja y es compartida virtualmente.

Cabe señalar que se pueden distinguir dos tipos de meme de acuerdo con su presentación: el estático y el dinámico, señalando a los primeros como aquellos que utilizan la imagen fija, y los segundos como aquellos que se valen de pequeñas animaciones o videos que pueden o no incluir audio. Sin embargo, para los fines de esta investigación, nos referimos únicamente a los estáticos, los cuales, debido a sus escasos requerimientos de producción y distribución, son los más populares.

El meme político

Curiosamente, a pesar de tener una vigencia y alcances territoriales muchas veces limitados, el meme político resulta ser de lo más exitoso, sobre todo en momentos en que la política pareciera importar a todos los habitantes de una localidad o nación, ya sea porque surge algún “escándalo político”³ o porque son vísperas de comicios. Destaca que durante las pasadas campañas presidenciales su manifestación fue “intensísima”, particularmente en contra del entonces candidato Enrique Peña Nieto, de los cuales hay colecciones completas (Martínez, 2014) (imágenes 3 y 4).

Del meme político se señala que no sólo es el tipo más popular, sino que incluso y debido a ello está siendo parte de la estrategia en momentos de campaña electoral (Molina, 2016) por parte de los equipos de uno u otro candidato o partido político y no sólo para atacar de manera burlesca al contrincante, sino incluso para aumentar las menciones del propio candidato en las redes sociales al convertirse en el tema central de un meme popular (Villalobos, 2017).

³ J. B. Thompson se refiere al escándalo como: “acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública” (2001: 32).

Imágenes 3 y 4



El atractivo del meme político radica no sólo en su rápida distribución y el prácticamente nulo costo del mismo, sino al alcance que, potencializado con el acceso de gran parte de la población mexicana a un gadget con conexión a redes sociales como puede ser un teléfono inteligente, computadora, laptop, tablet o incluso las smart tv, han logrado que éste sea más popular que un chiste político y que uno de cada tres mexicanos haya visto un meme de contenido político en las últimas horas.⁴

A este fenómeno de rápida distribución del meme se le ha llamado viralidad⁵ y es utilizado para cualquier información transmitida a través de internet y en específico de redes sociales. Entre más viral es un meme, más reenvíos tiene y su distribución crece exponencialmente. Además, el hecho de que el meme tenga un autor anónimo que puede ser cualquier ciudadano común, le otorga una gran credibilidad al mensaje de éste (Villalobos, 2017). Sobra decir entonces que la viralidad y credibilidad es algo muy atractivo en el campo electoral político donde la popularidad o descrédito de sus participantes suele definir el resultado de la elección.

⁴ La encuestadora Consulta Mitofsky señala que el chiste político común tiene un alcance del 32% de la población, mientras que el meme político llega a 33.10% (Albarrán, 2016).

⁵ Aunque es un término no reconocido por la RAE, en las redes sociales “viralidad se refiere a aquel contenido que, difundido a través de internet, alcanza una alta cantidad de visitas en un corto espacio de tiempo” (Romero, 2017).

El meme y la caricatura

Tanto la caricatura como el meme políticos comparten las características de lo que Rosenkranz (1853) llama caricatura personal o sátira personal, tendientes ante todo a ridiculizar al contrario, aquel que representa las ideas antagónicas a la postura del creador. Todo esto, según el mismo autor, en demérito de las cualidades artísticas que serían sólo las suficientes para plasmar el mensaje que se busca difundir. Esto último, en el caso del meme político, sería aún más acentuado debido a la nula o casi nula exigencia que el medio hace al creador del mismo respecto de sus habilidades artísticas.

Podemos notar entonces ciertas características similares y diferencias entre la caricatura política y el meme político. En la Tabla 1, en la que se enlistan cada una de estas características, se pueden clarificar y comparar.

Podemos ver que meme político y caricatura política tienen diferencias en lo técnico, pero no en su finalidad. Persiguen el mismo objetivo, pero mientras la caricatura lo hace con las herramientas que tenía en el momento de su origen, el meme lo hace adaptado ya a las nuevas tecnologías, con las ventajas y características que ello conlleva.

Esta diferencia nos permite señalar que, aunque ambos conceptos podrían encerrarse en la teoría de la comunicación de masas, existen diferencias que colocarían al meme en una nueva categoría comunicacional propuesta por Miquel Rodrigo Alsina (2001), la “comunicación mediada” y que marca una separación de la clásica teoría de comunicación de masas pero partiendo de ella. El autor señala las siguientes características como propias de la comunicación mediada:

- Intervención tecnológica. El sujeto enunciador presenta siempre múltiples rostros.
- La producción del mensaje es estandarizada y obedece a sus propias reglas, a menudo independientes de los otros elementos del proceso comunicativo.
- El medio crea sus propios tiempos y espacios.
- Hay una clara separación entre los sistemas de producción y los sistemas de recepción; el primero de ellos se halla vinculado

Tabla 1

<i>Característica</i>	<i>Caricatura política</i>	<i>Meme político</i>
Factura o elaboración	Es elaborada por caricaturistas profesionales que laboran para uno o varios medios impresos como periódicos o revistas.	Puede ser elaborado por cualquier persona que tenga acceso a internet ¹ por medio de cualquier medio electrónico de uso personal como una computadora o un Smartphone. ²
Intención o línea editorial	A pesar de su espíritu libre, la caricatura debe adecuarse a ciertos lineamientos de la propia publicación ³ o puede ser censurada como ha sucedido en no pocas ocasiones.	Difícilmente el meme puede ser censurado o manipulado debido a que existen multiplicidad de foros, páginas o redes sociales donde puede ser difundido con el único filtro de su propio creador. ⁴
Elementos básicos	Imagen compuesta o caricatura y puede contener texto.	Texto, fondo y puede contener alguna imagen predeterminada u original. ⁵
Medios de distribución	Medios de comunicación impresos como periódicos, libros y revistas e internet a través de las versiones digitales con que cuentan algunas de estas publicaciones.	Medios de comunicación basados en internet cuyo funcionamiento se basa en la participación de los usuarios ⁶ como son foros, redes sociales y grupos de mensajería instantánea. ⁷
Alcances	Lectores de diarios y revistas, usuarios de versiones digitales de periódicos. El 55% de los mexicanos lee periódicos, el 38% revistas y el 16.6% historietas. ⁸	Usuarios de internet que visitan foros de humor y/o política, redes sociales y grupos de mensajería instantánea. El 57% de los mexicanos son usuarios de internet, de los cuales 79% usa redes sociales y 61% usa además mensajería instantánea. El 42% de los usuarios de redes sociales dice compartir memes. ⁹
Persistencia o vigencia	En medios impresos su vigencia puede ser de algunos días dado que los periódicos tienen una publicación y distribución diaria. En revistas pueden perdurar una semana, pero su vigencia dependerá de la propia vigencia de la situación a la que alude. Algunos cartones considerados históricos o artísticos son incluso piezas de museo.	Es variable debido al impacto o aceptación (reenvíos) que el mismo puede tener entre los usuarios. Su vigencia también puede verse afectada debido a la vigencia del asunto al que alude, aunque debido a que éste puede ser reutilizado de manera libre por los usuarios, suele haber casos en los que reaparezca para ser utilizado en un contexto diferente. ¹⁰
Producción	El número de caricaturas publicadas en el mejor de los casos es un cartón diario por caricaturista en activo en la prensa nacional.	Cualquier persona puede publicar el número que guste de memes. Se publican tantos memes diariamente que es imposible llevar un registro actualizado. ¹¹

Aspecto técnico y artístico	Requiere de un dibujante profesional o persona que conozca por lo menos los aspectos básicos para la creación de imágenes o dibujos. Puede llegar a tener valor artístico.	Cualquier persona sin importar su preparación puede realizar un meme siempre y cuando tenga acceso a un gadget o computadora y conocimiento básicos en su manejo. ¹²
-----------------------------	--	---

Notas: ¹ “La posibilidad de realizar un nuevo meme o de transformar uno existente con un texto propio son de una facilidad pasmosa” (Martínez, 2014).

² O. Islas afirma que: “La aparición del término ‘prosumidor’ implica asumir que cualquier usuario de las nuevas tecnologías puede, simultáneamente, desempeñar un doble rol: productor de contenidos y consumidor” (2008: 35-36).

³ Fernández (2015), asevera que: “Caricaturista y periódico le imprimen una visión e intención al suceso tratado en cuestión y lo adecuan también al público asiduo de la publicación”.

⁴ Villalobos (2017) opina que: “En términos de credibilidad el anonimato es más efectivo, ya que no es lo mismo que lo publique una empresa, pues eso le resta un valor social”.

⁵ Ballesteros (2016) dice que: “...su composición combina una imagen —fotografía o dibujo—, sobre la que se inserta un texto, aunque de forma menos frecuente se pueden también encontrar memes exclusivamente textuales o visuales”.

⁶ Por su parte García (2014) comenta que: “Gracias a la capacidad de internet de transmitir información de forma casi instantánea y precisa, estos memes pueden difundirse masivamente, principalmente por páginas de redes sociales y para compartir archivos como Facebook, 9gag, Tumblr, Youtube, etc.”.

⁷ Martínez, R. (2014) declaró que: “La información en el meme es mucho más compacta. Son paquetes que contienen sentir y significado, y pueden ser replicados de manera muy sencilla. En redes sociales es muy fácil hacerlo, basta darle donde dice compartir”.

⁸ Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015.

⁹ Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2016.

¹⁰ García (2014), comenta que: “Muchas veces las frases o lemas que contienen y las caracterizan, son adoptadas por algunos usuarios de internet, quienes empiezan a utilizarlas de forma regular en sus conversaciones en la Red”.

¹¹ Ballesteros (2016) agrega al respecto: “Efectivamente, el acceso a las tecnologías móviles y el acceso a sus múltiples aplicaciones facilitarían ‘presuntamente’ una democratización en la producción y distribución de ocurrencias satíricas, resonancias informativas, etc.”.

¹² Ballesteros (2016) “...se identifican piezas diseñadas desde aplicaciones gratuitas y disponibles on-line. Apps que permiten crear un meme en segundos haciendo uso de un banco de imágenes predeterminado (generalmente fotografías de famosos), al que se inserta un texto”.

Fuente: cuadro comparativo, elaboración propia.

a las industrias culturales, mientras el segundo conforma las prácticas comunicativas cotidianas en una sociedad.

Mientras que la teoría de la comunicación de masas introduce los medios de la comunicación masiva a las teorías comunicativas, señalando que un mismo mensaje ahora puede ser enviado a una gran cantidad de receptores de manera simultánea e indiscriminada, la teoría de la comunicación mediada da un paso adelante en la misma dirección, la de la posibilidad de diversos emisores, muy cercana al anonimato que permiten las nuevas tecnologías, la producción estandarizada de mensajes que se ha llevado a niveles muy altos con las redes sociales que presentan reglas de publicación de mensajes tendientes precisamente a estandarizarlos, o las propias aplicaciones para crear memes que presentan plantillas o diseños preestablecidos y la característica de que la recepción de los mensajes se vuelve una práctica comunicativa cotidiana en la sociedad, lo cual es innegable con la llegada de las tecnologías de la comunicación derivadas del uso del internet.

Meme político, relevo de la caricatura política

Retomando la anterior tabla, se puede afirmar que tanto el meme como la caricatura revitalizan la política, acercando a la ciudadanía en mayor o menor grado al debate público y político, volviendo divertido algo que muchas veces se considera aburrido y de poco interés,⁶ aunque será responsabilidad del usuario o el lector que los mensajes recibidos a través de estos medios se queden en la trivialización de fenómenos políticos trascendentes o sean el punto de partida para un análisis más profundo del tema político que trata.⁷

⁶ Para el 60.7% de los jóvenes mexicanos la política es poco o nada importante y para el 100% de los encuestados la política está en el último rubro de sus intereses (Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012, 2012).

⁷ Sobre la caricatura política Rogelio Naranjo señala: “Es, sobre todo, una búsqueda de la verdad. Sería muy poco humilde si creyera que todo lo que hago le está abriendo los ojos a mucha gente” (Argüelles, 2016).

El meme presenta características que le otorgan una mayor fuerza de impacto y credibilidad que la caricatura política.⁸ Características comunes a la información distribuida a través de las redes sociales como son la viralidad, inmediatez y posibilidad de cierto anonimato para sus autores, son propias del meme y son tres grandes avances con relación a la caricatura política.

El génesis del meme será la gran diferencia con la caricatura política, pues no se necesita ser un profesional para su creación y menos aún para su distribución,⁹ además de que no se requiere de tener acceso a grandes editoriales con los costos que ello acarrea. Es, en el sentido amplio de la expresión, un medio de comunicación al alcance de cualquier usuario de las NTIC's que no hace ninguna distinción por género, edad, clase social, religión e ideología política, reflejando de manera natural una pluralidad de ideas¹⁰ y lo que se puede incluso llamar una democratización real de la información:¹¹ "...las personas son ahora capaces de cambiar de un consumo pasivo de la cultura a una producción cultural activa. No es la industria de la cultura de masas la que crea los memes de internet, sino los usuarios (García, 2014: 4).

El anonimato posibilitado en la creación y distribución de los memes proporciona niveles de libertad de expresión mayores que los otorgados a la prensa en periódicos y revistas que tanta censura han sufrido en todas sus secciones, en especial la que toca temas políticos, siendo parte de ésta la caricatura.

⁸ Al respecto de la pertinencia del meme, Villalobos (2017) afirma que: "El Meme no tiene límite, es una evolución de la comedia política. Si el mensaje es ambiguo no funciona y tiene que darse en el momento correcto. Podrían torcer al electorado".

⁹ El monero Alarcón dice que "Los memes son la gran competencia que tenemos los moneros; creo que vamos a terminar compitiendo con éstos. Tardamos un día en hacer una caricatura y cuando se publica al siguiente día ya se hicieron veinte memes sobre el tema que abordamos" (véase en Martínez, 2014).

¹⁰ Por medio del meme "todo mundo puede caricaturizar la vida y la política de manera compartida y colectiva, como de hecho se hace haciendo gala de creatividad, dinamismo y también expresión emocional y crítica social" (Fernández, 2015: 11).

¹¹ Ballesteros (2016) señala "...ahora el humor gráfico propuesto dejaría de ser un patrimonio exclusivo de aquellos profesionales. Efectivamente, el acceso a las tecnologías móviles y el acceso a sus múltiples aplicaciones facilitarían 'presuntamente' una democratización en la producción y distribución de ocurrencias satíricas, resonancias informativas, etcétera".

En el caso del meme político resulta muy difícil identificar el origen de un meme además de que sería inútil tratar de detener su distribución atacando su fuente original, debido a que cuando éste ya ha sido enviado a las redes sociales, su reenvío haría crecer exponencialmente el número de fuentes secundarias, creando una red de distribución casi imposible de detener.

Es así como el anonimato sumado a la viralidad serán las características que otorguen ventaja significativa al meme sobre la caricatura política tradicional. Este tipo de distribución masiva le dará al meme no sólo un gran alcance en el número de usuarios a los que llevará su mensaje sino, además, la posibilidad de que, según sea la pertinencia del tema, éste pueda perdurar por tiempo indefinido, es decir, retomado en cualquier momento que el panorama noticioso lo amerite. Por el contrario, la caricatura política tradicional estará supeditada a su pérdida en la mayoría de las publicaciones cuando aparezca la nueva edición, lo cual puede ser de un día a otro en el caso de los diarios.

En este sentido hay que señalar también que si las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, no sólo internet, sino la radio y la televisión, han mermado el consumo de los medios escritos, la caricatura política ubicada dentro de diarios y revistas ha sufrido también una debacle.¹² Por otro lado, el meme no sólo no combate sino que se origina a partir del uso de internet, contando como ya se mencionó, con todas las ventajas que éste tiene y sin encontrar de momento un contendiente de humor político que cuente con sus mismas o superiores características tecnológicas.

Conclusiones

A pesar de los avances tecnológicos, la caricatura política cuenta con un respaldo histórico que le da prestigio y que la convierte no solamente en un medio de comunicación vigente,¹³ sino en referente de

¹² Sánchez hace la observación de que "...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" (2011: 3).

¹³ Fernández menciona al respecto: "Lo importante y curioso es que sobrevive y mantiene dinamismo y fuerza pese a que otros medios de comunicación, más allá de

sucesos del pasado formando prácticamente una crónica del quehacer político y social de toda sociedad que cuente o haya contado con una industria de diarios, lo cual es común en todas las ciudades de México y del mundo, llegando a poder ser revisados no sólo en museos sino en centros académicos y culturales a través de las hemerotecas.

El valor de la caricatura política y sus creadores radica precisamente en las desventajas ya mencionadas ante el meme, puesto que la censura, la persecución, las dificultades técnicas y el dominio del dibujo a niveles de arte pictórico impregnan a este medio de expresión de un halo de valentía y rebeldía muchas veces señalada como actos de heroicidad, llevando a sus producciones a ser consideradas parte de la cultura popular y política y que sólo el tiempo dirá si llegará el momento en que sólo sean piezas de museo.¹⁴

El meme político representa un pase de estafeta claro de la caricatura política llevada a las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC's) en las que cualquier persona que acceda a dichos medios puede convertirse no sólo en consumidor de los mismos sino en productor de contenido, diferencia clara entre los antiguos lectores de los diarios y los nuevos usuarios de las NTIC's. Meme y caricatura política coinciden en su intención, pero el meme va más allá en su alcance, acceso, distribución y vigencia e incluso avanza en lo que ya desde el siglo XIX Rosenkranz (1853) delimitaba como características propias de lo que denominó caricatura personal, señalando que además del tono áspero, estridente y prosaico, se repiten trucos para exponer al adversario al ridículo y reducen al extremo el valor estético de este tipo de trabajos. Evidentemente el autor no conocía los aún inexistentes memes políticos, pero resulta obvio que lo que describía encaja con las características de éste.

Podemos concluir que la tecnología beneficia la creación y distribución de los memes, sin embargo, luego de haber revisado la evolución de la caricatura política, nos preguntamos si acaso podemos

la prensa escrita, parecen haber cobrado auge y ser más populares, desde la televisión pasando por el internet" (2015: 11).

¹⁴ Alarcón observa que: "El meme maneja un humor inmediato, pero carece del contenido, que es la carnita de la caricatura. También carece del contexto con que los caricaturistas estamos comprometidos. Hay muchas diferencias: no hay memes dibujados. El día que sean dibujados ya nos fregaron" (en Martínez, 2014).

colocarlos en una competencia frente a frente, o debemos verlos como nuevos aliados en el mismo objetivo crítico de lo social y lo político.

Prevedemos que la caricatura seguirá abriéndose paso ante los nuevos retos como lo ha hecho históricamente con su carácter mítico casi heroico y su valor técnico incluso artístico, mientras que el meme continuará creciendo cuantitativamente utilizando la tecnología a su favor y dando la oportunidad a cualquier persona de convertirse en un crítico de la realidad política, social o cultural.

Bibliografía

Albarrán, E. (5 agosto 2016). Vio un meme político 1 de cada 3 mexicanos. *La Razón de México*. En <https://www.razon.com.mx/vio-un-meme-politico-1-de-cada-3-mexicanos/>

Argüelles, J. (2016, 25 de noviembre). La caricatura y la búsqueda de la verdad. *La Jornada Semanal*. Recuperado de <http://semanal.jornada.com.mx/2016/11/25/la-caricatura-y-la-busqueda-de-la-verdad-7274.html>

Aurrecochea, J.M. y A. Bartra (1988). *Puros cuentos. La historia de la historieta en México 1874-1934*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de Culturas Populares/Grijalbo.

Ayala, F. (2010). La caricatura política en el Porfiriato. *Estudios Políticos*, 9(21), septiembre-diciembre, 63-82. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Ballesteros, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 35, septiembre-diciembre, 21-45.

Castañó, C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *CES Psicología*, 6(2), julio-diciembre, Colombia: Universidad CES. Medellín.

Central interactiva (29 de julio de 2017). Ya se leen más periódicos digitales que impresos. Recuperado de <http://centralinteractiva.com.mx/Articulo/Ya-se-leen-mas-periodicos-digitales-que-impresos>

- Contie, A. (12 de julio de 2016). Uno de los creadores de 'Know Your Meme' nos cuenta qué es exactamente un meme. *VICE*. Recuperado de <https://www.vice.com/es/article/9b7dk8/know-your-meme-que-es-un-meme>
- El Financiero* (2 de mayo de 2016). ¿Quién es quién en digital? Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/quien-es-quien-en-digital.html>
- Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015. En <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/graficas-sobre-cuanto-y-que-lee-mos-los-mexicanos.html>
- Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012 México (IMJUVE-III, UNAM) (2012). Área de Investigación Aplicada y Opinión. Encuesta nacional en vivienda de 5,000 casos. En https://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/ENVAJ_2012.pdf
- Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2016. En <http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2016/03/IABMX-ECMYD2016.pdf>
- Falcón, A. (prod.) y Casas, A. (dir.) (2017). Rius, para principiantes (documental). México: TV UNAM.
- Fernández, A. (2015). Caricatura política, razones y emociones. *Razón y Palabra*, 19(89), marzo-mayo. Estado de México: ITESM.
- García, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(6), marzo-agosto.
- Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *palabra Clave*, 11(1), 35-36.
- La gráfica inteligente* (21 noviembre 2008). La caricatura política en la historia mexicana. En http://graficainteligente.blogspot.mx/2008/11/la-caricatura-politica-en-la-historia_5999.html
- Lino, R. (19 mayo 2014). La obra de Abel Quezada: artista, pintor, dibujante y periodista. *El angelopolita*. Periodismo reflejante. México. En <http://www.elangelopolita.com/index.php/component/k2/item/39-la-obra-de-abel-quezada-artista-pintor-dibujante-y-periodista>
- Martínez, G. (25 de octubre de 2014). El cartón político: un futuro incierto. *El Universal*. Recuperado de <http://confabulario.eluniversal.com.mx/el-carton-politico-un-futuro-incierto/>

- Martínez, R. (8 de julio de 2014). El significado cultural del meme se propaga con el relajo cibernético. *La Jornada*. En <http://www.jornada.unam.mx/2014/07/08/cultura/a07n1cul>
- Mireles, S. (13 octubre 2013). La caricatura en México. *La Voz del Norte*. México. En <http://www.lavozdelnorte.com.mx/semanario/2013/10/13/la-caricatura-en-mexico/>
- Molina, D. (11 abril 2016). El meme político, lo más solicitado en las redes en las elecciones 2016. *SDPnoticias.com*. En <https://www.sdpnoticias.com/nacional/2016/04/11/el-meme-politico-lo-mas-solicitado-en-las-redes-en-las-elecciones-2016>.
- Portillo, F. (2002). *La caricatura periodística*. México: UNAM.
- Rivera, D. (1930). Introducción, Posada. *Monografía de 406 grabados de José Guadalupe Posada*, editores Frances Toor, Paul O'Higgins y Blas Venegas Arroyo. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Aldea Global.
- Romero, D. (11 de abril 2017). *Viralidad: ¿Qué es en el marketing y cómo sacarle provecho?* Blog de Inbound Marketing. En <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/viralidad-marketing-como-sacarle-provecho>
- Rosenkranz, K. (1853/2015). *Estética de lo feo*. Trad. Miguel Salmerón. Sevilla: Athenaica.
- Saborit, A. (9 febrero 2013). Antología de caricatura política. *Letras Libres*. México. En <http://www.letraslibres.com/mexico/antologia-caricatura-politica>
- Sánchez, G. (2011). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. *Razón y Palabra*, 16(78), Estado de México: ITESM.
- Shifman, L. (2013). *Memes in digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Urroz, T. (2005). Cómo reírse de una misma y no morir en el intento. *Dossiers Feministes*, 8, 7-14.
- Villalobos, M. (12 de marzo de 2017). *Meme político, un arma de doble filo*. *CRhoy.com*. En <https://www.crhoy.com/nacionales/meme-politico-un-arma-de-doble-filo/>