

# Formas simbólicas en la caricatura

## Dimensiones para representar la realidad

**The corporate identity image manual**  
*Importance, characteristics and function*



Presentación en Congreso:

**Mtra. Elsa Chávez Álvarez**

Licenciada en Comunicación por la BUAP, Maestra en Tecnología Educativa por UPAEP.

1er congreso de investigación en diseño gráfico. BUAP  
29 agosto 2019

ENVIADO 15-09-2019 ACEPTADO 04-11-2019 PUBLICADO 13-12-2019

### RESUMEN

El propósito del trabajo es analizar las formas simbólicas de imágenes icónicas, como la caricatura de crítica, publicadas por prensa escrita en México de enero a julio de 2019. Lo anterior bajo la Teoría de Representaciones Simbólicas (TRS), que considera desglosar tres dimensiones: formal, de significación y de contexto socio-cultural. El estudio tiene un diseño cualitativo, de tipo descriptivo, con muestreo no probabilístico por conveniencia, la técnica de investigación es la observación estructurada. Lo anterior, en orden de valorar el uso del lenguaje visual en los mensajes gráficos cuya intención es representar y criticar algún aspecto de la realidad.

### ABSTRACT

The purpose of this article is analyse the symbolic forms of iconic images such as opinion cartoon that appear in newspaper, specifically on January to July of 2019 in México, for that reason will be important to use the Teoría de Representaciones Simbólicas (TRS) so as to decompose in three dimensions: formal, mean and sociocultural context. This study is a qualitative and descriptive design, non-probabilistic sampling for convenience, technique used was structured observation in order to asses use of the visual language in graphic messages to represent and comment some aspect of the reality.

### Keywords

Visual image  
Opinion cartoon  
Teoría de representaciones simbólicas,  
Attractors  
Discourse

### Palabras clave

Imagen visual  
Caricatura de opinión  
Teoría de representaciones simbólicas  
Atractores  
Discurso

## INTRODUCCIÓN

El objeto de estudio de este trabajo forma parte de un proyecto macro de investigación que retoma no solo la parte de los mensajes visuales, sino que desglosa aspectos de significado, sentido y de los discursos de los participantes directos del fenómeno, que en este caso es el delito de robo de hidrocarburo en la región del estado de Puebla. Si bien es una investigación amplia, se reitera que aquí se abordará únicamente lo que concierne a mensajes visuales en forma de caricatura de prensa escrita que refieran el robo de combustible, lo anterior bajo el argumento de haberse convertido en un fenómeno social y, por tanto, una estructura donde se hace evidente el uso del lenguaje visual a través de formas que son reconocibles por el interpretante. De ahí que este objeto sirva para responder las cuestiones antes mencionadas sobre las formas simbólicas, su uso, importancia y colaboración para la configuración de un discurso del diseño en la caricatura.

## OBJETIVO GENERAL

Analizar las formas simbólicas de caricaturas en prensa que refieran un delito a través del desglose de sus dimensiones para ubicar los elementos formales del discurso del diseño en la caricatura.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Recopilar caricaturas de prensa que refieran el delito de robo de hidrocarburo de enero a julio de 2019 en México a través de una revisión en hemerotecas digitales para contar con un corpus de análisis.

- Evidenciar las dimensiones de las representaciones simbólicas en las caricaturas que refieran el robo de hidrocarburo en México mediante el desglose de formas, significación y contexto sociocultural para extraer sus componentes.
- Ubicar los elementos formales del discurso del diseño en la caricatura que refiere al delito a través de la categorización de los mismos para evidenciar el tejido discursivo del diseño.

## DESARROLLO

Se empleará el término delito como pretexto para mostrar la forma en que se configura un discurso en mensajes gráficos. Si bien el estudio del «delito» no es el punto más importante de la investigación sí corresponde a un aspecto de la realidad que es digno de valorar en términos de objetos de conocimiento, incluso desde el punto de vista comunicativo. No obstante, los aspec-

tos visuales en relación a este caso de estudio pueden considerarse como objetos de conocimiento también, ya que la realidad impacta la forma en que se construyen discursos, sin importar si estos son visuales o no.

El fenómeno llamado «*huachicol*» en México ha cobrado especial relevancia desde 2006, año en que Felipe Calderón asumió la presidencia de la república y que culminó en 2012, se dice que una de las razones para detonar la problemática fue la declaración de guerra contra el narcotráfico hizo el gobierno de ese entonces, pues la delincuencia organizada buscó otras formas para poder delinquir.

El término *huachicol* tiene origen náhuatl y significa *mezcla*, pero también puede relacionarse con una bebida adulterada, lo cual hace suponer una mezcla implícita entre estos; sin embargo, puede que no sea la mezcla natural obtenida del petróleo para generar la gasolina, sino que se habla de adulterar con otros componentes, hipótesis que no es crucial para este estudio. Ya en el contexto y tiempo actual este término implica referirse al robo de hidrocarburo.

Debido a este fenómeno el costo de la gasolina disminuyó considerablemente para el consumidor final, situación que en suma con las condiciones económicas que prevalecen en el país y el incremento constante en el precio del combustible, dispararon esta actividad.

Tan solo de 2006 al primer trimestre de 2016 el robo de hidrocarburo incrementó en un 666.66%, y durante 2015, según datos de la Gendarmería de la Policía Federal, los estados de la República Mexicana que presentaron mayor cantidad de tomas clandestinas fueron Tamaulipas con 884, Guanajuato con 883 y Puebla con 784; no obstante, para 2016, Puebla incrementó la cantidad en un 195%, pues se detectaron 1533 tomas de las que 352 se localizaron en el municipio de Tepeaca, 283 en Palmar de Bravo, 180 en Acajete y 118 en Acatzingo, solo por mencionar algunos municipios de dicho estado.

Lo anterior situó al Estado de Puebla como una región de gran afluencia en cuanto a robo de combustible, nombrando a esta región como el *triángulo rojo*, ya que es ahí donde se concentró la mayor parte de la actividad para extraer gasolina y diésel principalmente, aunque durante 2018 y 2019 se diversificó el hurto, incluyendo el gas.

Al tomar la presidencia Andrés Manuel López Obrador a finales de 2018, la estrategia de combate contra dicho delito se ha modificado, el tipo de mensajes alrededor de ello se centró en hacer de conocimiento público que el mayor porcentaje de robo no se daba en las tomas clandestinas de Petróleos Mexicanos (PEMEX), sino que provenía del interior de la misma organización, esto es con el consentimiento de algunos directivos. Así, las representaciones del delito cambiaron, lo cual se hará evidente en este proyecto conforme se avance en su análisis.

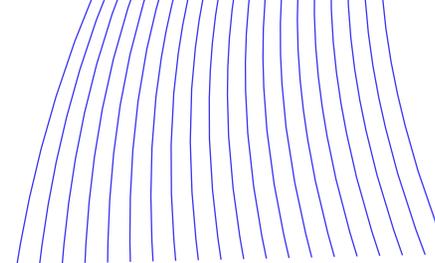
## 2.1 ACERCAMIENTO AL OBJETO DE ESTUDIO EN DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico ha sido abordado desde varias perspectivas que atañen a diversos ámbitos que corresponden a entornos artísticos, lingüísticos, de comunicación o incluso mercadológicos. Para fines de este estudio se relacionará al diseño por lo menos con dos de ellos, en orden de ubicar vínculos concretos que colaboren a los estudios formales del diseño. En este sentido, se pretende hacer un análisis de lo que implica la imagen desde el lenguaje y cómo este impacta en su valor comunicativo.

Partiendo por analizar etimológicamente el término «diseño», que en latín hace referencia a *seña*, *signa*, *signum*, señalar, señalar, señalar; al igual que la expresión «diseño», que en francés alude a *dessin* (dibujo) o *dessein* (diseño); mientras que en italiano *disegnare* del latín *designare* significa marcar, dibujar, designar, elegir, identidad o elección de signos; mientras que en inglés diseño se traduce como *design*, por mencionar solo algunos ejemplos. En el mismo tenor está la palabra «gráfico» que, de acuerdo con Gibson (citado en Bañuelos, 2006, p. 239), «es el trazo que deja el hombre como una huella, sobre una superficie como una forma estática, que permanece, para mostrar así el gesto de ese trazo, el movimiento de dicho trazo en una huella». Por tanto, diseño gráfico refiere a un signo que prevalece en una superficie, sin importar si la naturaleza es digital, tangible, visual, auditiva o incluso audiovisual.

Si el diseño gráfico implica signos se habla de semiótica y ello involucra entonces sistemas de signos y, por tanto, la lengua. Si ésta corresponde a un código compartido, las maneras de utilizar ese código refieren al lenguaje, es decir, formas individualizadas que cada quien tiene para emplear o combinar signos, de tal forma que el fin concreto del lenguaje y de los signos, según San Agustín, es enseñar y comunicar. Al converger el lenguaje en distintas modalidades (oral, visual, audiovisual, etc.) y a su vez el diseño gráfico se sirve de él, entonces este tiene el firme objetivo de dejar una huella en un soporte para que enseñe y comunique, con independencia de la técnica, soporte, canal o participantes de la comunicación; aunque se precisa que no por ello se deben olvidar las estrategias particulares para cada mensaje gráfico o para cada público.

Es a partir de lo anterior que emerge la necesidad de reflexionar sobre el sistema de signos empleados en el diseño gráfico que, dicho sea de paso, no solo son visuales, sino también pueden ser lingüísticos, aunque es de reconocer que existe un predominio del primero, y es ahí donde cabe el análisis respecto a los signos visuales. En orden de explicar lo que es el signo y luego lo que atañe a lo visual, se rescata la aportación de Charles Sanders Peirce, quien define al signo como «*something wich stands to somebody form something in some respect or capacity*» (Collected Papers, 2.228); lo cual implica un algo, es decir, la representación que



está para alguien, quien es el interpretante a partir de un algo que es el objeto de la realidad que se representa. Se habla así de relaciones signícas que en el diseño convergen a través de la imagen, que es el signo por excelencia que se emplea en él. Resulta preciso ahondar en la naturaleza ontológica de la imagen, que de acuerdo con Dussel (2005):

«La imagen no es un artefacto puramente visual, puramente icónico, ni un fenómeno físico, sino que es la práctica social material que produce una cierta imagen y que la inscribe en un marco social particular. La pintura, el cine, la fotografía, la televisión, y todos los otros géneros que podamos considerar "visuales", siempre involucran a otros sentidos, pero sobre todo a creadores y receptores, productores y consumidores, y ponen en juego una serie de saberes y disposiciones que exceden en mucho a la imagen en cuestión». Lo expresado por Dussel considera que existe una tipología de imágenes que van de lo visual a lo mental; incluso Magariños (2001) refiere que existen imágenes mentales, imágenes perceptuales o visuales. Para este trabajo será indispensable valorar la forma en que una imagen mental genera una visual y cómo a partir de una visual se genera una mental. Si bien lo anterior parece una aporía (laberinto sin salida), se pretende establecer más bien una relación de círculo virtuosos en la medida que pueda comprenderse la relación e implicación de una con otra, incluso la concepción que Peirce tuvo del signo posibilita el reflexionar sobre dicha clasificación de imagen que, aunque no es la única, la aquí expuesta es la más cercana a lo que se desarrollará posteriormente. La imagen material visual se concibe como:

(algo *-something*) una propuesta de percepción visual, (que está en alguna relación *-which stands... in some respect or capacity*) considerada como representación, (por algo *-...for something*) destinada a la configuración de una forma, (para alguien *-to somebody*) para su valoración por el perceptor (Magariños, 2001, p. 297)

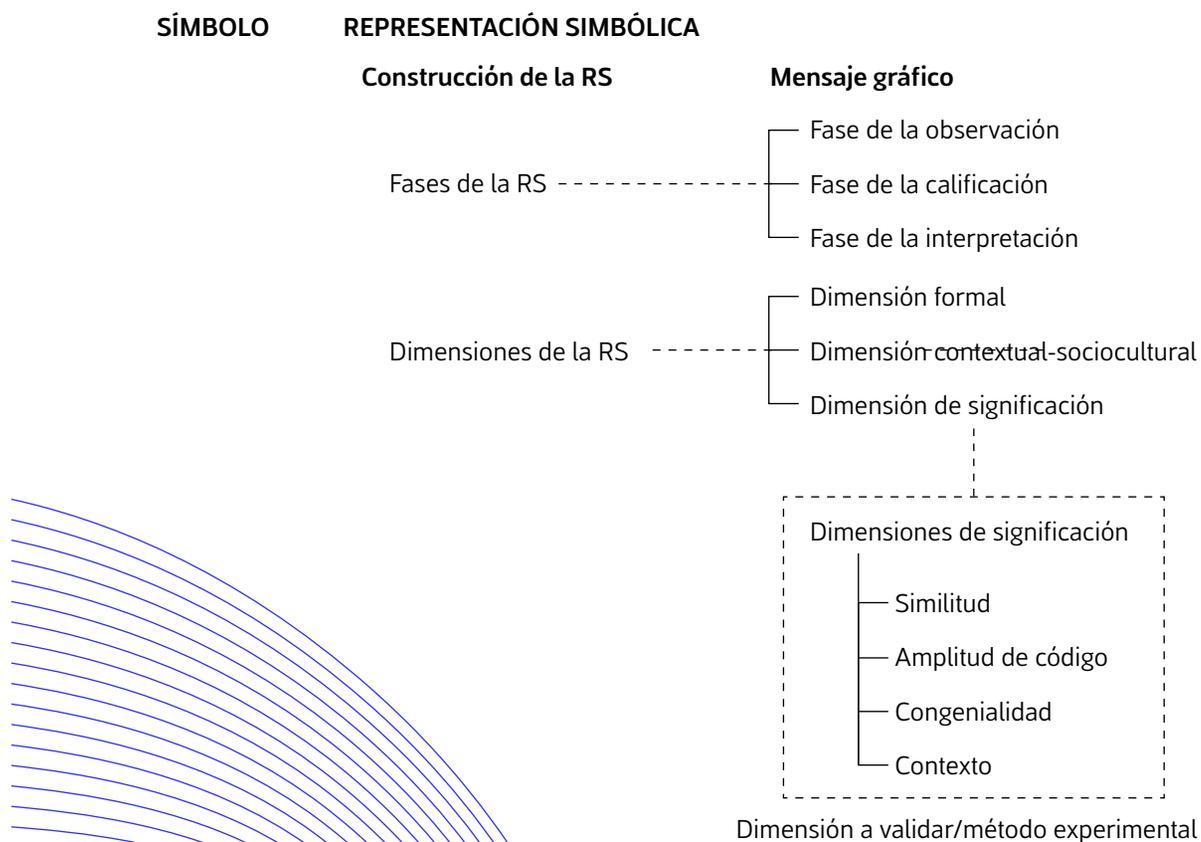
Si bien este tipo de imagen es la más cercana al diseño gráfico en apariencia, al hablar de representación, se habla también de algo conocido previamente por el receptor o usuario del diseño como para ser interpretado, es decir, es producto de la percepción a través de los sentidos (la vista) y al ser percibido las formas se almacenan en la memoria para que, en una siguiente ocasión, sea posible su valoración e interpretación al reconocer o no dicha forma. En ese sentido, las imágenes mentales son entonces «representaciones internas que 'reemplazan' a (re-presentan) los correspondientes objetos» (Kosslyn, 1996, p. 3), lo anterior implica el almacenamiento de representaciones a partir de lo conocido de la realidad, a las cuales Magariños (2001) llama *atractores*, estos son formas que pueden ser producto de una convención o acuerdo social y en ese caso han de llamarse *atractores simbólicos*.

Cabe destacar la importancia de lo simbólico no solo desde el punto de vista teórico-epistemológico, sino también desde la *praxis*, esto es, ¿qué papel juegan los atractores simbólicos en el ejercicio cotidiano del diseñador gráfico? o, entendido de otro modo, ¿cómo se construyen los mensajes gráficos a partir de dichos atractores? Incluso, culturalmente hablando

¿qué elementos morfológicos de la imagen se vuelven simbólicos en un mensaje gráfico? Asimismo, ¿es posible configurar un discurso del diseño a partir de lo simbólico? y ¿cómo es posible hacerlo? Puesto que esas interrogantes tienen respuesta en contextos específicos, es que en este artículo se ha considerado abordar dichas formas o atractores a partir de un aspecto concreto de la realidad que en años recientes se ha vuelto motivo de innumerables menciones en la prensa escrita y en diversos medios de comunicación tanto convencionales como digitales: el *huachicol*. Lo anterior sobre la base de que ningún proyecto de investigación puede ser más funcional que aquel que reflexiona respecto a la realidad que vive la sociedad y no la de puntos distantes al entorno, sino la realidad cercana que existe y que condiciona al hombre mismo en su capacidad de actuar y de pensar.

Para el análisis de dichas representaciones simbólicas, aún y cuando se ha hablado de atractores simbólicos que parten de la propuesta de semióticas de la imagen visual que propuso Magariños (2001), existe otra propuesta que no está peleada con la primera y que en cambio se ha desarrollado dentro del marco del diseño gráfico, se trata de la Teoría de la Representación Simbólica de Balbuena Palacios (2014) que considera tres aspectos representacionales del símbolo: a) la construcción de las representaciones, b) las fases, y c) las dimensiones de las representaciones; es este último nivel nos concentraremos, ya que considera las dimensiones formales, de significación y contextual-sociocultural (ver figura 1).

## TEORÍA DE LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA



**Figura 1.** Teoría de la Representación Simbólica en síntesis. La dimensión de significación como objeto de investigación experimental. Fuente: Balbuena, 2014, p. 197. (Nota, pedir imagen)

La dimensión formal aporta lo equivalente a los elementos morfosintácticos de la imagen; mientras que la dimensión de la significación alude a la cuestión icónica de la imagen, es decir, a su valoración respecto a qué tanto se parece la imagen a la realidad como para que en su momento pueda ser interpretada; y finalmente está la dimensión contextual-sociocultural, que implica los códigos que se utilizan según el tejido social al que se dirige, es decir, evidenciar los sistemas de signos que están empleándose de acuerdo al contexto social al que va dirigido el mensaje visual.

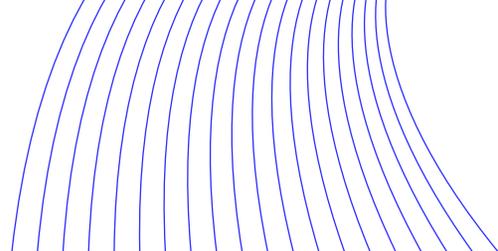
## METODOLOGÍA

El estudio es de diseño cualitativo ya que el objetivo está encaminado a descubrir las cualidades que pueden considerarse como atractores para que los receptores interpreten el mensaje gráfico. Debido a lo anterior se considera un trabajo descriptivo, en tanto se desglosarán algunas de esas dimensiones que considera la Teoría de la Representación Simbólica.

Para el logro de los objetivos fue necesaria la selección de una muestra, esto es los mensajes gráficos de tipo caricatura que realizaran una crítica al robo de combustible de enero a julio de 2019 en México. Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, de ahí que se eligieran caricaturas de la sección de cartón de los periódicos «La jornada» y «El universal» de los que se obtuvieron 22 imágenes que fueron analizadas. Cabe resaltar que la selección se dio con base en una búsqueda diaria en dicha sección de ambos periódicos, bajo el criterio de tratar el delito de robo de combustible.

Periódico	Fecha	Autor	Título
El universal	7/01/2019	Kemchs	Borrón y cuenta nueva
El universal	12/01/2019	Boligán	Huachicorrupción
El universal	13/01/2019	Boligán	Huachicolero de cuello blanco
El universal	29/01/2019	Kemchs	Por goteo
El universal	02/01/2019	Boligán	Funcionario Huachicolero
El universal	18/01/2019	Carreño	Perforaciones letales
El universal	2019	Galindo	Frente a la Hidra
El universal	2019	Carreño	Lleno
El universal	2019	Chelo	Mad mex
El universal	2019	Paco Baca	Sin título
La jornada	15/01/2019	Fisgón	Rapiña huachicolera
La jornada	16/01/2019	Fisgón	Combate al huachicol
La jornada	20/01/2019	Hernández	Huachicolera
La jornada	21/01/2019	Rocha	Huachicoleando la vida
La jornada	22/01/2019	Fisgón	Nueva imagen de la muerte
La jornada	22/01/2019	Hernández	A la ordeña
La jornada	22/01/2019	Rocha	Los caminos llevan a Romero
La jornada	23/01/2019	Magu	Huachicoleo de cuello blanco
La jornada	28/01/2019	Magu	Gabinete descansado
La jornada	28/01/2019	Rocha	Gerente del huachicol
La jornada	31/01/2019	Rocha	Romero el huachicolero
La jornada	13/01/2019	Helguera	Gasoducto

**Tabla 1.** Caricaturas seleccionadas para análisis. Fuente: Elaboración propia.



La técnica de investigación fue la observación estructurada y los indicadores a analizar en las anteriores caricaturas fueron los siguientes:

Indicador	Subindicadores	
Dimensión formal	Forma	Punto
		Línea
		Masa
	Aspecto	Color
		Textura
Orientación		
Dimensión de significación	Similitud	
	Amplitud de código	
	Congenialidad	
	Contexto	
Dimensión contextual-sociocultural	Objetivación	
	Anclaje	

**Tabla 2.** Dimensiones analizables en la caricatura. Fuente: Adaptado de Balbuena, 2014.

## RESULTADOS

Estos se presentarán de acuerdo a las dimensiones propuestas por la teoría retomada como base para la investigación, además se mostrará únicamente un ejemplo de cada caricatura por cuestiones de extensión.

### DIMENSIÓN FORMAL

Esta dimensión considera los elementos formales de las representaciones simbólicas y aunque aún no se ha logrado confirmar la hipótesis de que las caricaturas son representaciones de este tipo, esta dimensión permite desglosar los elementos que constituyen a la imagen en general.

La TRS (Teoría de Representación Simbólica) incluye la «forma» como uno de esos elementos primordiales y distingue la estructural de la visual, en ambos casos tiene que ver con los límites, contornos o bordes que conforman la imagen. Esta forma se desglosa en:

#### Punto

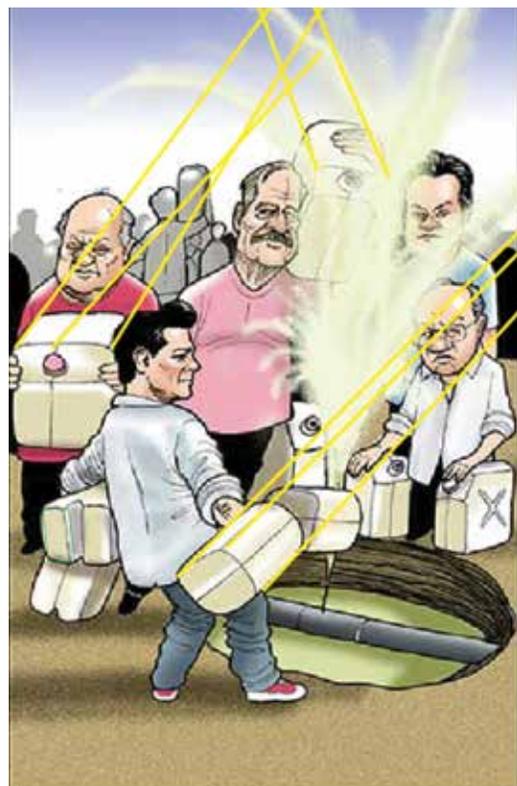
Este es uno de los elementos morfológicos básicos y que es considerado por diversas teorías de la imagen. Aún y cuando exista una amplia clasificación de puntos, es necesario recordar que el tipo de imagen a analizar no es propiamente una fotografía o un dibujo técnico, sino que al ser caricatura se comprobó que es poco usual que existan puntos de fuga que estén dentro del encuadre de la imagen o puntos que se consideran como el foco de la misma, más bien que aquellos que pudieran estar obligan al lector o receptor de la imagen a mirar fuera de

la misma. Situación comprensible en la caricatura de crítica puesto que la intención es hacer una interpretación que vaya más allá de la imagen, es decir, donde ésta sea solo una motivación para la reflexión, no de lo que se está representando como imagen, sino como representación de una realidad.

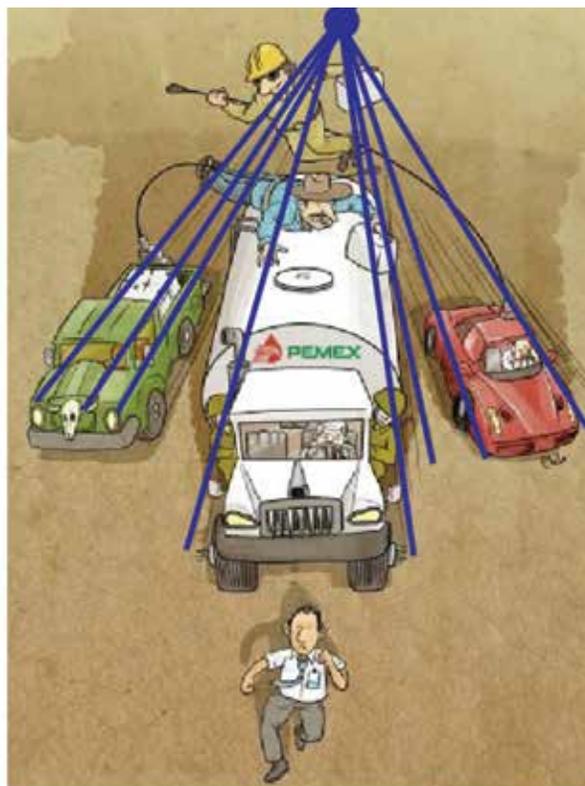
Como ejemplo de lo anterior se muestra el cartón *Rapiña huachicolera* (ver figura 2), donde no existen puntos de fuga dentro del encuadre y, en todo caso, el punto que está como referencia es el círculo donde se sostiene el ducto del cual están extrayendo líquido los políticos caricaturizados, entonces es el punto que atrae la atención del espectador. El cartón muestra también a varios funcionarios de PEMEX y expresidentes de México que roban el combustible. La

fecha de publicación de dicha caricatura fue enero de 2019 cuando el gobierno de México hizo el anuncio de que el mayor porcentaje de robo de combustible no era de las tomas clandestinas, sino que se daba desde el interior de PEMEX y con el consentimiento expreso de personal de alto rango de la institución. Se concluye así que, si bien la caricatura no sigue estrictamente las reglas de dibujo, puesto que la intención tampoco es hacer una interpretación fiel de un hecho, sí busca exagerar algún o algunos aspectos de la realidad.

Por el contrario, en el caso de la caricatura *Mad Mex* (ver figura 2) sí es posible ubicar un punto que es el aspecto a resaltar en la imagen, es decir, hay una perspectiva central debido a que hay un punto de fuga que se ubica en la representación de un posible trabajador

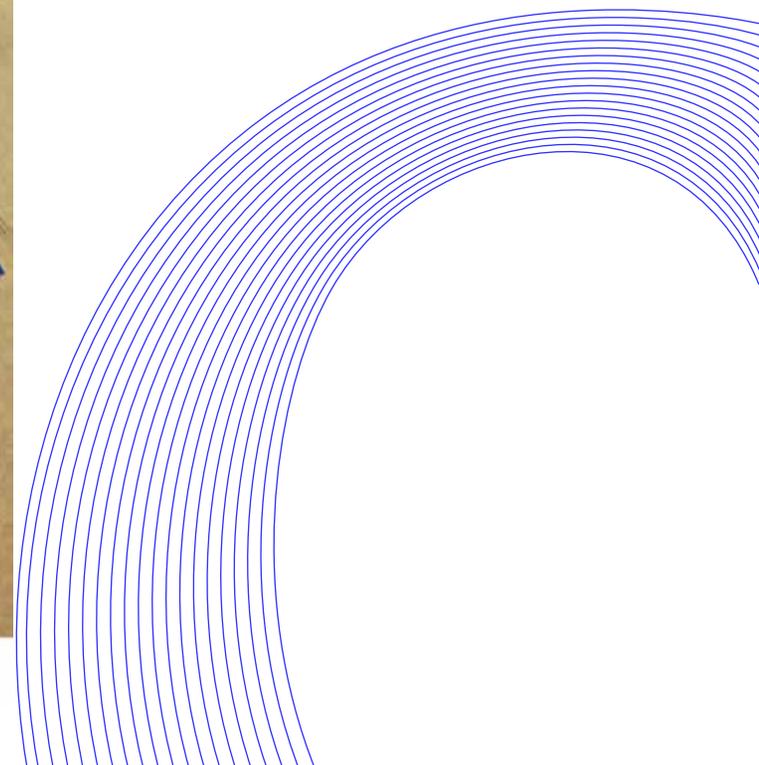


Rapiña Huachicolera



Mad Mex

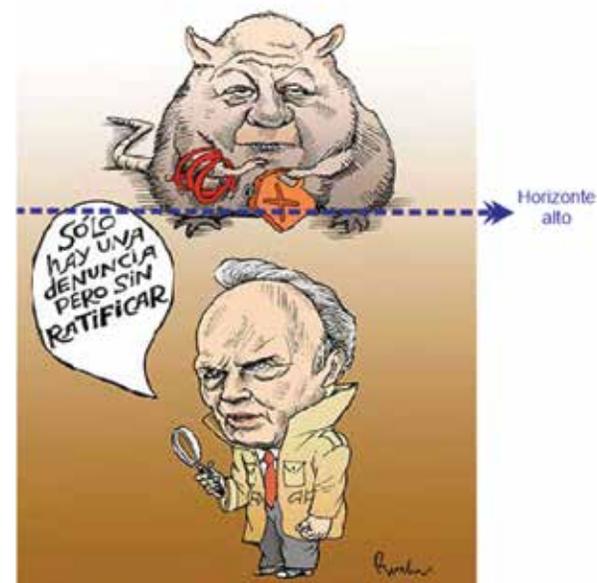
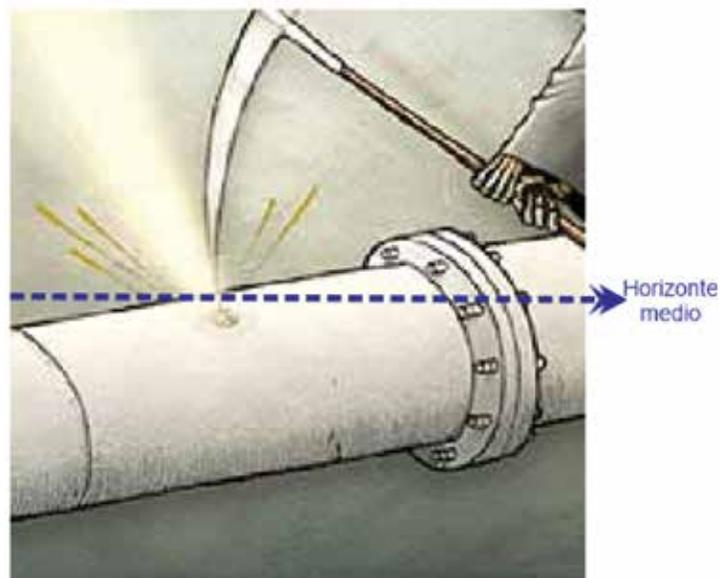
**Figura 2.** Puntos en Rapiña Huachicolera y Mad Mex. Fuente: Adaptado de Fisgón y Chelo, 2019. (Nota, pedir imagen)







Otra de las funciones que tiene la línea es la de separar dos planos mediante las líneas de horizonte, mismas que tienen diversas intenciones: a) *Horizonte bajo* es la visión de inferioridad de quien se siente abrumado o asustado ante algo, como en la caricatura *Huachicoleando la vida* (figura 4), publicada por la Jornada el 21 de enero de 2019, tres días después de la tragedia de Tlahuelilpan en Hidalgo, México, donde más de cien personas murieron por la explosión de una toma clandestina. b) Mientras que un *Horizonte medio* como el del cartón *Huachicolera* (figura 4) infiere un sentido de cercanía o igualdad con alguna situación, en la imagen implica la vulnerabilidad a la que se está expuesto en cualquier momento al estar cerca de una toma clandestina. c) Por otro lado, el *Horizonte alto* es la visión desde la superioridad, tal es el caso de *Romero el huachicolero* (figura 4), cartón publicado el 31 de enero de 2019 en La Jornada, temporada en que se evidenció la relación de contubernio que el ex líder sindical de PEMEX tenía con el crimen organizado para el robo de combustible.



**Figura 4.** Horizontes en *Huachicoleando la vida*, *Huachicolera* y *Romero el huachicolero*. Fuente: Adaptado de Rocha y Hernández, 2019. (Nota, pedir imagen)

### Masa

Es la ocupación contenida en una superficie dentro de un contorno, esta puede ser uniforme o heterogénea (Balbuena, 2015). En el caso de los cartones analizados se encontró que la masa es heterogénea (ver figuras 5 y 6) en su mayoría, puesto que existe acumulación de puntos o líneas degradados en algunos casos, lo cual crea texturas, elemento que más adelante se desglosa.

### Aspecto

El aspecto considera elementos gráficos a contemplarse en la imagen para la correcta recepción del mensaje, entre los que están

color, textura y orientación. Cabe aclarar que estos elementos en conjunto con los anteriormente señalados, tienen relación entre sí, en el sentido de que corresponden a un sistema gráfico que debe configurarse para generar un impacto visual.

### Color

El color es una experiencia sensorial (Villafañe, 2006), es un atributo dinámico de la imagen que permite construir un espacio de representación, cualidad que genera un acercamiento para los colores cálidos y alejamiento con el espectador para el caso de los colores fríos.

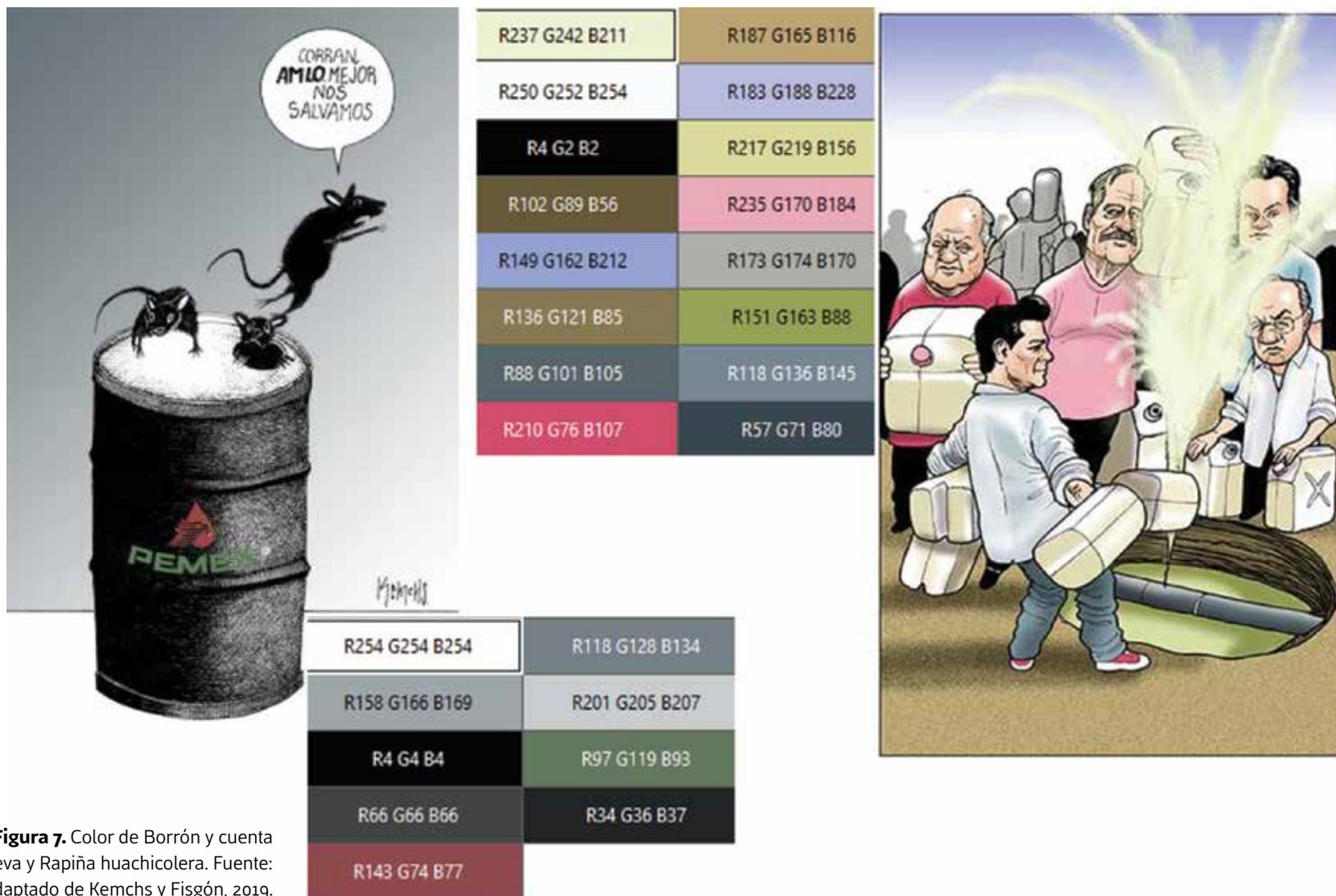


**Figura 5.** Masa Huachicolero de cuello blanco. Fuente: Adaptado de Boligán, 2019.



**Figura 6.** Masa de Rapiña huachicolera. Fuente: Adaptado de Fisgón, 2019.

En lo que respecta a las imágenes analizadas, existe mayor tendencia a los colores cálidos, situación entendible bajo el hecho de que se pretende generar una reflexión de lo representado, para lo cual es necesario propiciar un acercamiento; sin embargo, existe una tradición que privilegia el uso de colores neutros, como blancos y negros (ver figura 7).



**Figura 7.** Color de Borrón y cuenta nueva y Rapiña huachicolera. Fuente: Adaptado de Kemchs y Fisgón, 2019.

### Textura

La textura es una propiedad de la masa, la cualidad de una superficie, misma que puede ser visual o táctil.

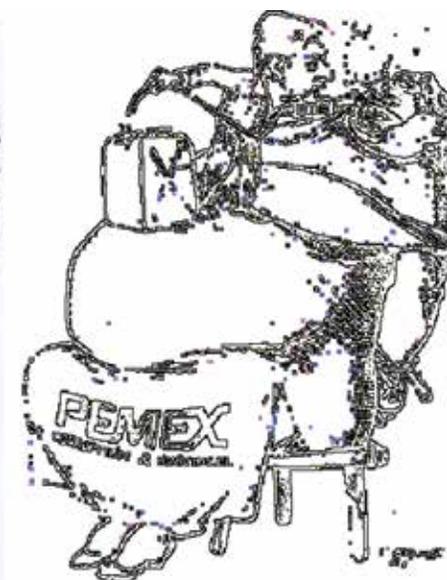
### Contraste

Es una propiedad del color, y al igual que en la fotografía, la marcada diferencia entre un color y otro, como el blanco y negro, dan la intención de un cartón más artístico, en tanto que el bajo contraste corresponde a una tendencia más periodística y de crítica (ver figura 9).

### Orientación

La orientación entendida como un elemento de posición o dirección permite descubrir lo que desea representarse en términos de paisaje o elementos concretos, por ejemplo, los cartones analizados tienen una orientación vertical en su mayoría, mientras que los horizontales son pocos, puesto que es más complejo representar varios aspectos de una realidad.

**Figura 9.** Contraste de Perforaciones letales y Por goteo.  
Fuente: Adaptado de Carreño y Kemchs, 2019.



**Figura 8.** Textura de Lleno. Fuente:  
Adaptado de Carreño, 2019.



Bajo contraste



Alto contraste

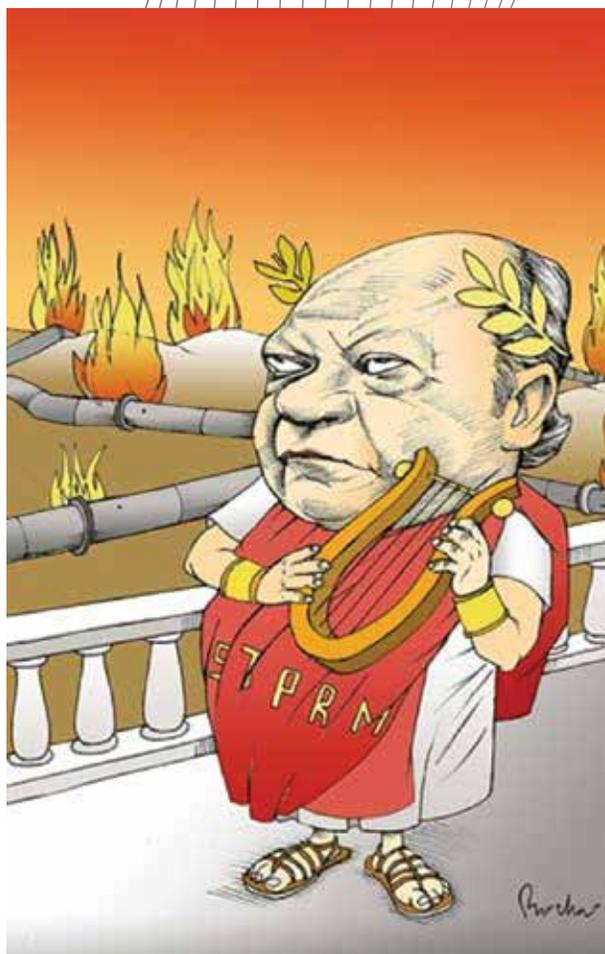
## DIMENSIÓN DE SIGNIFICACIÓN

Es aquella que considera cuatro aspectos a valorar y que son imprescindibles en la caricatura:

### Similitud

La similitud considera el grado de iconicidad que posee la imagen. En este caso corresponde a qué tanto se parece la representación a la realidad referente, y aunque ya se ha dicho que la intención del cartón de opinión no es necesariamente imitar la realidad, por lo menos sí debe existir cierto grado de similitud con aquello que se representa. Como ejemplo está la caricatura publicada el 22 de enero de 2019 por el periódico La Jornada, *Los caminos llevan a Romero* (ver figura 10).

Como puede apreciarse en la figura 10, la caricatura posee formas que son reconocibles para el receptor en tanto conozca previamente el objeto, esto es el sentido que tiene la caricatura al nombrarse *Los caminos llevan a Romero*, se trata pues de una alusión al dicho *Todos los caminos llevan a Roma*, por lo que existen analogías en la imagen de dicha frase. Por ejemplo, se hace evidente el imperio Romano a partir de formas como la rama de olivo, la vestimenta y la lira como instrumento musical. Por otro lado, también está la forma del rostro de Romero Deschamps, que en varios cartones es representado a través de la exageración de la nariz, lo abultado de las mejillas y papada, la expresión de los ojos y la falta de cabello; sin embargo, es importante señalar que en uno de los atractores mostrados en la figura aparecen orejas y garras, lo cual es producto de un ejercicio de desglose de atractores a partir de un cartón donde se compara a dicho personaje con una rata.



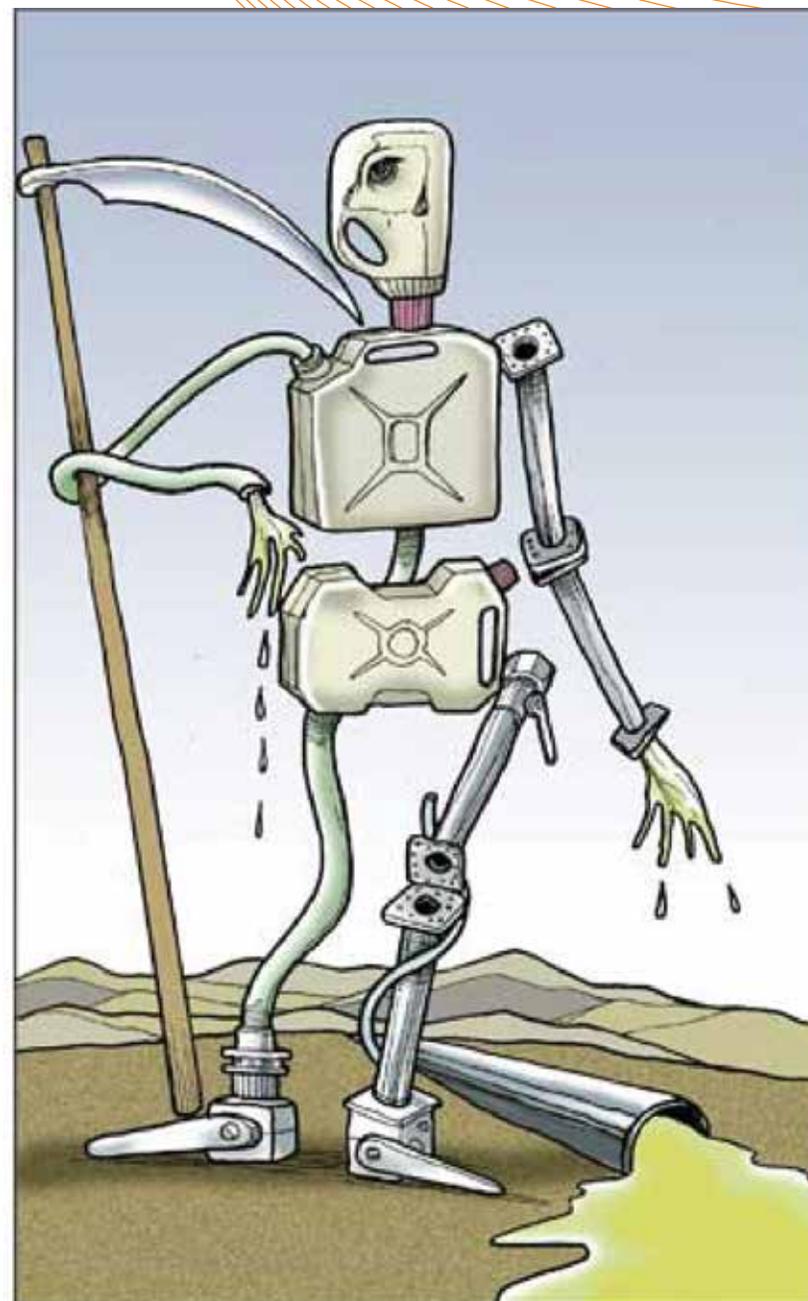
**Figura 10.** Similitud de Los caminos llevan a Romero. Fuente: Adaptado de Rocha, 2019.

Es en este aspecto que cobra relevancia el grado de iconicidad que garantiza que se reconozca la realidad representada, es justo ahí donde los cierres de contornos ayudan para que exista la similitud de la representación con el objeto de la realidad. Las caricaturas analizadas cumplen con ese criterio de cierre de contornos, puesto que, al ser imágenes figurativas, no se pretende llegar a un grado de realismo tal que retome todos los aspectos del objeto sino únicamente las más representativas.

### Amplitud de código

Es indiscutible que la imagen se considera un código débil en tanto es más compleja su descomposición y que esta genera significado con sus elementos separados; sin embargo, los mensajes gráficos en forma de caricatura de crítica se auxilian en muchos casos de texto lingüístico, para reforzar el mensaje y se eviten ambigüedades. Ahora bien, la amplitud del código en la Teoría de la Representación Simbólica, valora la diversidad de elementos a emplear en el discurso gráfico, pero sobre todo la forma en que dichos elementos se emplean, es decir, el grado de abstracción con el que se construye el texto visual.

Magariños de Morentin en su semiótica de la imagen visual presenta dos aspectos que son equivalentes a la amplitud del código: por un lado refiere el qué se muestra y por el otro, el cómo se muestra; lo cual pone de manifiesto la complejidad que pueda tener una construcción visual con cada uno de sus elementos. En las caricaturas analizadas existen enunciados gráficos tan



**Figura 11.** Nueva imagen de la muerte. Fuente: Fisgón, 2019.

complejos no por su difícil interpretación, sino por la capacidad para emplear elementos con un significado que en conjunto aporten una variante sin que se pierda el sentido, tal es el caso de *Nueva imagen de la muerte* (ver figura 11), caricatura publicada por La Jornada el 22 de enero de 2019, donde a partir de galones o garrafas de combustible y ductos se construye el símbolo de la muerte, lo anterior hace referencia a la explosión acontecida en Hidalgo a inicios de 2019 donde fallecieron varias personas.

Como puede apreciarse en la figura, el autor de la caricatura seleccionó aquellos rasgos que pueden ser considerados como el *ground*, o el fundamento del objeto, como lo nombró Charles Sanders Peirce en su triada semiótica, donde a partir de una situación de robo de combustible y de consecuencias fatales como la muerte, fue posible emplear formas características del delito y construir con ellas una forma aún más compleja como la de defunción.

## **CONGENIALIDAD Y DIMENSIÓN CONTEXTUAL-SOCIOCULTURAL**

La congenialidad implica la relación de la forma con el contenido y en ese sentido se abre la posibilidad de reflexionar sobre esas formas que conoce el receptor y que, al ser valoradas en una imagen, le permite crear o ubicar dicha relación.

Lo simbólico corresponde a la esfera de las experiencias previas y de lo cultural, a ese conjunto de valores, costumbres y tradiciones que se manifiestan en un grupo social dado, de ahí que las formas que refieren a un delito como a un político o situación son producto de convenciones sociales.



## CONCLUSIONES

El presente estudio fue producto de una selección de cartones (ver figura 12) que aluden al delito del *huachicol*, teniendo por objetivo identificar las formas simbólicas que se emplean para representar esa realidad, así como las variantes de esos elementos que pueden enriquecer el mensaje gráfico y que abren el debate de lo que se usa y cómo se usa, así como los grados de complejidad que los enunciados visuales pudieran presentar.

A partir de dicho análisis se ubicaron los atractores simbólicos que prevalecen en la caricatura de crítica que refiere al delito de robo de combustible, donde fue posible ubicar contornos cerrados de los elementos empleados con más recurrencia por los caricaturistas (ver figura 13), además utilizaron características similares

para representar diversos objetos, haciendo evidente que existen pre configuraciones establecidas en la sociedad. Se vuelve pertinente así emplear dichos atractores para garantizar que la comunicación sea efectiva, en tanto sea posible identificar, reconocer e interpretar lo representado. De acuerdo a lo anterior, los objetos que más fueron representados son: bidón, ductos, PEMEX, muerte, dispensadores de gasolina, ropa y participantes o implicados en el delito de robo de combustible.

Como se observa en la figura 13, donde se desglosaron los objetos representados en las caricaturas analizadas, existe similitud entre los elementos que fueron llevados al signo visual, ya que utilizaron las características que la conciencia inmediata trae al mencionar dichos objetos, reforzando así la idea de que un signo



Figura 12. Caricaturas analizadas.



**Figura 13.** Atractores del huachicol. Fuente: Elaboración propia.

si bien no retoma todas las características del objeto porque que no pretende imitar la realidad, sí existen elementos que son la base del signo para que sea interpretado. Dicha situación puede estar condicionada por el contexto sociocultural del intérprete, al menos en los enunciados visuales de tipo cartón de crítica, ya que para dar sentido a dicha construcción se requieren de ideas previas que posibiliten la construcción de imágenes mentales que se construyen a partir de formas que están almacenadas en la memoria del interpretante, las cuales se activan al momento de ser motivadas por alguna imagen material visual, sin importar si el soporte es digital o no.

Para el caso de los mensajes visuales analizados, el receptor del mensaje atribuye el significado de *huachicol* o robo de combustible ya que se ha hecho del dominio público que los dedicados a esta actividad cuentan con bidones de diversos tamaños para almacenar y transportar lo hurtado, también han sido susceptibles a imágenes materiales visuales como fotografías o imágenes en movimiento con escenas que permiten almacenar formas, colores e incluso texturas de lo que construye una imagen del delito mencionado.

Los resultados no arrojaron atractores que remitan a bandas criminales o enfrentamientos, esto es por la evolución que el

mismo fenómeno ha experimentado, ya que desde finales de 2018 e inicios de 2019 se ha pretendido combatirlo, información que de acuerdo con el gobierno y fuentes oficiales sustentan al decir que el robo de combustible disminuyó ya que varios implicados de cuello blanco (funcionarios de PEMEX) fueron evidenciados. Lo cierto es que por lo menos en el primer semestre de 2019 fueron estos personajes los que cobraron relevancia y, por tanto, fueron los más representados en los cartones para así cumplir con la función de criticar y opinar respecto a dicha situación.

La caricatura es una construcción simbólica cuya intención es alejarse de la

realidad propiciando una reflexión sobre ella, es decir, que se aleja de la realidad a través de exageraciones en las formas convencionalizadas para así propiciar un acercamiento entre el receptor y dicha realidad. De este modo, cuando se construyen mensajes gráficos que critican la situación de robo de combustible, no desde el crimen organizado, sino desde lo que se vive en todas las esferas del poder, aún y cuando esa caricatura se olvide, trascenderá por lo que genere en el lector.

En conclusión, las imágenes visuales permiten explicar y fomentar nuevos pensamientos, mismos que organizados y estructurados posibilitan el razonamiento y creación de argumentos. Posteriormente, aquellas formas que están en la memoria y surgen en momentos determinados son una contribución a la formación de la sociedad misma, generan una reflexión de la realidad y atribuyen significados a la misma. Desde el punto de vista de la comunicación visual, esos elementos que se almacenan también son producto de conocimientos convencionales, donde el contexto repercute en el intérprete y las imágenes simbólicas permiten evocar y reemplazar representaciones a través de la abstracción, operación cognitiva compleja que impone un reto en la construcción de mensajes visuales. Se abre así el debate sobre la posibilidad respecto a que el discurso del diseño puede estar fundamentado en elementos simbólicos.

Sin embargo, para soportar lo anterior es necesario considerar que en el proceso de diseño existen tres participantes ineludibles: el primero es la realidad que es *objeto* de representación, después la *representación* misma, que en ocasiones es vista como el único elemento de comunicación; y finalmente, un *interpretante* que a partir de lo que conoce o no pueda construir un nuevo discurso de lo que ve.

Objeto	Significado	Atractores simbólicos
Bidón	Recipiente con cierre hermético, que se destina al transporte de líquidos o de sustancias que requieren aislamiento	Recipientes en figuras geométricas: Cubo Ortoedro Prisma de base cuadrada o rectangular
Ducto	Conducto, canal, tubería	Cilindros conectados entre sí
PEMEX	Empresa estatal productora, transportista, refinadora y comercializadora de petróleo y gas natural de México	Lugar de almacenamiento o transporte de petróleo: Barril en forma de cilindro Pipa que transporta Vaca que produce el líquido Humano que está desangrándose por varias partes del cuerpo
Muerte	Figura del esqueleto humano, a menudo provisto de una guadaña, como símbolo de la muerte	Báculo con una hoja afilada y puntiaguda Conjunto de huesos unidos y articulados revestidos de una túnica
Dispensador de gasolina	Que franquea o distribuye	Prisma de base rectangular que tiene una agarradera conectada a una manguera
Ropa	Prenda de vestir	Sacos oscuros Camisas Corbatas Moños Playeras Pantalones de vestir
Actores o implicados en el delito	Funcionarios de gobierno Líderes sindicales Población en general	Presidente y expresidente de México Dirigentes sindicales de PEMEX

**Tabla 3.** Atractores simbólicos de la caricatura de huachicol. Fuente: Elaboración propia.

## REFERENCIAS

- BALBUENA, P. M. L. (2014). *Teoría de la representación simbólica en la comunicación gráfica*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- BAÑUELOS, C. J. (2006). *Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño*. En UNED. Revista Signa 15. pp. 233-254.
- DUSSEL, I. (2005). *Educación la mirada: notas sobre los aportes de la mirada a la formación docente*. Revista Belo Horizonte, 41, 157-174.
- KOSSLYN, S. M. (1996). *Image and Brain*. Cambridge. London: The MIT Press.
- MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. (2001). *La(s) semiótica (s) de la imagen visual*. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy, (17)
- PEIRCE, C. S. (1931). *Collected Papers*. 8 Vols., Cambridge, Mass., The Belknap Press of Harvard University Press.
- VILLAFANE, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide.