

# LA REVISTA *GRÁFICA CHARRA* Y EL FESTIVAL MUNDIAL DE FOLKLORE “DE JALISCO PARA EL MUNDO” (1970-1973)

MATÍAS EMILIANO CASAS



## RESUMEN

El propósito de este artículo es analizar la revista *Gráfica Charra*, que comenzó a editarse a finales de 1970 en Guadalajara. Se estudian las condiciones materiales de la publicación, el protagonismo asignado a las imágenes y el impacto de sus páginas en el ámbito local. *Gráfica Charra* contribuyó a difundir el charro como estereotipo nacional, reforzando la identificación de esa figura con Jalisco; facilitó la propagación de una imagen positiva de México a través del Festival Mundial de Folklore y contribuyó a la promoción del turismo en la región.

**PALABRAS CLAVE:** *Gráfica Charra*, Folklore, Jalisco, Revistas.



**THE MAGAZINE *GRÁFICA CHARRA* AND THE WORLD FOLKLORE  
FESTIVAL “FROM JALISCO TO THE WORLD” (1970-1973)**

**ABSTRACT**

This article aims to analyze *Gráfica Charra*, a magazine published in 1970 in Guadalajara. It studies the magazine's material conditions, the prominence assigned to the images, and the impact of its pages at the local level. *Gráfica Charra* contributed to the dissemination of the charro as a national stereotype, reinforcing the identification of that figure with Jalisco, the spread of a positive image of Mexico through the World Folklore Festival, and the promotion of tourism in the region.

**KEYWORDS:** *Gráfica Charra*, Folklore, Jalisco, Magazines.

**LE MAGAZINE *GRÁFICA CHARRA* ET LE FESTIVAL DU MONDE  
FOLKLORIQUE “DE JALISCO POUR LE MONDE” (1970-1973)**

**RÉSUMÉ**

L'objectif de cet article est d'analyser *Gráfica Charra*, une revue publiée à la fin des années 1970 à Guadalajara. L'analyse se concentre sur les conditions matérielles de la revue, la prépondérance accordée aux images et l'impact de ses pages au niveau local. *Gráfica Charra* a contribué à la diffusion du Charro en tant que stéréotype national, renforçant l'identification de cette figure avec Jalisco ; la propagation d'une image positive du Mexique à travers le Festival Mondial de Folklore et la promotion du tourisme dans la région.

**MOTS-CLÉS:** *Gráfica Charra*, Folklore, Jalisco, Revue.

## INTRODUCCIÓN



En diciembre de 1970 salió a la luz una publicación que se presentaba como un esfuerzo personal de su director y que pretendía erigirse como vocera de un universo complejo como era el de la charrería asociada. *Gráfica Charra* era la primera revista que se editaba en el estado de Jalisco para dar cuenta de las actividades, las competencias y las trayectorias de agrupaciones que se habían conformado con un objetivo doble: practicar un deporte ecuestre y representar las tradiciones rurales decimonónicas.

Las asociaciones charras se habían conformado desde la década del veinte en diferentes ciudades del país. Esos grupos desplegaron estrechos vínculos con la política y con instituciones de mucho peso en el México del siglo XX, como la Iglesia y el Ejército. En parte como fruto de esas conexiones, el charro se fue consolidando como un símbolo de la mexicanidad al calor de los reconocimientos oficiales, de la industria cinematográfica, de los cantores que acudían a su atuendo, y del trabajo, más subterráneo pero no menos efectivo, que realizaban los miembros de las agrupaciones en diferentes ámbitos (económicos, culturales, sociales, etc.).<sup>1</sup>

Enraizados en una genealogía que resaltaba su carácter hispano, católico y occidental, los charros construyeron sus propios relatos sobre la historia

<sup>1</sup> Sobre la consolidación del charro como símbolo de México, véase CARREÑO KING, *El charro: la construcción de un estereotipo nacional* y PÉREZ MONTFORT, *Estampas del nacionalismo popular mexicano*.

mexicana e identificaron la participación heroica de los hombres de a caballo, de quienes se consideraban sus directos antepasados. Progresivamente, fueron instituyendo sus propios rituales, estrictamente organizados a través de reglamentaciones y estatutos. El celoso cuidado de las indumentarias adecuadas, las prácticas ecuestres y las formas de ejercitar las destrezas ganaderas —como la jineteada o el coleadero— les permitieron configurar un molde, costoso y restrictivo, para representar a México.<sup>2</sup>

En Jalisco, la práctica de la charrería se arraigó de una manera particular. Como muestra el estudio de Cristina Palomar Vereá, hacia comienzos del siglo XXI, Jalisco contaba con más de cien asociaciones charras y se identificaban treinta lienzos, solo en Guadalajara, donde se realizaban sus espectáculos.<sup>3</sup> En su propósito de reconstruir la historia de la charrería en la región, la autora acudió a la voz de referentes de esas prácticas quienes profundizaban la relación entre la charrería y Jalisco: “Vestirse de charros es vestirse de mexicano. Y es muy cierto, ¿cómo identifican a México?, por medio de un charro; y al ver charros, es Jalisco”.<sup>4</sup>

Los gobiernos posrevolucionarios coincidieron en la conveniencia de otorgar una serie de reconocimientos simbólicos a la figura del charro. A su vez, los miembros de las asociaciones fueron recibiendo los impulsos del poder político, que en muchos casos financió la construcción de sus lienzos o las proveyó de ganado para sus competencias. Así se establecieron no solo como “encarnación” de la tradición mexicana sino como los censores y garantes de esa tradición.

El proceso que erigió la figura del charro fue analizado desde diferentes perspectivas. Evidentemente, una operación tan compleja convocó la atención de distintos investigadores, que incluso en trabajos recientes confirman la vigencia de la charrería como objeto de estudio.<sup>5</sup> En este

<sup>2</sup> Excepto el trabajo de Palomar Vereá, que se menciona a continuación, las asociaciones charras fueron generalmente olvidadas por los trabajos que estudiaron la consagración simbólica del charro. En los últimos años, algunas investigaciones se ocuparon del análisis de estos grupos en diferentes espacios. BARRACLOUGH, *Charros. How Mexican Cowboys Are*; CASAS, “Tradición, deporte, bandera y armas”, pp. 149-178.

<sup>3</sup> PALOMAR VEREA, *En cada charro un hermano*, p. 145.

<sup>4</sup> En PALOMAR VEREA, *En cada charro un hermano*, p. 167.

<sup>5</sup> Algunas de las publicaciones recientes que se interesan por indagar diversas facetas de la figura del charro, véase MEDINA MIRANDA, *Vaqueros Míticos. Antropología comparada de los charros*; MULHOLLAND, “Jalisco is Mexico”; GONZÁLEZ RAMÍREZ, “La construcción de la imagen del charro”; ZAPATA *et al.*, “Charros in Texas and Gauchos in Argentina”.

artículo, nos enfocaremos en un tema aún poco abordado: las publicaciones periódicas editadas por los charros. En particular, analizaremos la revista *Gráfica Charra*, que se publicó, de manera trimestral, en Guadalajara entre 1970 y 1973.

Así, este trabajo se encuadra en el creciente interés que despierta el análisis de las revistas culturales en América Latina. Como mostró Horacio Tarcus, ese interés se pone de manifiesto en la organización de diversas actividades dentro del campo académico. A su vez, la proliferación de estudios sobre ese tipo de publicaciones promueve nuevas reflexiones en orden a la metodología para abordarlas. En esa línea, Tarcus pone el acento en el carácter relacional de las revistas. El historiador postula la relevancia de observar cómo esas revistas se vinculan con otras, se abren paso en el circuito editorial y construyen su propia genealogía.<sup>6</sup>

Alexandra Pita y María del Carmen Griollo, también enfocadas en el tratamiento metodológico sobre las revistas culturales, ofrecen una guía para su estudio que realza la importancia de los “aspectos técnicos” para analizar la materialidad de esas publicaciones. A partir de esa información, se logra una primera aproximación hacia las condiciones de posibilidad, los límites, las proyecciones y el contexto de producción de esa empresa editorial.<sup>7</sup> En suma, como propone Geraldine Rogers, “las publicaciones periódicas han dejado de ser meros soportes de ideas [...] para transformarse en objetos de estudio en sí mismas”.<sup>8</sup> Entonces, los rasgos materiales de *Gráfica Charra*, como el papel empleado, revelan no solo los recursos —tanto técnicos como económicos— disponibles por el editor sino también un propósito específico en orden al público esperado.

Durante el período de publicación de la revista, México estaba atravesado por diferentes conflictos. Por un lado, los levantamientos campesinos que entroncaban su reclamo por tierras y trabajo con una larga historia revolucionaria. Las fuerzas campesinas se hacían sentir en diferentes estados del país. A ese problema estructural se agregaban otros coyunturales que tenían claras conexiones con el contexto internacional. En primer término, la organización de guerrillas que comenzaron a operar en 1965 a

<sup>6</sup> TARCUS, *Las revistas culturales latinoamericanas*, p. 24.

<sup>7</sup> PITA GONZÁLEZ, “Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales”, pp. 1-30.

<sup>8</sup> ROGERS, “Presentación. Publicaciones periódicas”, p. 3.

través de diferentes acciones armadas, ciertamente al influjo de la Revolución Cubana. En segundo lugar, la explosión de los movimientos estudiantiles que tuvo en la masacre de Tlatelolco del 2 de octubre de 1968 uno de sus capítulos más trágicos. Como puso en evidencia ese episodio, en México se desplegaba una “guerra sucia” en la que grupos paramilitares, espionajes, retenes, persecuciones, torturas y desapariciones marcaron la respuesta del Estado ante el clima de conflictividad social y la guerrilla.<sup>9</sup>

La prensa mexicana de la década de los setenta se vio atravesada por ese clima de confrontación. El control del Gobierno de Luis Echeverría Álvarez sobre los medios de comunicación proyectaba un discurso con pretensiones de unanimidad sobre los grupos guerrilleros y sobre las juventudes. En términos de Sergio Arturo Sánchez Parra y Antonio de Jesús Uzeta, “los diarios mexicanos construyeron la representación colectiva de que México era víctima de la ira, la paranoia y la locura de segmentos de la juventud vinculada en su mayor parte con la delincuencia del orden común y en menor medida con las universidades”.<sup>10</sup> Más allá de esos discursos hegemónicos, la prensa de izquierda intentaba contrarrestar esas representaciones gracias a las facilidades que ofrecían los mimeógrafos para la impresión de periódicos.<sup>11</sup>

A contramano de esa “guerra informativa”, de la ebullición estudiantil y de la expansión de reclamos por la conquista de derechos, la charrería asociada jugaba su propio juego y proyectaba sus propias cruzadas. Desde la década de los treinta, los distintos gobiernos nacionales les habían concedido ciertos espacios, materiales y simbólicos, que refrendaban sus prácticas como auténticas expresiones de la tradición mexicana. De ese modo, se instituyó cada 14 de septiembre como el Día del Charro, fecha que lo ligaba indefectiblemente a los festejos por la Independencia, se estableció su atuendo como “traje nacional” y se declaró a la charrería como el deporte de México. Con esos impulsos, se fundaron asociaciones charras en muchas ciudades del país y el sur de los Estados Unidos. Se agruparon en una Federación Nacional y conectaron sus experiencias a través de encuentros culturales y deportivos. Al momento de la aparición de *Gráfica Charra*, la

<sup>9</sup> RUIZ LAGIER, “México ¿La dictadura perfecta?”, p. 38.

<sup>10</sup> SÁNCHEZ PARRA y UZETA, “Periodismo y violencia política”, p. 117.

<sup>11</sup> NECOECHEA, “La prensa de izquierda en México”, pp. 139-157.

práctica de la charrería había entrado en una meseta. Se realizaban congresos y torneos nacionales y decenas de equipos competían, pero habían quedado lejos de interpelar a un público más amplio. En cambio, en México se daban cita dos de los eventos más convocantes en el ámbito del deporte: los Juegos Olímpicos y el Campeonato Mundial de Fútbol. El estudio de los diez números de *Gráfica Charra*, junto con las entrevistas a su director, la revisión de otras publicaciones periódicas afines a ese universo y la prensa jalisciense, permite analizar las estrategias de la revista para ocupar un lugar significativo en ese espacio.

### LA REVISTA *GRÁFICA CHARRA*

Entre 1970 y 1973 se publicaron diez números de *Gráfica Charra* (en adelante GC).<sup>12</sup> Como su nombre lo indicaba, la revista pretendía destacarse por su apuesta visual. Eso quedaba en evidencia ya en su primera portada, en la que figuraba solo el título y la imagen del rostro de un caballo, de perfil y con un bozal que lo amarraba a una tranquera (Figura 1). Cada crónica estaba acompañada por fotografías que, generalmente, capturaba el director o eran enviadas por charros de otras ciudades. En toda la publicación se



**Figura 1.** *Gráfica Charra*, año I, núm. 1, portada.

<sup>12</sup> La colección de la revista se encuentra conservada en el archivo privado del director, en la ciudad de Guadalajara, México, donde se realizó la consulta.

buscaba equilibrar el contenido del texto escrito con la presencia de imágenes que retrataban, complementaban y/o confirmaban las notas. En el primer número, por ejemplo, el director Mario Ruizesparza, quien se abría paso en ese ambiente con el seudónimo de “charro araña”, se presentaba con un retrato en el que figuraba con la clásica indumentaria de la charrería, corroborando su condición (Figura 2).

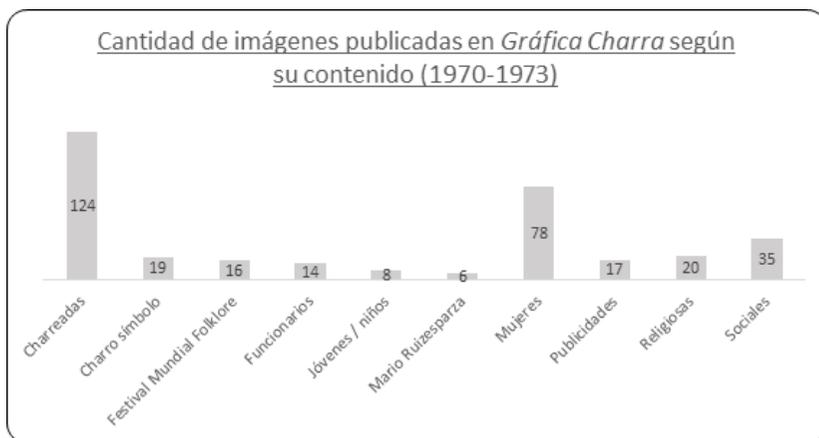


**Figura 2.** *Gráfica Charra*, año I, núm. 1, p. 2.

La revista estaba compuesta por treinta y tres páginas en blanco y negro que aparecían numeradas. En pocos casos se registró un sumario que introducía el contenido. En general no se anticipó información sobre el orden de las secciones ni se mantuvo una estructura estable. Las portadas, el tipo de letra, el espacio asignado a la publicidad e incluso la extensión de los textos y los editoriales se fueron modificando en el transcurso de los años. Las portadas constituyen un buen ejemplo de las transformaciones en la presentación. Del primer número en blanco y negro se dio paso a la fotografía de una mujer vinculada con la Asociación de Charros de Jalisco, que si bien también se editó en blanco y negro fue contrastada con el nombre de la revista en color azul. Posteriormente las tapas se publicaron con un tono monocromático para finalmente editarse en colores.

En total, entre los diez números publicados, se incorporaron 442 imágenes. De esa cantidad, 437 eran fotografías mientras que también se

editaron tres ilustraciones, un grabado y un documento oficial. En el siguiente cuadro, se clasifican las imágenes de acuerdo con su contenido, tomando como referencia aquellos tópicos que se consideraban centrales en el ámbito de la charrería, podían develar algunas de las características principales del funcionamiento de esas agrupaciones o aparecían con una recurrencia significativa en las páginas de GC.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados en los ejemplares de la revista GC.

De las imágenes clasificadas, en primer término, se puede realizar un señalamiento cuantitativo. Para cada número publicado puede estimarse un promedio de casi 45 fotografías, aunque no se tratara de una división taxativa. Esa cifra delata la presencia que tenían las imágenes en este proyecto editorial y resalta la apuesta visual. Todas se publicaron en blanco y negro, con excepción de las portadas mencionadas anteriormente. La distribución de esas fotografías fue generalmente variada, algunas páginas podían contener hasta seis imágenes y, en ocasiones, no figurar ninguna. En general, se incorporaban breves epígrafes con información básica. Los textos, mayormente crónicas de las competencias y eventos, no solían aludir a las fotografías que los acompañaban. El tamaño de las imágenes era pequeño (frecuentemente de 5 cm. x 4 cm.), en orden a la cantidad presentada. Esas dimensiones impedían la visualización de detalles e incluso afectaban en algunos casos la calidad. Sin embargo, Ruizesparza pareció priorizar el número para dar cuenta de la extensión de esas prácticas, de la cantidad de

actores involucrados y de la disponibilidad de imágenes para retratar esos acontecimientos.

Cuando se pone el foco en los contenidos de las fotografías, resalta la cantidad de imágenes destinadas a refrendar la destreza ecuestre del charro y el alcance de sus competencias deportivas. El 28% de las fotografías de la revista subrayó la capacidad del charro para dominar el ganado (vacuno y equino), su éxito reflejado en los trofeos obtenidos y la vigencia de las asociaciones destinadas a esos encuentros. Un porcentaje menor (5%) evocó la condición simbólica del charro a través de sus desfiles, embanderamientos y estandartes. En pocos casos se aludió a la figura de “charro cantor” tan explotada por la industria cinematográfica mexicana.<sup>13</sup> En suma, la representación circulante en las fotos de GC contenía las diferentes características atribuidas a esos jinetes, resaltando su condición atlética y las actividades específicas desplegadas por las asociaciones charras.

La presencia de mujeres en esas imágenes amerita una distinción mayor. De las 78 fotografías que se publicaron, el 21,79% las mostraban como acompañantes de los charros, ocupando un rol netamente complementario en tanto esposas de aquellos protagonistas; el 24,36% las retrataron cumpliendo tareas clásicas en esos espacios, como bailar el jarabe tapatío u oficiar como reinas de las asociaciones; finalmente, el 39.74% de las fotografías mostraron a las mujeres en un registro diferente, más activo e innovador, fuese a caballo realizando destrezas específicas o compitiendo con los equipos de escaramuzas, conformados exclusivamente por mujeres, que se organizaban hacia esa época en todo el país. Cristina Palomar advirtió: “El voto femenino fue reconocido en México en 1954, fecha en la que comienza la emergencia de las primeras escaramuzas charras. En Jalisco, se inicia esta práctica en la década de los setenta, cuando se realizó en México la primera cumbre mundial de la mujer convocada por la Organización de las Naciones Unidas”.<sup>14</sup> Las imágenes mostraban que, incluso antes de esa cumbre realizada en 1975, las mujeres charras de Jalisco ya se habían organizado y adquirido una mayor notoriedad en la práctica de la charrería.

<sup>13</sup> DOÑÁN, “Por mi raza hablará Jorge Negrete”, pp. 62-69. La imagen difundida por el cine no era la más funcional de acuerdo con los discursos que sostenían en las asociaciones charras. Como se verá más adelante, en la revista se pretendió contestar esa representación.

<sup>14</sup> PALOMAR VEREA, *En cada charro un hermano*, p. 197.

Otro grupo de fotografías anunciaba el entramado social del que formaba parte la revista. Las bodas charras, las comuniones y las misas retrataban los estrechos vínculos con los sacerdotes y reafirmaban la tradición católica de los charros. Las fotos con los funcionarios mostraban la vigencia de su buen entendimiento con el poder político, tal como en los inicios de esas asociaciones. Por último, los eventos sociales que retrató Ruizesparza dejaban ver el carácter selecto de estos grupos, su exclusivo vestuario y las lujosas reuniones que organizaban con motivos de aniversarios y cumpleaños. En ese marco, el director de la revista era una figura nóvel, de ahí que seis de las fotografías lo mostraran en distintas poses relacionadas con el universo charro, como jineteando o desfilando. También su padre fue retratado a caballo para confirmar un linaje ecuestre que buscaba legitimarlo en ese espacio. *GC* se transformó en su principal carta de presentación.

El lema de la publicación era “La revista que hacía falta en México”. Esa expresión develaba un diagnóstico sobre el campo revisteril de la época y también sobre su proyección nacional. Con respecto a ese último punto, en la revista no se publicaron datos referidos a su tiraje ni nombres específicos sobre corresponsales, puntos de venta o distribuidores en otras ciudades del país. De acuerdo con lo mencionado, la única forma de acceder a *GC* consistía en realizar la suscripción bianual por el costo de 35\$. Según algunas cartas que aparecieron en el segundo número de la revista, al parecer el director habría hecho circular su edición inicial entre asociaciones charras de Guadalajara y del Distrito Federal. Eso implicaba la llegada a más de una decena de agrupaciones entre las que resaltaban la Asociación Nacional, la Asociación Metropolitana y la Agrupación de Charros Regionales, en la capital del país, y Charros de Jalisco, La Alteña de Charros y La Tapatía en Guadalajara. Además, *GC* llegó al despacho del jefe del Departamento de Turismo de Jalisco, Hugo Padilla Urtaza, quien celebró la aparición y respaldó con diferentes gestos la continuidad de la revista.<sup>15</sup>

El fundador, director y hacedor de *GC* había nacido en Guadalajara, en 1948. Mario Ruizesparza era hijo de un teniente del ejército que había participado en la Revolución Mexicana en las huestes de Pancho Villa. Lejos

<sup>15</sup> *Gráfica Charra*, año I, núm. 2, p. 4.

del ámbito militar, Mario se dedicó a la fotografía desde los 15 años. En un comienzo, trabajaba para escuelas de la ciudad que lo contrataban para realizar los retratos de los cursos. En 1968 abrió su propio estudio, donde se ofrecían servicios de publicidad y fotografía. Su profesión lo puso en contacto con el universo de la charrería, cuando fue contratado por la Asociación de Charros de Jalisco para realizar las fotos en uno de sus espectáculos. A partir de allí, desplegó su afición por la práctica de ese deporte y se integró a la agrupación.

GC fue un proyecto personal de Ruizesparza. Se trató de su primera experiencia al frente de una revista. Hasta ese momento, colaboraba como fotógrafo en *Gráfica Social*, una publicación de interés general sobre Guadalajara. Allí aprendió los rudimentos del periodismo. En su revista, el armado, los envíos por correo, la búsqueda de publicidad, la contaduría, el financiamiento, y otras tareas quedaban en sus manos. El director fue encontrando esporádicas ayudas, como las de su corrector Jesús Sánchez, o como las de fotógrafos que trabajaban en su estudio. No obstante, todo quedaba bajo su responsabilidad, incluso los envíos por correo para los suscriptores de lugares alejados. Según recuerda, “aprendí a diseñarlo, aprendí las artes gráficas rutinarias [...] en esa época, pegábamos con escuadra, con uhu, hacíamos entradas en negro para las fotos, cortábamos en diagonal las letras y luego lo llevábamos a la imprenta”<sup>16</sup>

En la imprenta de un profesor de periodismo de la Universidad Autónoma de Guadalajara, Manuel Galindo Gaytán, se tiraban mil ejemplares de cada número. El costo estaba cubierto por Ruizesparza gracias a las ganancias obtenidas en su estudio de fotografía. Al momento de la aparición de GC, Estudios del Bosque, su emprendimiento, ya contaba con dos empleados fijos y otros ocasionales, que también contribuían con tareas menores en el armado de la revista. El emplazamiento del local fotográfico en el área céntrica de Guadalajara le permitía acaparar gran parte de la demanda de eventos sociales que representaban su principal ingreso. Según las palabras de Ruizesparza, GC se trataba de un “hobby”, no de una empresa económica. De hecho, las variadas publicidades que recibía en ocasiones eran intercambiadas por suscripciones en favor de promocionar esas

<sup>16</sup> Entrevista a Mario Ruizesparza realizada por el autor, Guadalajara, 3 de julio de 2023.

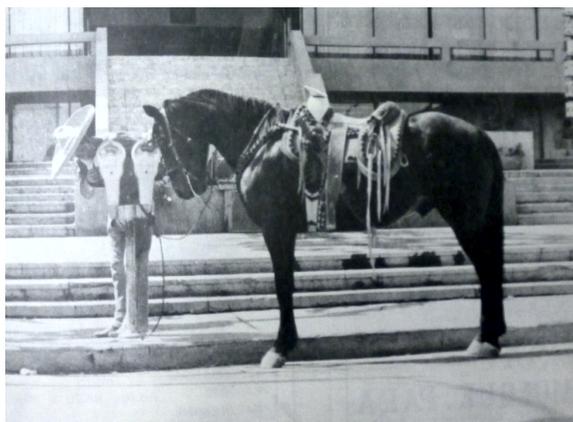
prácticas. Por el testimonio de su director, la revista no dejó ningún tipo de ganancia económica, pero tampoco pérdidas.

En el primer aniversario de la publicación, el editorial celebró la circulación de la revista por todo México. Como fundamento de esa afirmación, se menciona la recepción de cartas de diferentes ciudades como Veracruz, San Miguel de Allende, Sinaloa, Monterrey, etc. Al respaldo recibido por las asociaciones charras se le sumaba una nota de Padilla Urtaza que era pegada en una página entera para resaltar el carácter oficial de ese comunicado. Allí, el funcionario exhortaba a seguir en “el afán de difundir el único deporte nacional, la charrería, para que ocupe merecidamente un nivel de atractivo inminentemente turístico”.<sup>17</sup> Además de esas saluciones, se referían a otras llegadas desde distintos lugares de Estados Unidos, como Santa Fe Springs, Los Ángeles y Ohio. Tanto por las latitudes explicitadas como por la proyección de sus editoriales, efectivamente el horizonte del director de la revista estaba posado sobre un escenario amplio, que perforaba las fronteras del estado de Jalisco. No obstante, las reseñas de actividades deportivas, eventos culturales y noticias sociales estaban vinculadas a las asociaciones charras de Jalisco. Pese a que solicitaban reseñas y crónicas de otros lugares, no lograron incorporarlas con frecuencia. Por lo tanto, identificamos a Guadalajara como su principal campo de impacto y, en específico, a los sectores relacionados con la práctica de la charrería.

Hacia allí también se dirigieron las principales estrategias de intervención que se desplegaron desde la revista. La promoción de la charrería se realizó a través de sus crónicas y editoriales y de un modo más directo, ofreciendo premios y productos para propagar la práctica de ese deporte. En primera instancia, la revista comenzó a obsequiar un cuadro, con la foto del charro que más se destacara en los coleaderos —práctica que consiste en sujetar toros o novillos por la cola—. Al mismo tiempo, anunciaba que recibiría pedidos de fotografías de los charros favoritos de los lectores que serían enviadas sin cargo en un tamaño de 5 cm x 7 cm. Como venta adicional, a partir de 1972 promocionaron el grabado en metal para automóviles del emblema de GC. Las fotos de Hugo Padilla Urtaza con

<sup>17</sup> *Gráfica Charra*, año I, núm. 4, p. 7. Hugo Padilla Urtaza fue uno de los funcionarios que auspició la creación del Club de Periodistas de Jalisco en 1971. Su gestión quedó vinculada a la promoción de la prensa con fines a difundir una representación del Estado, y particularmente de su capital, convocante para potenciales turistas, nacionales y extranjeros.

la insignia pretendían inspirar a los charros para adquirir la novedad de la revista. Por otra parte, la idea de ofrecer un símbolo de la charrería exclusivamente para los autos dejaba ver una de las tensiones particulares en el campo de esas asociaciones. Se trataba de una relación dicotómica con las sociedades en las que vivían, generalmente urbanas y modernas. En una imagen promocional de la publicación, que ocupaba una página entera, se retrataba a un charro “estacionando” a su caballo y colocando una ficha para el parquímetro en pleno centro de Guadalajara (Figura 3). El mensaje consistía en mostrar que los charros conocían el funcionamiento ciudadano y formaban parte de su dinámica, pero conservaban elementos de un pasado que entendían necesario evocar. Una suerte de plus que los convertía en figuras particulares para su mundo contemporáneo y los posicionaba como rectores de la “tradición mexicana”, erigida en reacción a las costumbres y las modas de la época. En *GC* se reivindicaba la figura del jinete ante el desinterés de las nuevas generaciones, supuestamente atormentadas por consumos que las llevaban al “vicio y la corrupción”. En contraposición, Ruizesparza clamaba que “hay que frenarlos, hacerles sentir a los jóvenes la virilidad de la que hemos sido dotados los hombres; y a las mujeres, esa virtud que solo Dios se atrevió a confiarles, el pudor y la vergüenza.”<sup>18</sup> Para



**Figura 3.** *Gráfica Charra*, año II, núm. 9, p. 25.

<sup>18</sup> *Gráfica Charra*, año I, núm. 2, p. 4. El discurso alarmante sobre la sociedad que los rodeaba en cuanto a la filtración de costumbres y modas extranjeras atravesó toda la historia de la charrería asociada. En cada una de sus publicaciones periódicas dejaron registradas sus denuncias en torno a los deportes foráneos o a los productos culturales se instalaban en supuesto detrimento de la tradición mexicana. Una lectura problematizadora de esa relación en CASAS, “Gauchos y charros ante las industrias culturales”, pp. 45-66.

ello, se ponderaba la práctica de la charrería como si fuera un antídoto. Esos discursos estaban a tono con los que sostenían las asociaciones. Así, GC fue ganando poco a poco lugar en sus eventos.

En un torneo realizado en abril de 1973, la revista distinguió con un trofeo a Padilla Urtaza por su apoyo al deporte y a las agrupaciones desde el organismo público. El premio se lo entregó Ana Rosa Velasco, una joven que figuró solo en el último número como una colaboradora de la publicación.<sup>19</sup> Una de las notas finales se tituló “¿Quién será el mejor charro de 1973?” y anticipaba que, en diciembre de ese año, GC otorgaría un galardón al más destacado de cada una de las diez destrezas que componían el espectáculo charro. Lo llamativo en esa ocasión era que el director de la revista, junto a un grupo de allegados, iba a ser quien oficiara de jurado evaluador para la selección. De ese modo, pasaban a tener una injerencia directa sobre la práctica de la charrería dejando atrás el rol de mero difusor y propagador del “deporte nacional”.<sup>20</sup>

Ese rol también se iba desplegando con mayor intensidad en sus líneas editoriales. En esos textos se advierte un perfil “corrector” de la charrería que apuntaba a distintas direcciones. En primer término, contrarrestar la imagen del charro que primaba en el cine: “muchas personas creen que el charro es como sale en las películas, malo, fatuo, borracho, parrandero, jugador [...] ya es tiempo de borrar esa imagen de las mentes de esas personas y crearles una nueva”.<sup>21</sup> Luego, intentando modificar los espectáculos para que fueran más atractivos y contaran con mayor cantidad de gente; también interpelando a los funcionarios públicos para que se comprometieran con el desarrollo del deporte y auspiciaran sus veladas culturales; y por último, denunciando a las asociaciones charras por comportamientos y modas que germinaban entre sus miembros y que creían por fuera de las clásicas tradiciones mexicanas, como los “charros melenudos” que denigraban la presentación del “símbolo nacional”.<sup>22</sup>

<sup>19</sup> Mario Ruizesparza recuerda que era una pasante de la Universidad de Guadalajara que, conocedora de las fiestas charras, se interesó por participar de la revista. Entrevista a Mario Ruizesparza realizada por el autor, 3 de julio de 2023.

<sup>20</sup> *Gráfica Charra*, año III, núm. 10, p. 2.

<sup>21</sup> *Gráfica Charra*, año I, núm. 2, p. 4.

<sup>22</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 7, p. 18.

La posición alcanzada por *GC* era estimulada por dos motores. Por un lado, por el reconocimiento que recibía de parte de los charros jaliscienses y de las figuras públicas relacionadas a esos eventos. Verbigracia, en octubre de 1972, el Departamento de Turismo de Jalisco le otorgó a la revista el “trofeo al mérito charro” por su permanente contribución en la difusión de esos espectáculos. La gestión de Hugo Padilla Urtaza fue crucial en ese ámbito. Si bien el director de la revista desconoce cualquier financiamiento material a la publicación, quedaban a la vista las oportunidades que eran auspiciadas por el funcionario, tanto para *GC* como para las fotografías de Ruizesparza. Por otro lado, entre las páginas de la revista se iba construyendo su propio relato sobre la originalidad de la publicación. Con expresiones como “Fue la primera que salió a la luz” o “La primera revista especializada en charrería que apareció en México”, *GC* desconocía una genealogía de publicaciones que la habían antecedido y solo parecía dispuesta a dialogar con revistas que la secundaban en su propósito. Así, ni *México Charro*, órgano oficial de la Federación Nacional, editada con intermitencias desde 1936, ni *Charrería Revista Informativa*, publicada en la capital del país en la década del cincuenta, se establecían como antecedentes, aunque habían tenido un impacto significativo en ese ámbito.

En efecto, resultaba altamente improbable que en la charrería jalisciense se desconocieran esas revistas. Entre las variadas referencias que se podrían mencionar, nos detenemos en uno de los números de *México Charro*, dedicado íntegramente a las agrupaciones de Jalisco. El cuerpo directivo de esa revista capitalina había permanecido más de dos semanas en Guadalajara para obtener el material. Las más de veinte agrupaciones charras del estado eran celebradas en sus páginas, los patriarcas como Carlos Sánchez Llaguno y Andrés Z. Barba, entrevistados y reseñados, y las particularidades de la región resaltadas como máxima expresión de las costumbres mexicanas: “Jalisco es México por antonomasia, la provincia dilecta en la unidad nacional, algo como la hija mimada de la patria”.<sup>23</sup> El ayuntamiento de Guadalajara refrendaba esa exclusividad agradeciendo en una nota a página entera las labores de la Asociación de Charros de Jalisco. Toda la publicidad de ese número correspondía a comercios, industrias y servicios radicados

<sup>23</sup> *México Charro*, Segunda época, núm. 24, 14 septiembre 1951, p. 43.

en la “perla de México”, y los corresponsales locales eran saludados dejando en evidencia la circulación de la revista por la región.

Más allá de esos antecedentes, GC decidió trazar su propio “linaje de legitimación”.<sup>24</sup> La particularidad aquí era que la revista optaba por omitir las referencias pasadas para erigirse como empresa fundadora. Así, en 1971 saludaba las apariciones de *Fiesta de México* y de *Alma Charra*, inspiradas, según refería, en la experiencia de GC.<sup>25</sup> Más allá de esas menciones, en la revista no se registró una interacción fluida y permanente con otras publicaciones, en favor de insistir en su exclusividad. Sin embargo, algunos registros nos permiten vislumbrar un campo revisteril dinámico en el ámbito charro.

En los espacios publicitarios del ejemplar número ocho de GC, se utilizó un recuadro para otros propósitos. Con el título “Aclaración”, se incorporó la siguiente referencia:

En vista de que varias personas nos han estado reclamando sus revistas cuando nos ven en los lienzos nos vemos precisados a aclarar: que certifiquen en su talón de suscripción a qué revista lo hicieron, ya que existen varias en la república y Gráfica Charra no es la única, fue la primera que salió a la luz en la república mexicana. Por lo tanto, se les suplica cerciorarse y conservar su recibo de suscriptor.<sup>26</sup>

La nota estaba firmada por el director y, con el mismo texto, se repitió en el último número de la revista. Aunque estaba en un espacio periférico, era sumamente reveladora de la dinámica de las publicaciones. Hasta el momento no ha sido posible hallar registros de las otras revistas a las que se alude. No obstante, si tomamos en cuenta los antecedentes, esas referencias,

<sup>24</sup> Horacio TARCUS incorporó la categoría de “linajes diacrónicos de legitimación” para analizar cómo las revistas construían su genealogía en favor de conquistar un espacio en el mercado editorial. Véase *Las revistas culturales latinoamericanas*, p. 24.

<sup>25</sup> *Gráfica Charra*, año I, núm. 4, p. 8. Las referencias a charros “melenudos” englobaban una preocupación más amplia por los destinos de la juventud mexicana en general, que será retomada más adelante en este artículo. En el contexto de publicación de *Gráfica Charra*, el pelo largo conllevaba una representación contestataria que se expandía al calor del rock y la contracultura. Por ejemplo, mientras Ruizesparza denunciaba su preocupación por la presentación de los charros, en muchas escuelas de Argentina se desplegaba el “melenazo”, una manifestación masiva de varones que se pronunciaba en contra de cortarse el pelo. MANZANO, “Cultura, política y movimiento estudiantil”, pp. 41-52.

<sup>26</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 8, p. 17.

más los dos títulos que habrían surgido al calor de GC, es factible que el ámbito de la charrería estuviera atravesado por publicaciones de características similares. Se trataría de experiencias posiblemente efímeras con vistas a posicionar las prácticas de determinadas agrupaciones y/o regiones en la dinámica competitiva y cultural que contenía la charrería asociada. Si bien el texto pretendía subrayar la singularidad de GC, resulta evidente que no solo no era la primera sino tampoco la única, quizá de ahí el denodado esfuerzo por destacarse desde su propio relato. Ese tipo de menciones dan cuenta del “contexto de producción”, en términos de Annick Louis. Es decir, el grupo de revistas con las que, en este caso GC, entraba en “diálogo” y con las que no.<sup>27</sup>

En cuanto a las que podrían considerarse como revistas antecesoras, aunque desconocidas por la dirección de GC, podrían señalarse diferentes trazos de continuidad en orden a la narrativa presentada. Por tomar un ejemplo, los editores de *Charrería Revista Informativa*, alertaban: “Hoy jóvenes que visten raras modas, son diestros del rock and roll y del merengue, no asisten jamás a un jaripeo, ignorando o despreciando al charro y a la charrería”.<sup>28</sup> En clara sintonía con el pensamiento de Ruizesparza azuzaban la reivindicación de esas prácticas en favor no solo de la tradición sino de los pretendidos “valores mexicanos”. Conexiones similares se daban en las reseñas de las competencias deportivas, los editoriales y la circulación buscada. Entonces, si bien se negaba cualquier tipo de influencia, GC sostuvo un relato ya conocido al interior del universo charro, pero pretendió jerarquizarlo atribuyéndole una dosis de originalidad que ciertamente no tenía.

Aunque no lo aclarara entre sus páginas, la especificidad de GC podía residir en tres aspectos que sí la diferenciaban del resto: era editada en Guadalajara, esa locación le otorgaba una perspectiva diferente a las revistas de la capital del país; su estética era distinta al asignarle un rol central a las fotografías, más allá de que las revistas antecesoras contuvieran imágenes, en este proyecto ocupaban un lugar preponderante; por último, el papel couché utilizado era una innovación para las publicaciones sobre charrería.

<sup>27</sup> LOUIS y ANNICK, “Las revistas literarias como objeto de estudio”, pp. 31-57.

<sup>28</sup> *Charrería Revista Informativa*, año I, núm. 3, p. 3.

A diferencia de *México Charro* que era impresa en papel bond, GC elevaba la calidad de su presentación y se ofrecía como una novedad para el lector. En rigor, esa innovación se entendía acorde al selecto ámbito de la charrería asociada. En cierta medida, confirmaba el carácter exclusivo de los charros ya vislumbrado en la capacidad económica para mantener sus caballos, adquirir sus trajes y llevar adelante sus prácticas. Que GC se presentará en un papel brillante y de alta textura le permitía posicionarse como un producto acorde a esa exclusividad.

Por otro lado, la perspectiva jalisciense se ponía en evidencia no solo cuando la revista resaltaba la ligazón de esa región con las prácticas de la charrería, sino en la cobertura de eventos que estaban relacionados directamente con la difusión de una imagen turística del estado. Si Hugo Padilla Urtaza estimulaba a las asociaciones charras y, por consiguiente, a la promoción de la revista, desde GC se celebraron sus iniciativas para atraer visitantes y consolidar la representación de Guadalajara como “hija predilecta” de la nación. Entre esas actividades, imantó una especial atracción la organización del Festival Mundial de Folklore.

### EL FESTIVAL MUNDIAL DE FOLKLORE Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Una de las proyecciones que más se repetían en la revista estaba vinculada con su posibilidad de circulación. Si nos remitimos por las cartas mencionadas en sus páginas, tenían un alcance extenso que contemplaba casi todos los estados de México y algunas ciudades de Estados Unidos. Se carece de precisiones respecto a la tarea específica de los agentes que distribuían la revista en el interior y la capital del país. Según el recuerdo de Ruizsparza: “En ese tiempo sobraba quien quisiera ser corresponsal, sobraba quien te dijera mándamelos para acá que yo pago el flete”.<sup>29</sup> Así se dio a conocer la revista, acompañada por la expansión de la charrería y la vigencia de su práctica en diferentes lugares. En ese marco, se comprendía el interés por diseminar una representación de Jalisco asociada a las “auténticas” tradiciones mexicanas.

<sup>29</sup> Entrevista a Mario Ruizsparza realizada por el autor, Guadalajara, 3 de julio de 2023.

La historia de la región ofrecía una serie de singularidades que generalmente eran evocadas entre los adeptos a la charrería. En primer término, el carácter agroganadero de los Altos de Jalisco respondía al tipo de explotación predominante desde los tiempos de la independencia, que dio lugar al establecimiento de grandes haciendas. Además, ese sistema económico, en el que se posicionaba la figura del charro, funcionaba de modo relativamente aislado de la zona del centro del país. De acuerdo con Carreño King ese aislamiento “reforzaba el arraigo regional frente a las aspiraciones de unidad nacional provenientes del centro”.<sup>30</sup> En términos de Palomar, el occidente de México se caracterizó históricamente por sostener una rivalidad “política, económica y cultural” con el poder central.<sup>31</sup> Así planteado, se impone un interrogante que fue acertadamente presentado por la bibliografía especializada en el tema: ¿por qué una imagen identificada a una región particular del país se intentó imponer como estereotipo nacional?

Desandar con profundidad esa respuesta ameritaría un trabajo específico. Ricardo Pérez Montfort mostró cómo durante la década del veinte todavía coexistían una serie de estereotipos regionales (jarochos, inditos, norteños, charros, etc.) sin que se impusiera uno sobre otros. Con las “campanas nacionalistas” organizadas por los gobiernos posrevolucionarios, la figura del charro comenzó a establecerse como referente identitario para la nación. La necesidad de unificar al país bajo una representación común, de conciliar con los sectores conservadores del Bajío que habían perdido sus haciendas en tiempos revolucionarios, y de disciplinarlos al ofrecerles un espacio cultural y simbólico protagónico, son algunas de las explicaciones que se postularon para explicar ese trayecto consagratorio del charro hacia el centro de la nacionalidad.<sup>32</sup>

El estereotipado jinete no solo funcionó como un recurso hacia adentro, para intentar homogeneizar una población sumamente diversa, sino también como imagen de México hacia el exterior. El período aquí estudiado se caracterizó por una fuerte promoción del turismo que incluyó la conformación de dependencias del gobierno particulares, proyectos de Ley

<sup>30</sup> CARREÑO KING, “El charro: estereotipo nacional”, p. 52.

<sup>31</sup> PALOMAR VERA, *En cada charro un hermano*, p. 18.

<sup>32</sup> PÉREZ MONTFORT, *Estampas del nacionalismo*, pp. 113-138.

y otras estrategias. Por poner un ejemplo, durante la presidencia de Luis Echeverría (1970-1976) se instituyeron “entidades descentralizadas y fideicomisos en apoyo del turismo”.<sup>33</sup> Uno de los lugares donde se desplegaron esas entidades fue en Acapulco. A su vez, se impulsó el crecimiento del Caribe mexicano, fomentando las inversiones en hotelería y comunicaciones. En Jalisco, la explotación de Puerto Vallarta como destino playero todavía era incipiente. El estado contaba con otros recursos para posicionarse en la oferta turística. El tequila, el jarabe tapatío, el mariachi y, claro, los charros, eran algunos de los elementos que pretendían marcar la exclusividad de la región frente a otras ciudades de México.<sup>34</sup>

En ese contexto, Hugo Padilla Urtaza le encargó a Ruizesparza una exposición de foto-murales charros de 2,20 m. x 1.80 m. La muestra encontró diferentes destinos y quedó emplazada de manera permanente en una plazuela del centro de la ciudad y en el Hotel Guadalajara Hilton. De acuerdo con la trayectoria que se registraba en *GC*, las fotografías se habían presentado en diferentes exposiciones ganaderas e incluso, veinticinco de ellas, se habían expuesto en Nueva York. La circulación de esos murales quedó anudada a dos estrategias desplegadas por el Departamento de Turismo: la realización de la semana de Jalisco en ciudades del exterior y la organización del Mundial de Folklore en Guadalajara.

En el número diez de *GC* se publicó una carta enviada por el cónsul de México en Vancouver, Canadá. La firmaba Hermilo López Bassols y estaba dirigida a Hugo Padilla Urtaza. Allí se rememoraba la realización de la semana de promoción turística auspiciada por el estado y titulada “Hoy Jalisco”. Hasta esa ciudad viajaron los murales de Ruizesparza, exposiciones de alfarería, elementos característicos de Jalisco y el propio gobernador, Alberto Orozco Romero, para inaugurar el evento.<sup>35</sup> Se trataba de una práctica recurrente en la gestión de Padilla Urtaza quien, como aficionado de la charrería, se ocupaba de presentar a los jinetes como referentes identitarios no solo de México, sino particularmente de Jalisco.

<sup>33</sup> MADRID FLORES *et al.*, *Turismo en México*, p. 57.

<sup>34</sup> El estado de Jalisco es considerado una de las cunas de la charrería. Muchos de los charros que promocionaron la fundación de asociaciones durante el siglo XX eran oriundos de esa región, como José Ignacio Lepe, Miguel Aceves Galindo y Manuel Efrén Razo, entre otros.

<sup>35</sup> *Gráfica Charra*, año III, núm. 10, p. 24.

En paralelo a las exposiciones de Vancouver, durante tres meses Guadalajara fue sede del Festival Mundial de Folklore. La recepción de un evento internacional se daba en una coyuntura signada por la reciente realización de dos de las competencias de mayor convocatoria a nivel global: los Juegos Olímpicos en 1968 y el Mundial de Fútbol en 1970. El gobierno de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) intentó proyectar una imagen positiva de México hacia el exterior, centrada en la modernización de sus ciudades y el carácter pacífico del país, justo en tiempos de violencia y represión interna.<sup>36</sup> Si bien Guadalajara había sido afectada por esos acontecimientos (en tanto subsede de ambos), la realización del Festival Mundial de Folklore le asignaba un protagonismo absoluto: “pone a la colectividad tapatía ante el espejo de la observación mundial”.<sup>37</sup>

En 1972, la capital de Jalisco era anfitriona de un encuentro que presentaba a las evocaciones folklóricas como puente de entendimiento entre las diferentes naciones. Para la región, representaba una oportunidad inmejorable para confirmar su preminencia en la contribución a las imágenes de una “tradición mexicana” y para promover el posicionamiento turístico del lugar. El 14 de abril de ese año, la prensa local publicó diversos comunicados que convocaban a todos los funcionarios, empresas, comerciantes, industriales, educadores y asociaciones diversas del estado a presentarse a la inauguración oficial del certamen que daría inicio el día posterior. El embajador de los Estados Unidos, Robert H. McBride, viajó exclusivamente para representar al presidente Nixon en el acto inaugural. El periódico *El Informador*, de Guadalajara, celebraba el evento que convocaría a más de treinta países: “hemos ganado a pulso una tradición cultural que cada día consolida e incrementa [...] el buen trato a los huéspedes, la supresión de abusos en hoteles, restaurantes, medios de transporte, etc. pueden redituvar grandes dividendos en esa industria sin chimeneas que es el turismo y simultáneamente incrementar el prestigio cultural logrado”.<sup>38</sup>

La convocatoria al Mundial se justificaba desde dos instancias: una material, ligada al potencial para obtener recursos e ingresos a partir de la

<sup>36</sup> KURI, *Museo del universo: los juegos olímpicos*.

<sup>37</sup> *El Informador*, 15 de abril de 1972, p. 4.

<sup>38</sup> *El Informador*, 15 de abril de 1972, p. 4.

afluencia de turistas; otra simbólica, tendiente a consolidar el lugar cultural que ocupaba Guadalajara como garante de las tradiciones del país. Cuando el presidente Luis Echeverría Álvarez visitó las instalaciones donde se desarrollaba el evento, refrendó que Jalisco era el estado que “mayor porcentaje aportaba a la imagen folklórica de México”.<sup>39</sup> Desde ahí, se proyectaba un impacto global que era azuzado por la visita de funcionarios de diversos países.

La utilización del folklore como puente de comunicación entre regiones diversas no era una novedad del Mundial. En efecto, desde comienzos del siglo XX se registraron esfuerzos por gestar tramas de solidaridad entre países a partir de las “conexiones folklóricas”. Juliette Dummont estudió cómo en el Cono Sur, el folklore formó parte de la diplomacia cultural de manera frecuente.<sup>40</sup> Corinne Pernet investigó las redes transnacionales que involucraban a instituciones e investigadores del folklore en América Latina y sus relaciones con las proyecciones panamericanas que se esbozaban desde Estados Unidos en tiempos de la “buena vecindad”.<sup>41</sup> En esa línea, contribuimos analizando las visitas del folklorólogo norteamericano Ralph Steele Boggs al sur de América, una figura central para articular las experiencias de las asociaciones folklóricas que se instituían en la región promediando el siglo XX.<sup>42</sup> Pérez Montfort advirtió el paralelismo en el auge de los estudios folklóricos para esa época, cuando los Estados nacionales se preocupaban por financiar organismos y auspiciar actividades folklóricas en clave identitaria.<sup>43</sup> Para el caso mexicano, la figura de Vicente T. Mendoza fue fundamental, tanto en la fundación de la Asociación Folklórica de México como en la formación de redes transnacionales.<sup>44</sup>

La charrería asociada tenía un espacio en la Asociación Folklórica Mexicana. Leovigildo Islas Escárcega, uno de los fundadores de la Federación Nacional de Charros y permanente colaborador de la revista *México Charro*,

<sup>39</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 6, p. 1.

<sup>40</sup> DUMMONT, *Diplomaties culturelles et fabriques des identités*.

<sup>41</sup> PERNET, “Pela cultura genuína das Américas”, pp. 19-51.

<sup>42</sup> CASAS, “Folklore, Literatura y Panamericanismo.”, pp. 1-16.

<sup>43</sup> PÉREZ MONTFORT, “Folklore e Identidad.”, pp. 43-49.

<sup>44</sup> Para una muestra de la relevancia de Mendoza en el ámbito de los estudios folklóricos, consultar el catálogo de su correspondencia, localizada en el Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional de México, y los estudios preliminares disponibles en <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000707694/3/0707694.pdf>

era miembro de esa asociación y solía disertar respecto a los destinos de la charrería en el país y en el extranjero. En una de sus charlas, pronunciada en agosto de 1956, explicaba los intereses en común de las dos agrupaciones: “ya que la charrería mexicana, aparte su condición indiscutible de símbolo nacional, constituye sin duda, la rama más vigorosa y característica de nuestro costumbrismo”.<sup>45</sup> Esa conexión entre folklore y charrería se reforzó notoriamente durante la realización del Mundial.

Artistas de Rusia, Israel, Argentina, España, Alemania, entre otras latitudes, se dieron cita en la capital del estado para competir en espectáculos de música, baile y destrezas ecuestres. En ese contexto, los charros tuvieron una participación central. Intervinieron en la doble faceta que contenían sus prácticas. Por un lado, oficiaron de símbolo, acompañando con formaciones y desfiles la inauguración del evento y la llegada de los principales funcionarios. La reina de la Asociación Alteña de Charros encendió el pebetero que dio por iniciadas las actividades. Por otro lado, en la entrada del auditorio Benito Juárez, donde se realizaban las competencias, se construyó un lienzo para que se efectuaran charreadas de manera permanente. Durante 65 días se realizaron demostraciones y disputas marcando un récord para los anales de la charrería. En los folletos que promocionaban el evento también se advertía el protagonismo asignado a los charros, quienes enlazaban la representación del planeta y lo atraían hacia Guadalajara (Figura 4) o encabezaban la recepción de delegados extranjeros con un gesto fraternal (Figura 5).

El Mundial, en su conjunto, corroboró la relevancia de Jalisco en orden a las tradiciones mexicanas. El presidente Echeverría evocó esa correspondencia, como señalamos más arriba. Desde su gestión, también se ocupó de promover el ejercicio de la charrería. Al año siguiente, le donó a la Federación Nacional el edificio del ex convento Montserrat en el centro histórico de la capital para que emplazaran sus oficinas y fundaran su museo.<sup>46</sup> Por su parte, el gobernador de Jalisco, Alberto Orozco Romero, resaltó el potencial diplomático del folklore para abrir canales de “cordialidad y comprensión” entre los países.<sup>47</sup> La figura del charro también resultaba

<sup>45</sup> ISLAS ESCÁRCEGA, “La indumentaria del charro”, p. 41.

<sup>46</sup> Echeverría concurrió a la inauguración del “Palacio de la Charrería” el 25 de octubre de 1973. *México Charro*, enero de 1974, año 1, núm. 5, p. 7.

<sup>47</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 6, p. 1.



completa de esos eventos.<sup>48</sup> Así, la publicación contribuía no solo con la difusión de la charrería sino también con la promoción turística de la región ante diversos públicos. Si bien no se materializó con nuevos suscriptores internacionales ni con una circulación más extendida, le permitió proyectar su discurso y consolidar su “voz” para Jalisco.

En GC se abonó la imagen pacífica y fraterna de México que se sostenía desde el gobierno. En la antesala de la inauguración del Festival interpelaron a los lectores en esa dirección: “La amistad de los pueblos a través de sus expresiones más humanas [...] alientan los esfuerzos para lograrla, y estamos seguros que ustedes estarán con nosotros en la confirmación de esta imagen que se proyectará al mundo con un vivo mensaje de paz”.<sup>49</sup> Las fotografías que se publicaron en la revista de Ruizsparza para la cobertura del Mundial de Folklore estuvieron destinadas, en primer término, a retratar la participación de altos funcionarios en el evento, como el presidente de la nación. Luego, a resaltar la intervención de la charrería asociada en los programas: Esmeralda I, reina charra; Raúl Zermeño, pequeño integrante de una familia de charros de abolengo; los miembros de la Asociación Charros de Jalisco escoltando a las autoridades; y, finalmente, las competencias ecuestres que se realizaron diariamente.

Dos consideraciones se desprenden de las imágenes y de las crónicas publicadas sobre el Mundial de Folklore. La figura del charro reforzaba una de las cualidades más revisitadas en la construcción de ese estereotipo: la amistad. Desde los primeros patriarcas de la charrería asociada, que comenzaron a publicar sus trabajos a partir de la década del veinte, se diseminó una representación del charro alejada de cualquier conflicto social y pronta a establecer lazos de empatía y fraternidad.<sup>50</sup> A contramano de los enfrentamientos que habían marcado a México a comienzos de siglo XX o de las condiciones de trabajo que se registraban en muchas haciendas, el estereotipo contenía un mensaje edulcorado, en favor de la “unidad nacional”. Con esa impronta, también se propagó en el exterior gracias a las giras de las asociaciones charras por diversos países del continente.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 6, p. 8.

<sup>49</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 4, p. 28.

<sup>50</sup> CUÉLLAR, *Charrerías*, 1928.

<sup>51</sup> VALERO SILVA, *El libro de la charrería*, pp. 194-196.

Esos antecedentes contribuyeron a colocar al charro como figura central en la celebración del Festival que convocaba a numerosas delegaciones. La segunda consideración con respecto a la cobertura de GC remite a la potencia que contenía el charro para reafirmar la condición protagónica de Jalisco en el concierto de tradiciones mexicanas. En esa línea, Ruizesparza le reservó un espacio considerable (de media página) a las palabras del gobernador Orozco Romero: “se pudo lograr la meta que se pretendía y que era la de estrechar los lazos de amistad con todos los países del orbe y [...] promover nuestro estado en dimensión internacional [...] a través de mayores corrientes turísticas y de una intensiva difusión de la imagen cultural”.<sup>52</sup> Esa imagen cultural era encarnada por la representación del charro que sostenían los miembros de las agrupaciones.

La revista contribuyó a exportar una imagen de México amigable, cordial y exenta de toda tensión, aun cuando el país atravesaba un contexto social turbulento. Así eran vitoreados los funcionarios, solo en orden al respaldo y la promoción de la charrería. GC insinuó una lectura alarmante por el destino de las juventudes, que eran “arrastradas” hacia los mayores desatinos según se deslizaba en sus páginas.<sup>53</sup> Sin embargo, en ningún caso se profundizaron esas expresiones. En su lugar, reforzaban otro modelo para los jóvenes, que emergía desde hacía pocos años: la fundación de Asociaciones de Charros Universitarios. En la Universidad Autónoma de Guadalajara se había instituido en 1968 y, gracias a las donaciones realizadas por el rector, cinco años más tarde construían su propio lienzo.<sup>54</sup> En un clima de permanentes revueltas estudiantiles, la emergencia de ese tipo de agrupaciones requeriría un abordaje específico.<sup>55</sup> En este caso, desde GC se hacían votos para que “de las aulas salieran cada vez más charros”, como una suerte de encausar la proyección de la juventud hacia los valores y las tradiciones mexicanas.<sup>56</sup>

<sup>52</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 6, p. 2.

<sup>53</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 4, p. 8.

<sup>54</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 9, p. 5.

<sup>55</sup> Para una muestra sobre la conflictividad estudiantil en ese período, véase LÓPEZ MENÉNDEZ *et al.*, *10 de junio no se olvida*.

<sup>56</sup> *Gráfica Charra*, año II, núm. 9, p. 5.

## CONCLUSIONES

Mario Ruizesparza fundó GC motivado por tres factores: sus antecedentes como colaborador en una revista local, su labor profesional como fotógrafo, y su incipiente afición por la charrería. Esos tres elementos marcaron las características de la revista. La empresa fue, desde sus comienzos, un proyecto personal. De ese modo, se sostuvo gracias a los esfuerzos de su director, fotógrafo, redactor y financista. Si bien ese control centralizado de la publicación le otorgaba ciertas ventajas, como la posibilidad de organizar sus cronogramas de trabajo de acuerdo con sus exclusivas necesidades, también conllevaba un límite. Al no plantearse como un negocio en búsqueda de beneficios económicos, la sobrevivencia de la revista quedaba sujeta a la disponibilidad de Ruizesparza. A mediados de 1973, cuando los trabajos en el estudio fotográfico requirieron una mayor inversión de tiempo y el propio director de la revista incursionaba en motivos diferentes, como las imágenes aéreas y la tauromaquia, GC dejó de publicarse.<sup>57</sup>

Antes que charro, Ruizesparza era fotógrafo y esa condición repercutió en las páginas de la revista. No solo por el protagonismo que tenían las imágenes, sino también porque se trataba de una publicación especializada en charrería realizada íntegramente por una persona que no tenía abolengo charro ni se destacaba particularmente en las artes ecuestres. En efecto, se definía como un “charro banquetero”, que montaba y desfilaba, pero cuya principal contribución pasaba por la difusión de ese deporte.<sup>58</sup> Entonces, GC no solo fue su obra prima editorial, también fue su vía de entrada a un ambiente hermético como el de la charrería.<sup>59</sup> En otros términos, fue su mecanismo de legitimación, tal como lo mostraba su retrato en el primer número de la revista.

<sup>57</sup> A los pocos años, se retomó la edición de una segunda etapa de *Gráfica Charra* pero no logró consolidarse en el tiempo. La imposibilidad de abrir la revista hacia otros temas que confluyeran con sus intereses como fotógrafo, llevó a Ruizesparza a suspender el proyecto.

<sup>58</sup> Entrevista a Mario Ruizesparza realizada por el autor, Guadalajara, 3 de julio de 2023.

<sup>59</sup> En la charrería asociada el linaje familiar era una condición central para validar la pertenencia. Esa característica era reforzada en el discernimiento entre quienes eran “charros de abolengo”. Cristina Palomar Vereá resaltó esa pertenencia en las entrevistas realizadas para su libro. Allí uno de los miembros de esos grupos afirmaba: “el charro de abolengo lo trae de sangre, lo trae de estirpe, lo trae de que de niño empezó a lazar ganado en las haciendas...”, requisitos que no completaba el director de *Gráfica Charra*. PALOMAR VEREA, *En cada charro un hermano*, p. 174.

*GC* no se apartó de los discursos institucionalizados sobre la charrería. Es decir, revalidó a sus patriarcas, corroboró su condición de auténtica tradición mexicana y estimuló la participación y el auspicio de esas prácticas como reserva moral para el país. Para ello, sostuvo la representación del charro como estereotipo nacional de México, intentó contrarrestar cualquier imagen que afectara su figura y estimuló la renovación de la charrería en favor de cautivar a un público más amplio.

Entre sus páginas se filtraron indicios de la existencia de un campo revisteril activo en el ambiente de la charrería. Pese a ello, *GC* desconoció cualquier antecedente y se presentó como una novedad absoluta. El discurso fundacional de la revista en ningún caso fue argumentado y, de hecho, se contraponía fácilmente para cualquier charro que se hubiera desempeñado en ese universo con anterioridad. Sin embargo, la cantidad de imágenes publicadas, el tipo de papel empleado y la centralidad que adquiría Jalisco favorecieron la recepción de *GC*, al menos en una escala regional.

La eficacia de la revista para hacerse un espacio entre los charros —y para hacerle un espacio a su director en ese ambiente— se puso en evidencia en la autoridad que iba ganando como juez crítico del desempeño y de la moda de los charros. De hecho, Ruizesparza oficiaría como jurado de uno de los concursos ecuestres. Que un “charro banquetero”, sin abolengo que lo respaldara, llegara a ocupar ese rol evaluador se explica por el impacto que había tenido su revista entre los charros de Jalisco. En buena medida, esa recepción respondió al protagonismo que tuvieron las agrupaciones de la región frente a asociaciones similares en otras ciudades del país.

Durante el Festival Mundial de Folklore, los números de *GC* mostraron cómo se articuló la promoción del turismo en Guadalajara, el fomento de la charrería y la intención de proyectar una imagen positiva de México hacia el exterior. En ese marco, lo que había emergido en el ámbito editorial como una pequeña empresa personal de Ruizesparza, participó en dos procesos más complejos, como la consolidación de un estereotipo nacional con asiento en Jalisco y el fomento del turismo en el estado, al mismo tiempo que mostró los puntos de encuentro entre ambos.

## REFERENCIAS

### BIBLIOGRAFÍA

- BARRACLOUGH, Laura, *Charros. How Mexican Cowboys Are Remapping Race and American Identity*, California, University of California Press, 2019.
- CARREÑO KING, Tania, *El charro: la construcción de un estereotipo nacional, 1920-1940*, México, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, Federación Mexicana de Charrería, 2000.
- CARREÑO KING, Tania, “El charro: estereotipo nacional a través del cine (1920-1940)”, México, Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1995.
- CASAS, Matías Emiliano, “Folklore, Literatura y Panamericanismo. Reflexiones de dos visitas académicas estadounidenses a la Argentina (1940-1945)”, en *Estudios iberoamericanos*, 46: 3, 2020, pp. 1-16.
- CASAS, Matías Emiliano, “Gauchos y charros ante las industrias culturales: Entre las críticas, las tergiversaciones y la fascinación (1930-1950)”, en *Anuario IEHS*, 35: 2, 2020, pp. 45-66.
- CASAS, Matías Emiliano, “Tradicición, deporte, bandera y armas: una aproximación a la charrería asociada en la Ciudad de México (1933-1943)”, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, 65, 2023, pp. 149-178.
- CUÉLLAR, Alfredo, *Charrerías*, Ciudad de México, Imprenta Azteca, 1928.
- DONÁN, Juan José, “Por mi raza hablará Jorge Negrete”, en *Artes de México*, 50, 2000, pp. 62-69.
- DUMMONT, Juliette, *Diplomaties culturelles et fabriques des identités: Argentine, Brésil, Chili (1919-1946)*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2018.
- GONZÁLEZ RAMÍREZ, Laura, “La construcción de la imagen del charro a través de la literatura y las artes gráficas en el siglo XIX”, en *Vínculos. Sociología, análisis y opinión*, 11: 17, 2020, pp. 189-209.
- ISLAS ESCÁRCEGA, Leovigildo, “La indumentaria del charro”, en *México Charro*, Tercera época, 1: 4, junio-agosto 1956, p. 41.
- KURI, Ariel, *Museo del universo: los juegos olímpicos y el movimiento estudiantil de 1968*, Ciudad de México, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, 2019.
- LÓPEZ MENÉNDEZ, Marisol, MENDOZA GARCÍA, Jorge y CARPIO PÉREZ, Amílcar, (Coordinadores), *10 de junio no se olvida: organización estudiantil, narraciones y memoria del Halconazo de 1971*, México, Universidad Iberoamericana, 2022.
- LOUIS, ANNICK, “Las revistas literarias como objeto de estudio”, en Hanno ERLICHER y Nanette RIBLER-PIPKA (Editores), *Almacenes de un tiempo en fuga. Revistas culturales en la modernidad hispánica*, Aachen, Shaker Verlag, 2014, pp. 31-57.

- MADRID FLORES, F. Roberto Gavaldón y Bertha PÉREZ CAMARGO (Coordinadores), *Turismo en México, Treinta años de la Secretaría de Turismo (1975-2005)*, Ciudad de México, DGE Equilibrista, 2005.
- MANZANO, Valeria, “Cultura, política y movimiento estudiantil secundario en la Argentina de la segunda mitad del siglo XX”, en *Propuesta Educativa*, 20: 35, 2011, pp. 41-52.
- MEDINA MIRANDA, Héctor, *Vaqueros Míticos. Antropología comparada de los charros en España y México*, México, Gedisa, 2020.
- MULHOLLAND, Mary-Lee, “Jalisco is Mexico: Race and Class in the Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería in Guadalajara, Mexico (1994-2003)”, en *The Journal of American Folklore*, 134: 533, 2021, pp. 292-318
- NECOECHEA, Gerardo, “La prensa de izquierda en México en la década de 1970: el ¿Qué Hacer? y la fundación de *El Martillo*”, en *Cuicuilco. Revista de Ciencias Antropológicas*, 25: 71, 2018, pp. 139-157.
- PALOMAR VEEA, Cristina, *En cada charro un hermano. La charrería en el estado de Jalisco*, Jalisco, Secretaría de Cultura, Gobierno del estado de Jalisco, 2004.
- PÉREZ MONTFORT, Ricardo, “Folklore e Identidad. Reflexiones sobre una herencia de medio siglo en América”, en *Archipiélago, Revista Cultural de Nuestra América*, 11: 41, 2003, pp. 43-49.
- PÉREZ MONTFORT, Ricardo, *Estampas del nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 1994.
- PERNET, Corinne, “Pela cultura genuína das Américas: folclore musical e política cultural do Pan-americanismo, 1933-1950”, en *Revista Brasileira de Música*, 27: 1, 2014, pp. 19-51.
- PITA GONZÁLEZ, Alexandra, “Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales”, en *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 5: 1, junio, 2015, pp. 1-30.
- ROGERS, Geraldin, “Presentación. Publicaciones periódicas del siglo XX: aspectos emergentes, miradas latinoamericanas”, en *Catedral Tomada*, 6: 11, 2018, pp. 1-12.
- RUIZ LAGIER, Rocío, “México ¿La dictadura perfecta?”, en *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM* [en línea], 38, 2019 [consultado el 28 de agosto de 2023].
- SÁNCHEZ PARRA, Sergio Arturo y UZETA, Antonio de Jesús, “Periodismo y violencia política en México, 1970-1976. La mirada de *El Diario de Culiacán*”, en *Letras Históricas*. 12, 2015, pp. 115-140.
- TARCUS, Horacio, *Las revistas culturales latinoamericanas. Giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles*, Buenos Aires, Tren en Movimiento Ediciones, 2020.

VALERO SILVA, José, *El libro de la charrería*, Ciudad de México, Offset Multicolor, 1985.

ZAPATA, Gabriela, DOMÍNGUEZ, Yzach, GOOCH, Steven y PACHECO, Ariadne, “Charros in Texas and Gauchos in Argentina. A Social Semiotic Analysis of Historical Artifacts”, en *The International Journal of Design in Society*, 15: 1, 2021, pp. 25-44.

Fecha de recepción: 5 de septiembre de 2023

Fecha de aceptación: 8 de noviembre de 2023

