



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN PERIODISMO**

TEMA

**EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO
ESTRATEGIA COMUNICACIONAL**

TUTOR

MSC. DIANA ISABEL ALMEIDA AGUILERA

AUTORES

VIVIANA MADELAINE CASTILLO ASTUDILLO

MARIA PAULA RADA ALVAREZ

GUAYAQUIL

2019

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: La caricatura periodística como estrategia mediática de diario El Telégrafo ante la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.	
AUTOR/ES: Viviana Madelaine Castillo Astudillo Maria Paula Rada Alvarez	REVISORES O TUTORES: Msc. Almeida Aguilera Diana Isabel
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciado (a) en Periodismo
FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	CARRERA: PERIODISMO
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019	N. DE PAGS: 82 pags.
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información	
PALABRAS CLAVE: Caricatura – Opinión Pública – Medios de Comunicación - Conducta.	
RESUMEN: Se realizó este proyecto con el objetivo de analizar la influencia de las caricaturas del diario El Telégrafo en la construcción de la opinión política de los ciudadanos entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil, con el fin conocer su grado de aceptación y de consumo en el sector y así mismo el poder que tienen estas caricaturas en la construcción de opinión pública sobre un tema específico que es la política en el nuestro país. Se efectuaron referentes teóricos y metodológicos para este estudio, por tanto se basa en los diferentes conceptos que se atribuyen y tienen relación con la historia de la Caricatura periodística, géneros de la caricatura, opinión pública y los medios de comunicación. Para identificar los diferentes aspectos sociales y psicológicos que afectan a la población por la percepción de las caricaturas publicadas en el diario El Telégrafo, se utilizó la técnica de la investigación de campo, datos cuantificables que darán a conocer e identificar los diferentes aspectos. El presente documento tiene características investigativas y opiniones públicas en	

<p>un rango de edad y perímetro de la ciudad de Guayaquil con el fin de conocer la apreciación, conducta y postura reflejada ante las caricaturas publicadas por el medio antes mencionado.</p> <p>Este análisis dio como resultado un alto índice de aceptación de las caricaturas en la ciudadanía y se confirma que las caricaturas generan un cambio de opinión en la sociedad.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Castillo Astudillo Viviana Madelaine Rada Alvarez Maria Paula	Teléfono: 0986584216 0983676385	E-mail: vivimadelaine.castillo@gmail.com paulaalvarez19@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. Oramas Salcedo Marco Teléfono: 04296500 Ext. 245 E-mail: moramass@ulvr.edu.ec MSC. Federico Varas Chiquito Teléfono: 04296500 Ext. E-mail: fvaras@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL CASTILLO-RADA.doc (D47760574)
Submitted: 2/8/2019 9:41:00 PM
Submitted By: dalmeidaa@ulvr.edu.ec
Significance: 7 %

Sources included in the report:

TESIS caricaturas de Bonil y Pancho Cajasdocx (D13590212)
Trabajo de titulacion UG katherine narcisa chele rosado.pdf (D30286223)
<https://www.ecured.cu/Caricatura>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Caricatura>
<https://www.slideshare.net/ZoraidaAlvarado/caricaturas-de-critica>
<http://clio.rediris.es/arte/caricaturas/caricatura.htm>
<https://www.eluniverso.com/2004/07/28/0001/262/D9C121AC42DA408181BA90358E05853F.html>
<https://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/08/nota/4529436/trazos-siempre-irreverentes>

Instances where selected sources appear:

15

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El(los) estudiante(s) egresado(s) VIVIANA MADELAINE CASTILLO ASTUDILLO, MARIA PAULA RADA ALVAREZ declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **La caricatura periodística como estrategia mediática de diario El Telégrafo ante la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota I de la ciudad de Guayaquil**, corresponde totalmente a el(los) suscritor(s) y me (mos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma:

Viviana Madelaine Castillo Astudillo

C.I. 0926586819

Firma:

Maria Paula Rada Alvarez

C.I. 0923377386

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL", designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de PERIODISMO de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL", presentado por los estudiantes VIVIANA MADELAINE CASTILLO ASTUDILLO, MARIA PAULA RADA ALVAREZ como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO (A) EN PERIODISMO, encontrándose apto para su sustentación.

Firma: 

MSC. DIANA ISABEL ALMEIDA AGUILERA

CC: 0921233961

DEDICATORA

Esta tesis está dedicada a:

A mi madre Alexandra Astudillo Barrera quien con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir esta meta en mi vida, gracias a mi abuela Julia Barrera que siempre me mantuvo alentada en mis estudios y su sueño más grande es verme con este título en la mano. Así mismo a mi motor de vida que es mi hija y a mi apoyo mi adorado esposo.

Viviana Castillo Astudillo

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo a mí misma por el esfuerzo y tiempo que me ha tomado realizarlo y pese a las adversidades se ha cumplido.

Viviana Castillo Astudillo

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Quiero dedicar esta monografía, a un amigo muy especial, que es DIOS, por su amor y su bondad al estar presente, no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento, ofreciéndome y buscando lo mejor para mi persona.

A mi MADRE, que es mi bendición, gracias por mostrarme el camino hacia la superación, a mis amigos por permitirme aprender más de la vida a su lado. Esto es posible gracias a Uds. que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser un profesional de la Patria.

María Paula Rada Alvarez

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte”, la cual me abrió sus puertas para formarme profesionalmente.

A mis profesores por sus diferentes formas de enseñar, quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día y lograr mis objetivos.

A mi MADRE CLARITA ALVAREZ, por su apoyo en todo momento, por sus consejos, sus valores por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por su apoyo económico que me ha brindado, pero más que nada por su AMOR, que es el motor de mi vida y a mi PADRE JAVIER RADA que desde el cielo se encuentra orgulloso de mi.

María Paula Rada Alvarez

INDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
INDICE GENERAL	xi
INDICE DE FIGURAS	xiv
INDICE DE ECUACIÓN	xiv
INDICE DE TABLAS	xv
INDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN	xvii
SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Tema	2
1.2 Título	2
1.3 Planteamiento del problema	2
1.4 Formulación del problema	3
1.5 Sistematización del problema	4
1.6 Objetivos de la investigación	4
1.6.1 Objetivo general	4
1.6.2 Objetivos específicos	4
1.7 Justificación de la investigación	5
1.8 Alcance de la investigación	6
1.9 Idea a defender	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 La Caricatura en el Periodismo	9
2.2 Tipos de Caricaturas Periodísticas	10
2.2.1 La caricatura simbólica	10
2.2.2 La caricatura literaria.	10
2.2.3 La caricatura social	11

2.3 La Opinión Pública y los medios de comunicación	11
2.4 Influencia De Los Medios De Comunicación En La Formación y Regulación De La Opinión	13
2.5 Caricaturas, Dibujos y Fotografías	14
2.6 Caricaturas en el Ecuador	15
2.7 Trazos desde siempre irreverentes	17
2.8 Diario el Telégrafo	19
2.9 Análisis de algunas caricaturas del Diario El Telégrafo	23
2.10 Marco Legal	28
2.11 Marco Conceptual	30
CAPITULO 3	35
MARCO METODOLÓGICO	35
3.1 Tipo de Investigación	35
3.2 Enfoque de la Investigación	35
3.3 Técnicas de la Investigación	36
3.4 Población y Muestra	36
3.5 Procesamiento de Datos	38
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFIA	55
ANEXOS	57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Facsímil de la obra de Francisco Nugué, Vice-versa_____	16
Figura 2 Facsímil de la obra de Francisco Nugué, Vice-versa_____	18
Figura 3 Representa al presidente Velasco Ibarra haciendo la V de Velasco y el presidente Carlos Julio Arosemena Monroy haciendo la suya._____	20
Figura 4 Juntos pero no revueltos. Bena._____	24
Figura 5 Es tu culpa. Bena._____	25
Figura 6 Encargos. Bena._____	26
Figura 7 Cesados. Ben._____	27
Figura 8 Audiencia pública. Bena._____	28
Figura 9 Referencia y delimitación dela ciudadela la Garzota._____	39

INDICE DE ECUACIÓN

Ecuación 1 Población y Muestra_____	37
Ecuación 2 Descripción de la Fórmula_____	37

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Usted lee Diario el Telégrafo?_____	41
Tabla 2 En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?_	42
Tabla 3 Le parecen graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo_____	43
Tabla 4 ¿Considera entretenidas las caricaturas publicadas sobre política?_____	44
Tabla 5 ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?_____	45
Tabla 6 ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?_____	46
Tabla 7 ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?_____	47
Tabla 8 ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?_____	48
Tabla 9 Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política_____	49
Tabla 10 Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?_____	50
Tabla 11 ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?_____	51
Tabla 12 ¿En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?_____	52

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Usted lee Diario el Telégrafo?_____	41
Gráfico 2 En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?_____	42
Gráfico 3 Le parecen graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo__	43
Gráfico 4 ¿Considera entretenidas las caricaturas publicadas sobre política?_____	44
Gráfico 5 ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?_____	45
Gráfico 6 ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?_____	46
Gráfico 7 ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?_____	47
Gráfico 8 ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?_____	48
Gráfico 9 Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política_____	49
Gráfico 10 Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?_____	50
Gráfico 11 ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?_____	51
Gráfico 12 ¿En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?_____	52

RESUMEN

Se realizó este proyecto con el objetivo de analizar la influencia de las caricaturas del diario El Telégrafo en la construcción de la opinión política de los ciudadanos entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil, con el fin conocer su grado de aceptación y de consumo en el sector y así mismo el poder que tienen estas caricaturas en la construcción de opinión pública sobre un tema específico que es la política en el nuestro país.

Se efectuaron referentes teóricos y metodológicos para este estudio, por tanto se basa en los diferentes conceptos que se atribuyen y tienen relación con la historia de la Caricatura periodística, géneros de la caricatura, opinión pública y los medios de comunicación.

Para identificar los diferentes aspectos sociales y psicológicos que afectan a la población por la percepción de las caricaturas publicadas en el diario El Telégrafo, se utilizó la técnica de la investigación de campo, datos cuantificables que darán a conocer e identificar los diferentes aspectos.

El presente documento tiene características investigativas y opiniones públicas en un rango de edad y perímetro de la ciudad de Guayaquil con el fin de conocer la apreciación, conducta y postura reflejada ante las caricaturas publicadas por el medio antes mencionado.

Este análisis dio como resultado un alto índice de aceptación de las caricaturas en la ciudadanía y se confirma que las caricaturas generan un cambio de opinión en la sociedad.

PALABRAS CLAVES: CARICATURA – OPINIÓN PÚBLICA – MEDIOS DE COMUNICACIÓN - CONDUCTA.

SUMMARY

This Project was carried out with the objective of analyzing the influence of the cartoons of the newspaper El Telégrafo in the construction of the political opinion of citizens between 45 and 65 years of age, of the Garzota 1 of the city of Guayaquil, in order to know its degree of acceptance and consumption in the sector and also the power that these cartoons have in the construction of public opinion on a specific issue that is the Politics in our country.

Theoretical and methodological referents were made for this study; therefore it is based on the different concepts attributed and related to the history of the journalistic Caricature, genres of the cartoon, Opinion publishes and the media.

To identify the different social and psychological aspects that affect the population by the perception of the cartoons published in the newspaper El Telégrafo, the technique of field research was used, quantifiable data that will make known and identify the different aspects.

This document has investigative characteristics and public opinions in a range of age and perimeter of the city of Guayaquil in order to know the appreciation, behavior and posture reflected in the cartoons published by the aforementioned media.

This analysis resulted in a high index of acceptance of the cartoons in the citizenship and it is confirmed that the cartoons generate a construction of opinion in the elderly generating a change of opinion prior to the visualization of these in a printed medium.

KEY WORDS: CARICATURE - PUBLIC OPINION - MEANS OF COMMUNICATION - - CONDUCT.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como objetivo mostrar la importancia de las caricaturas que se publican en los diarios impresos del país, haciendo énfasis en nuestro medio de comunicación de análisis que es el Diario El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil, en primera instancia encontramos el planteamiento del problema del cual está basada esta investigación, un breve resumen del nacimiento de las caricaturas y su controversia al rededor del mundo, así mismo haciendo hincapié en el país, su fecha de aparición en nuestros medios de comunicación locales y la problemática en estudio sobre la afectación que causa estos cómicos dibujos en la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 y 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil, los objetivos generales y específicos que se buscaron lograr y la justificación e importancia de la misma.

En el segundo capítulo se desarrollan conceptos de la comunicación, la caricatura y su historia, la cultura de la caricatura literaria y periodística, caricatura social y política, tipos de caricatura que se ha venido desarrollando a lo largo del tiempo y además los géneros.

Se desarrolla el estudio de la opinión pública y los medios de comunicación, se define qué es la opinión pública y la influencia de los medios de comunicación en la formación y regulación de la opinión.

Se define el término de comunicación y comunicación efectiva para dejar expuesto el proceso de la comunión, los elementos que intervienen y los tipos de comunicación que se manejan.

Para culminar el segundo capítulo se realiza un análisis de algunas caricaturas del Diario El Telégrafo para profundizar su contenido e identificar los factores políticos y sociales de los cuales tratamos en esta investigación.

La tercera parte del proyecto identifica la metodología a utilizar, dentro del proceso para la obtención de resultados se realizó una representación, simplificación, análisis e interpretación de los datos obtenidos, finalizando con las conclusiones y recomendaciones sugeridas.

CAPÍTULO 1

1.1 Tema

"EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL"

1.2 Título

"La caricatura periodística como estrategia mediática de diario El Telégrafo ante la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.

1.3 Planteamiento del problema

La caricatura nació en Bolonia a finales del siglo XVI en la escuela de Arte fundada por una familia de pintores, los Carracci. Donde sus estudiantes realizaban retratos de sus visitantes, animales y objetos inanimados, esto llegó a ser conocido en Roma donde por un precio módico retrataban a los turistas convirtiéndose en una tradición. En Italia realizaban retratos humorísticos para uso privado.

En España se expande este género a comienzos del siglo XX, se abre espacio en la prensa española de forma diaria o semanal

El género de la caricatura política nace en Inglaterra; y se estableció hasta 1770, cuando se tomó como arma de defensa contra quienes manejaban asuntos de Estado.

La caricatura periodística tiene como objetivo expresar una crítica o un punto de vista sobre un hecho determinado, presentar interrogantes, o hacer una divertida crítica. La caricatura periodística la encontramos en periódicos, revistas, el Internet, etcétera.

Los personajes que aparecen en estas caricaturas son a menudo personalidades reconocidas, como políticos, empresarios, artistas y deportistas. Una caricatura periodística puede contener sólo imágenes o incluir textos y diálogos muy breves.

La Caricatura periodística en el Ecuador nace en los años 1950 donde la mayoría de sus representaciones eran acerca de la disputa social, política, religiosa de la época.

Actualmente las caricaturas presentadas en los medios siguen siendo de la misma problemática social que se mencionaba en los años 1950. Sin embargo ¿Cómo influyó esto en la opinión ciudadana? Esta es una de las interrogantes y problemática a investigar, de qué manera estas representaciones burlescas acerca de temas políticos plasman una idea en la mente de los ciudadanos, que opinión recrean al ver estas imágenes.

Diariamente se publica una caricatura de cualquier ámbito en el diario el Telégrafo en su sección de opinión, la cual previa a su publicación es revisada y analizada por el director del diario que da su visto bueno a la publicación que es la más relevante del día.

¿Qué espera el medio de comunicación de los ciudadanos cuando estos observen esta publicación de caricatura diaria? Muy aparte de entretener y recrear de una forma más agradable y jocosa un suceso de nuestra sociedad es tal vez construir un concepto de lo ocurrido a favor de lo que piensa el periódico.

Este efecto de transmitir una opinión a la ciudadanía genera una causa que puede ser positiva o negativa frente a un hecho, y subliminalmente va creando un concepto en la persona que observó la publicación y esto puede ser transmitido a otras personas del mismo punto de vista y se convierte en una comunicación masiva creando una opinión manipulada por el diario en un gran entorno social.

De qué forma se está tratando de regularizar esta opinión masiva que transmite el diario, cuáles son sus correctivos para que el medio de comunicación no se vea involucrado en transmitir sus ideas y convertirlas como influencias a sus lectores. Qué parámetros podemos optar para dejar en claro a la ciudadanía que la opinión es individual y no se debe dejar manipular por las representaciones transmitidas en los medios. Esta problemática es la que se estudiará en la tesis mencionada.

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera influyen las caricaturas de diario “El Telégrafo” en la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 y 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil?

1.5 Sistematización del problema

- ¿Cómo influyen las publicaciones de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública?
- ¿Cómo se forma la opinión pública?
- ¿El humorismo es un factor de interés periodístico?
- ¿La caricatura política nace por la necesidad de inducir un cambio social?
- ¿Cuáles son los parámetros que rigen en la publicación de una caricatura política?
- ¿Cuál es el riesgo que enfrenta el caricaturista por sus publicaciones?
- ¿Cuál es el impacto que provocan las caricaturas en la opinión política de los ciudadanos de entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil?

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general

Analizar la influencia de las caricaturas de diario El Telégrafo en la construcción de la opinión política de los ciudadanos entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.

1.6.2 Objetivos específicos

- Sistematizar los referentes teóricos sobre la construcción de la opinión política a partir de la publicación de caricaturas en los medios de comunicación.
- Conocer si la caricatura como factor de interés periodístico es adecuado para la toma de decisiones políticas para los ciudadanos entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el grado de influencia que tienen las caricaturas publicadas en diario el Telégrafo sobre la opinión política de los ciudadanos entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.

- Relacionar el recurso de la caricatura y su influencia como referente en la construcción de la opinión política.

1.7 Justificación de la investigación

La presente investigación es pertinente porque permite conocer la conducta y la opinión de los lectores del diario El Telégrafo acerca de las caricaturas que aparecen en el mismo.

Uno de los objetivos de la caricatura es efectivamente el despertar de la conciencia ciudadana, pero también la expresión de ellos y es que muchas veces no coinciden en lo que piensa toda la sociedad o una parte de ésta.

Se piensa que el caricaturista es la voz de la sociedad, pero no siempre es así, depende del contexto político y social. En la actualidad la caricatura política se ha convertido para los medios impresos y otros, en un elemento principal.

Los temas que cada caricaturista elige para su publicación del día lo eligen con base en los sucesos que se registran noticiosamente, los reclamos sociales, entre otros.

Analizar la actividad de los caricaturistas resulta ser de gran interés, ya que de ellos a partir de sus imaginativos trazos y su humor logran no sólo vulnerar la imagen política, sino que también logran emitir discursos y posturas a partir de una imagen.

El impacto visual de su trabajo se puede observar en las opiniones de la gente, quienes pueden estar o no de acuerdo con el discurso, reírse enojarse o expresar indiferencia.

Los caricaturistas logran plasmar sus opiniones o posturas políticas, por lo que sus trabajos tienen un impacto considerable en sus lectores o veedores.

La imagen política ayuda a legitimar y manifestar un discurso, postura o persona, pero también puede actuar de manera inversa, de ahí la importancia de retomar el humor de la caricatura para desglosar las imágenes y entender la postura crítica con la que se toman. Así entendemos que la caricatura no sólo busca restar seriedad, al contrario busca agregar crítica.

La caricatura política busca siempre promover la posición del medio de comunicación respecto a un determinado tema de interés nacional por ello se considera importante su minucioso análisis. En tal medida también es justificable esta actividad ya que para

comprender y captar el sentido de caricatura política el contexto del país juega un papel primordial, y en el periodismo contextualizar la información es la base para la correcta captación del mensaje.

Las caricaturas se han tomado de cierta forma mucho más incisivas en sus críticas, presentan diversas posiciones sobre los diferentes temas coyunturales en el país. Además la caricatura representa una de las formas más irreverentes de desafiar al poder establecido, desde la época renacentista. Este medio de expresión guarda un cierto nivel intelectual, y en el Ecuador ha evolucionado con el paso del tiempo desde su presencia semanal hasta convertirse en una sección que ningún medio impreso puede omitir en estos momentos.

La caricatura por lo tanto, ha encontrado un espacio importante en la actividad política y ha logrado una difusión dentro de los medios impresos, los cuales han sido sus principales aliados.

1.8 Alcance de la investigación

Campo: Comunicación

Área: Ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.

Temporal: 45 y 65 años de edad

Tema: "La caricatura periodística como estrategia mediática de diario El Telégrafo ante la construcción de la opinión política de los ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil".

1.9 Idea a defender

Las Caricaturas publicadas en el diario El Telégrafo influyen en la opinión política de sus lectores creando un criterio de valor a favor del medio en los adultos de 45 y 65 años de edad de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La comunicación desde los inicios del hombre se inicia con una serie de trazos expresivos, simbólicos, que facilitaron transmitir ideas.

Actualmente la comunicación se transmite de diversas formas, entre ellas se encuentra la caricatura que desde sus inicios ha sido un tipo de representación exagerada de personajes o de hechos con el fin de poder transmitir un mensaje o idea, la mayoría de veces sarcástica sobre una cuestión determinada.

La caricatura es un tema más interesante de lo que a primera vista pueda parecer. Ya Azorín escribía en 1913 a propósito del humorismo:

El capítulo de eutrapelia, del divertimento espiritual es sumamente importante en la historia del desenvolvimiento humano; haciendo la historia de la ironía y del humor, tendríamos hecha la sensibilidad humana y consiguientemente la del progreso, de la civilización. La marcha de un pueblo está en la marcha de sus humoristas. (Azorín, 1913, p.51).

Baudelaire por su parte afirmaba que:

Sin duda alguna, una historia general de la caricatura en sus relaciones con todos los hechos políticos y religiosos, graves o frívolos, relativos al espíritu nacional o a la moda, y que han agitado a la humanidad, resultaría una obra gloriosa e importante. (1968, p.83).

Por su parte Gombrich ponía de manifiesto la trascendencia de la labor del dibujante cómico: “El dibujante por desdeñable que sea su calidad artística, tiene más probabilidades de impresionar en un campaña de odio que el orador de masas y el periodista” (1968, p.177).

Su interés radica, no ya sólo en la calidad de las obras sino en la enorme cantidad de información que estas humildes obras pueden proporcionar pudiendo asistir y revivir todos los acontecimientos, desde los más triviales a los más importantes y además se puede hacer una idea perfectamente clara de la forma de pensar de aquellos individuos en aquellos

momentos. Por todo ello el humor gráfico proporciona información en tres aspectos importantísimos: el cultural, el estilístico y el sociopolítico.

Los primeros ejemplos que se encuentran son los del antiguo Egipto, así Gaya Nuño señala por lo que se refiere a Egipto que en diferentes papiros como el del British Museum, el del Museo Arqueológico del Cairo o el Museo de Egiptología de Turín, todos pertenecientes a la XX dinastía, aparecen representados varios animales como el asno, el león, el cocodrilo o el mono, tocando instrumentos dentro de un lujoso ambiente, o incluso una escena en la que una rata sentada en un trono recibe como ofrenda una flor de loto por parte de un gato, escena que es contemplada por otras ratas que portan atributos reales. (Lepsius, 1928. P. 37).

La cultura griega es rica en representaciones caricaturescas, cuya evolución va respondiendo a los diversos conceptos que sobre el tema de lo “cómico” aparecen en su filosofía, así desde un punto de vista teórico esta ciencia se preocupaba por indagar la esencia y el valor moral de lo cómico analizando su aspecto estético, ejemplo de toda esta preocupación se encuentra en Platón quien contempla nada bueno en la hilaridad, o de Aristóteles quien la considera de escaso interés, motivo por el cual no se le ataca directamente, más bien se le alude, sin embargo una generación posterior con Teofrasto “discípulo de Aristóteles” se empieza a ver ya lo cómico como algo positivo; y de esta forma es cuando la literatura y el Arte empiezan a mostrar los más claros y ricos ejemplos de caricaturas. De entre los cuales y a modo de ilustración se podrían citar los siguientes:

- Cerámica griega del siglo V a.c. que se conserva en el museo de Florencia, y representa a la figura de Eneas con Aquiles y Ascanio, todos ellos con cabezas de animales.
- Ánfora Póntica del Museo de Múnich representando una parodia del Juicio de París.
- Kylix ático del Museo del Vaticano del siglo V a.c. en la que se representa a Esopo aprendiendo de una zorra, muy en la línea de la sátira aristofanesca “Las Nubes”.
- Por otro lado existen un buen número de figurillas ridículas de época helenística que nos recuerdan más a las máscaras y a los tipos de la farsa griega y de la comedia nueva.
- Cerámicas áticas del siglo V a.c. en donde se dibujan los aspectos más embarazosos de la vida fisiológica del individuo.

- Diversas parodias de la Ilíada o de escenas dionisiacas representadas en la cerámica en donde lo cómico encuentra un terreno abonado.

En todos estos ejemplos como se puede apreciar, se encuentra su fuente recurrente en los poemas homéricos o en el teatro, sobre todo del género popular del siglo IV a.c.; siendo realmente escasas cualquier otro tipo de representaciones, a no ser, claro está, de las exageraciones y deformaciones que con carácter intencionado se introducen en la pintura o en la escultura de un personaje. De esta forma se encuentra en Grecia el nacimiento de las dos fuentes principales de la caricatura que se darán a lo largo de toda la historia, esto es:

- 1) Escenas que conducen a la hilaridad por su tema, tal y como aparece en la literatura “por su contenido”.
- 2) Escenas que conducen a la hilaridad por su representación grotesca y deforme “por su forma”.

En Roma el bagaje filosófico sobre lo cómico no será tan extenso como en el caso de Grecia, pero sí importante, de esta forma es interesante señalar las opiniones reflejadas por Dionisio de Prusa, reivindicando el valor moral de la risa y de la sátira de costumbres; Plutarco, estableciendo en la risa una función ética y transformando la estética de lo cómico en rígido moralismo.

Por lo que respecta a las obras caricaturescas del momento según Dionisio, se pueden señalar varias, las cuales se agrupan del siguiente modo:

- 1) Pinturas cerámicas
- 2) Estatuillas grotescas
- 3) Frescos
- 4) Los Graffiti

2.1 La Caricatura en el Periodismo

La caricatura es, junto con el dibujo realista, la modalidad de imagen periodística más antigua que se conoce. El vocablo deriva de caricare que significa cargar, acentuar o exagerar

los rasgos. Es un retrato que exagera o distorsiona la apariencia física de una o varias personas en ocasiones un retrato de la sociedad reconocible, para crear un parecido fácilmente identificable y, generalmente humorístico. Utiliza la exageración o la deformación de algún personaje público o de un hecho con el propósito de ridiculizarlo, criticarlo, censurarlo o enaltecerlo. La caricatura generalmente es el reflejo de lo que ocurre en la sociedad. Es un género periodístico que se caracteriza por su fuerte contenido de opinión.

La caricatura en su sentido moderno, nació en Bolonia a finales del siglo XVI, en la escuela de arte fundada por una familia de pintores, los Carracci.

Carracci es el apellido de una familia de artistas italianos, de la escuela boloñesa. Cronológica y estilísticamente pertenecen al Renacimiento, en su fase manierista, y el Barroco, en su tendencia clasicista “la corriente opuesta al caravaggismo”. En la ciudad de Bolonia los tres primos Carracci “Agostino, Annibale y Ludovico” fundaron la Academia degli Incamminati 1582.

2.2 Tipos de Caricaturas Periodísticas

La caricatura periodística es un tipo de caricatura realizada con el objetivo de expresar una crítica o un punto de vista sobre un hecho determinado de manera sucinta. En la caricatura se puede interpretar los hechos o bien presentar interrogantes, o simplemente hacer una divertida crítica.

2.2.1 La caricatura simbólica

Es una caricatura que representa objetos determinados que se encuentran dentro de un contexto que posee una muy fuerte carga política o social.

2.2.2 La caricatura literaria.

Hay dos formas de caricaturizar: con un dibujo y con la palabra escrita. El gráfico deforma las facciones y el aspecto de una persona; el literario *menos conocido* [cursivas

añadidas]. Ridiculiza o toma en broma al sujeto. El objetivo de ambos es la burla, por lo que es común la deformación y la exageración.

2.2.3 La caricatura social

Ese aquel tipo de caricatura en la que se refleja a una determinada sociedad sea en plan de crítica, burla o chanza, y tiende a representar a una serie de personajes en situaciones de la vida contemporánea.

2.3 La Opinión Pública y los medios de comunicación

Los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad, aunque apenas hay un consenso sobre la naturaleza y alcance de tales efectos. El problema del grado de influencia de los medios en los individuos y en la sociedad ha tenido diferentes respuestas.

Hay que reconocer que se trata de una cuestión que pertenece al sector más amplio de las teorías más generales sobre los medios de comunicación y que, “el poder de los medios puede variar con él” (McQuail, 2000, pag.501).

No hay que descartar que la mayor o menor posibilidad de influencias de los medios depende también de los momentos más o menos críticos de la sociedad. Parece que en los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo en la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo y de Irak y actualmente la crisis financiera a nivel mundial. También se ha demostrado que los medios tienen más influencia cuando se trata de noticias que no se conocen ni se pueden conocer directamente, sino únicamente por la información que dan los medios. El poder o los efectos potenciales de los medios pueden variar en función de las circunstancias históricas y sociales. Lo cual no significa que el problema pierda interés. Todo lo contrario. Es difícil, por no decir imposible, infravalorar la importancia y el papel dominante que ha tenido y sigue teniendo el problema de los efectos, a pesar de que haya tenido en los diferentes períodos significativos cambios de matices y de planteamientos y de respuestas, más o menos conductistas o funcionales.

¿Qué es la opinión pública? Después de hacerse esta pregunta, Elisabeth Noelle-Neumann recuerda la siguiente anécdota:

Pues yo todavía no sé qué es la opinión pública [cursivas añadidas], dijo un participante en la sesión matutina de una conferencia sobre la opinión pública cuando salía de la sala para la pausa del medio día. Eso fue en 1961 en Baden-Baden, en un simposio de profesionales e investigadores de los medios de comunicación. No era el único que se sentía incómodo. Generaciones de filósofos, juristas, historiadores, politólogos e investigadores del periodismo se han tirado de los pelos intentando formular una definición clara de la opinión (Noelle-Neumann, 2003, pag.83).

El concepto de opinión pública es ambiguo, difícil de delimitar; siempre problemático. No obstante, pocos conceptos han creado un interés social y político y, por supuesto un debate intelectual tan intenso como el que ha suscitado el concepto de opinión pública. Y a pesar de la dificultad de encontrar una definición general y unívoca de la opinión pública que sea aceptable para la mayoría de sus estudios.

No significa, sin embargo, que *opinión pública* [cursivas añadidas] sea algo, en ningún sentido, carente de significado. El concepto continúa utilizándose en investigación, en artículos sobre el gobierno, y en explicaciones de la conducta social humana, tanto desde el punto de vista científico como desde cualquier otro. Y el propio hecho de su uso continuado puede considerarse como firme testimonio de la existencia del significado (Price, 1994: 18).

La opinión pública es un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural. Depende del tipo de sociedad y de los intereses políticos del momento; al mismo tiempo que es producto de varios factores: de la personalidad de los individuos, de los estratos sociales, de la forma de gobierno, del sistema educativo imperante, de la acción de los medios de comunicación, etc. El problema, por tanto, es complejo; por esto ante cualquier modelo y criterios selectivos que se ofrezcan para explicar el proceso de formación de la opinión pública habrá de tomarlos con sentido crítico.

Pretendiendo todavía aproximarnos al concepto de opinión pública, podemos establecer con más facilidad lo que no es la opinión pública: la opinión pública no es lo mismo que la cultura, como tampoco el conjunto de los paradigmas de ideas, creencias y valores que

predominan en cada sociedad. La opinión pública se crea y se mueve dentro de los límites de esos paradigmas.

Dentro de ellos, los individuos generan consensos y disensos, adaptaciones y desafíos, forman imágenes y percepciones, refuerzan o contradicen las líneas de pensamiento que impregnan cada época y las conectan, puntualmente, con cada tema específico que adquiere relevancia pública y con cada comportamiento en el que aquellos se manifiestan concretamente. Los paradigmas de ideas y orientaciones valorativas cambian, pero lo hacen lentamente; la opinión pública se manifiesta en fenómenos de corto plazo. (Mora, 2005: 40).

La opinión pública tampoco se confunde con las instituciones. La opinión pública es una parte, y de las más importantes, de la vida pública. A la opinión pública se la relaciona con el espacio público. De momento podemos afirmar que en la opinión pública existe un incesante flujo de mensajes y discursos que circula cotidianamente en la sociedad. Por tanto, podemos considerar la opinión pública como un tejido social que refleja la cultura, los valores y las instituciones y que se propaga a través de los múltiples canales de comunicación social.

2.4 Influencia De Los Medios De Comunicación En La Formación y Regulación De La Opinión

Opinión pública y democracia van unidas. La libertad de opinión es un valor irrenunciable de las sociedades democráticas; es la herencia del pensamiento ilustrado del siglo XVIII: pensar por cuenta propia y opinar libremente, en libertad.

Ahora bien, la libertad de opinión requiere unas condiciones fundamentales, que se resumen en los siguientes principios:

- a) El principio de libertad de pensamiento.
- b) El principio de libertad de expresión.
- c) El principio de libertad de organización o de asociación.

A su vez, la libertad de expresión, la libertad de escribir o decir lo que se piensa en privado, presupone una “atmósfera de seguridad”. La libertad de opinión está tutelada por La Constitución.

Podemos decir que la condición democrática de la opinión pública hace que ésta sea polifónica, es decir, que la opinión pública esté marcada intrínsecamente por un conflicto de interpretaciones, dándole una riqueza de contenido y de puntos de vista. Hasta aquí el principio, la teoría; mejor dicho, lo que debería ser. Pero, desgraciadamente, la realidad es muy diferente, pues la opinión pública ha sido golpeada, y sigue siéndolo todavía más actualmente, por la propaganda sutilmente totalitaria de los líderes y por el poder de control social de los medios de comunicación de masas.

2.5 Caricaturas, Dibujos y Fotografías

Las caricaturas, dibujos humorísticos y fotografías también forman parte de los Umbrales del Arte en el Ecuador y sus espacios están determinados en las cuatro áreas de la exposición: La construcción del espacio de lo moderno, Rutas críticas del arte, Imaginando un mundo propio y Búsqueda y aperturas.

Según Ángel Emilio Hidalgo, quien pertenece al equipo de investigación del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo del Ecuador MAAC, esta idea surgió con el proyecto. “Partimos de cero, pues no había antecedentes sobre estas manifestaciones de arte en el país. Levantamos una información de fuentes primarias que sirvió para la procuraduría, es decir, documentamos las obras que consideramos tenían que ser tomadas en cuenta”. (El Universo, 2004, p.2)

La idea de rescatar estos valores artísticos surgió ante la propuesta de un horizonte cultural moderno y se sustentó, en principio, en los archivos que reposan en el Banco Central. Luego, la investigación progresó con el sustento de archivos básicos. Lo valioso de este trabajo, según Hidalgo, es que no había en el país un libro que recogiera la historia de la caricatura y la fotografía. Se investigó desde el siglo XIX hasta la fecha para saber qué había sobre Ecuador respecto de estos medios.

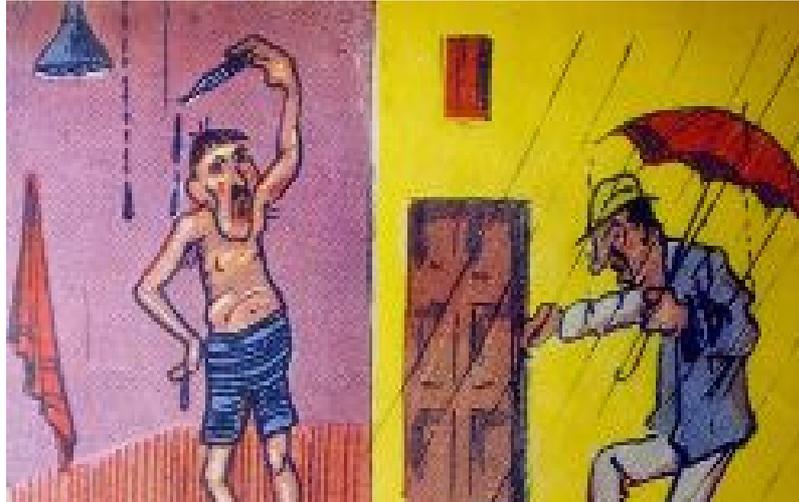


Figura 1 Facsímil de la obra de Francisco Nugué, Vice-versa
Fuente: Biblioteca Municipal de Guayaquil y se exhibe en Umbrales.

2.6 Caricaturas en el Ecuador

En Ecuador las publicaciones dieron espacio para la sátira a través de dibujos

Hacia fines del siglo XIX, en Guayaquil se publican las primeras revistas ilustradas, las que contienen información de variada índole, especialmente humorística y literaria. La primera de ellas, aparecida en papel periódico, es *El Ecuador Ilustrado* 1884, que contenía la obra gráfica del artista alemán Evyer. Dentro de esta tendencia, la revista *El Ecuador Pintoresco* 1896 publicó dibujos de J.C. Valenzuela, artista que utilizó la técnica del carboncillo y se convirtió en un verdadero cronista de actualidad, registrando con admirable talento el incendio acaecido en Guayaquil, el 12 de febrero de 1896. Su labor como caricaturista también fue notable: Valenzuela brilló por el manejo de un fino humor, lo que contrastó con el sarcasmo de los periódicos satíricos de los años anteriores.

La presencia del fotgrabado y la fototipia propiciaron la creación de un buen número de revistas ilustradas artísticas, científicas y literarias, tipo magazine, que cobraron auge durante las dos primeras décadas del siglo XX. A raíz del triunfo de la Revolución Liberal 1895 disminuyó, en algo, la aparición de periódicos satíricos que habían visibilizado el trabajo de los caricaturistas radicales de Guayaquil; no obstante, algunos resurgieron a partir de 1901, por motivos partidistas, cuando las diferentes campañas electorales demandaban la agitación

ideológica de los bandos en pugna. En 1908, el empresario Víctor Emilio Estrada, director de la revista Patria de Guayaquil, contrata al dibujante catalán Francisco Nugué 1870-1936 para que se encargue de la página cómica. En esta *Revista Quincenal Ilustrada* [cursivas añadidas] que luego se convirtió en semanal, se publicaban poemas, artículos de variedades y noticias de actualidad. La labor de Nugué consistía en ilustrar las crónicas históricas de Gabriel Pino Roca y reseñar humorísticamente las principales noticias locales y nacionales. Para ello, desarrollaba secuencias narrativas de planos gráficos, convirtiéndose en uno de los primeros dibujantes que trabajaron el cómic en Ecuador.

“La Quincena Cómica” luego llamada “La Página Cómica”. Se volvió la columna más vista de Patria, porque Nugué ironizaba -con mucha agudeza y sentido del humor- sobre el bullir de la vida urbana en toda su complejidad, burlándose de los simulacros y contradicciones de las políticas modernizadoras emprendidas por la élite guayaquileña a inicios del siglo XX. En 1908, ponía en tela de duda la efectividad de las medidas municipales de saneamiento urbano para erradicar la peste bubónica y evidenciaba problemas diarios, como la carestía de la vida. “Los perros tendrán perrera/ El comercio está chafado/ En Manabí están de males/ Y acá cada vez más pobres y los víveres más altos”. (Patria, 1908, pag.23)

Este humorista-cronista del Guayaquil cotidiano y vital, trabajó en Patria durante un año pero reapareció en la revista Brochazos, en 1911, publicando caricaturas a color, algunas de tinte antiimperialista, en rechazo a las ‘negociaciones’ del presidente Emilio Estrada Carmona con el Gobierno de Estados Unidos, sobre el pretendido arrendamiento de las islas Galápagos. El ingenio y humor de Nugué, a más del diseño gráfico, hacen de Brochazos 1911 una revista única, pues ubica a las caricaturas en el mismo nivel de las noticias de actualidad, preparando el camino para la aparición de revistas exclusivamente dedicadas al género, como Caricatura 1918-1924 Caricaturas 1922, Zumbambico 1932, Cocoricó 1932-1934, entre otras.

También merece resaltarse el trabajo de dos caricaturistas que se destacaron en el contexto de las luchas políticas entre las distintas facciones liberales, durante el último gobierno de Eloy Alfaro y la breve administración de Emilio Estrada 1911: Tacho y Teobaldo Constante. La revista quiteña La Ilustración Ecuatoriana 1910 acogió al primero, quien dibujó viñetas políticas contrarias a Alfaro. Pero fue Teobaldo Constante, desde su labor como dibujante del periódico El Guante de Guayaquil, quien propició algunos de los más virulentos

golpes al ‘Viejo Luchador’, al retratarlo como un político deshonesto, autoritario y sediento de poder.

Entre fines del siglo XIX e inicios del siglo XX, la caricatura contribuyó decisivamente a la conformación de la esfera pública, donde se libraron acérrimas batallas para el establecimiento de las libertades individuales, y se convirtió en un influyente medio de propagación de nuestra modernidad artística, gracias al legado de estos precursores del humor gráfico ecuatoriano.

La etapa histórica del liberalismo radical 1895-1912 coincidió con un período de transición para las artes plásticas en Ecuador, las que, avanzado el siglo XX, dejaron de ser catalogadas como “bellas”, cuando repertorios visuales de otros predios sedujeron el gusto de los espectadores. La caricatura y el diseño gráfico brotaron de la prensa y se convirtieron en medios expresivos que nuclearon imaginarios modernos que se iban consolidando.



Figura 2 Facsímil de la obra de Francisco Nugué, Vice-versa
Fuente: Biblioteca Municipal de Guayaquil y se exhibe en Umbrales.

2.7 Trazos desde siempre irreverentes

En el Ecuador, la caricatura en sus inicios no estuvo alejada de la tendencia de otros países de mostrarse vinculada a una militancia partidista e ideológica. En este caso, en la oposición entre conservadores-liberales. Por ejemplo, en el Archivo Histórico del Banco Central reposa una caricatura denominada “Alfaro y sus ministros”, en las que se ven graficados como animales.

A fines del siglo XIX y comienzos del XX surgen revistas y periódicos con caricaturas alineadas, o cuyos dueños eran integrantes o estaban asociados a algún partido. En 1884 apareció El Murciélago, revista que marca la época dorada de la prensa satírica. También surge El Perico 1885, cuyo creador, Francisco Martínez Aguirre, era militante liberal y ministro de Alfaro.

En los años 30 y 40 en los diarios surgen espacios para la caricatura de temas costumbristas o de interés local, pero lo fuerte en general siempre ha sido la caricatura política.

La caricatura política, a diferencia del discurso político, tiende al desenmascaramiento de los discursos de los políticos a través de los recursos retóricos para hacer ver lo que se enmascara por los políticos, quienes también a su vez recurren a la retórica para enmascarar los fracasos de “sus políticas públicas”, Señala el artículo “La caricatura política: sus funcionamientos retóricos”. (Revista Razón y Palabra, 2011)

Por eso a lo largo de la historia ha originado choques con el poder. A partir del siglo XX la caricatura tiene una producción más abundante, con revistas que se alejan de la militancia, como Caricatura 1916-1920, que era más de inclinación literaria; Semana Gráfica, Co-co-ri-có y Zumbambico y más adelante en No sea hueso, La Bunga, El Duende.

“Abajo el Gobierno, abajo los municipios, abajo los partidos políticos. ¡Viva La Bunga! Antes de que nos digan (nos adelantamos): cierto es que somos envenenados. Nuestro propósito es reírnos de la política, de usted, del Gobierno, de nosotros mismo”, decía en su edición inicial la revista La Bunga.

Durante la dictadura del Gral. Guillermo Rodríguez Lara se emitió un decreto para obligar a los medios a ceder media página al gobierno. La Bunga ironizó sobre el hecho al ceder también medio espacio en la caricatura.

A mediados del siglo XX el desaparecido diario El Sol y El Comercio se convierten en medios que de a poco incorporan la caricatura en su edición diaria. Asdrúbal de la Torre, quien firmaba en sus inicios como Gato, fue uno de los precursores en El Comercio. Asdrúbal es, a decir de Cajas, el decano vivo de una generación de caricaturistas que satirizaron

momentos de la vida política del país, entre ellos Galo Galecio, Guillermo Latorre, Efraín Diez, Enrique Terán, Carlos Andrade, Virgilio Salinas.

Diario El Universo incorporó caricaturas primero costumbristas y luego de temas políticos. Una de ellas le costó la clausura por 13 días, el 9 de junio de 1937. En el dibujo se observaba al mandatario Federico Páez, en una cena en el Círculo Militar. Al final se leía: “Todo está muy bien, pero tengo el palpito de que saliendo de aquí alguien me va a besar”. Él la consideró lesiva para el Ejército ecuatoriano.



Figura 3 Representa al presidente Velasco Ibarra haciendo la V de Velasco y el presidente Carlos Julio Arosemena Monroy haciendo la suya.

Fuente: Revista La Bunga, 1961.

2.8 Diario el Telégrafo

El Telégrafo es un diario público, de propiedad del Estado, previamente fundado el 16 de febrero de 1884 en la ciudad de Guayaquil, por Juan Murillo Miró. Actualmente es de administración estatal, siendo el diario público del proceso conocido como Revolución Ciudadana.

Es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos AEDEP, de la Sociedad Interamericana de Prensa, Asociación Mundial de Periódicos WAN .

Ha mantenido una organización de carácter familiar desde entonces. Tras estar en manos privadas, el diario pasó al Estado ecuatoriano, que es propietario de la mayoría de sus acciones por medio del Ministerio de Telecomunicaciones. Su director es el periodista Fernando Larenas.

Cuenta con las secciones Información General, Política, Macroeconomía, Quito Metropolitano, Guayaquil Metrópoli, Judicial, Cultura, Sociedad, País, Deportes, Mundo, Ciencia y Tecnología, Entretenimiento y publica los domingos el suplemento cultural Cartón piedra y los lunes el de economía más menos.

Parte de grupo El Telégrafo es Radio El Telégrafo 770 AM y Radio La Prensa 100.1 FM [cursivas añadidas] cadena radial. Hasta 2002, de su organización dependió también Canal 12, luego vendida a Sí TV hoy Canal Uno. Estos medios formaron parte del patrimonio del banquero Fernando Aspiazu Seminario, condenado por peculado tras la quiebra fraudulenta de su empresa principal, el Banco del Progreso.

El diario se ha convertido en uno de los diarios más grandes, más antiguos de existencia en actividad y más leídos en Ecuador, primer diario público del Ecuador, primer diario estatal del Ecuador y segundo diario de la prensa ecuatoriana.

El Telégrafo, fue fundado en medio de los aires revolucionarios que se vivían en los años 1884, luego que los Restauradores derrocaron al general Ignacio Veintimilla, hicieron que el joven Murillo notara la necesidad de crear un diario independiente en el que los ciudadanos pudieran expresar sus opiniones y cuestionamientos.

El naciente Diario adoptó ese nombre en homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador, en 1884, con lo cual el país establecía una comunicación eficaz con el mundo. Además, El Telégrafo fue el primer periódico ecuatoriano que utilizó ese invento.

La recepción del público hacia El Telégrafo fue inmediata.

Su política editorial, radical y liberal permitió que el Diario sea una guía durante la Revolución Liberal.

El 1 de enero de 1885 fue fusilado el coronel Nicolás Infante, jefe de los Revolucionarios. El Telégrafo en varias ediciones publicó las protestas contra el crimen.

El gobierno de Plácido Caamaño ordenó la encarcelación de Juan Murillo Miró y su posterior exilio a Chile. Así, los sucesores de Murillo también fueron acosados por el régimen hasta que el diario dejó de circular el 3 de julio de 1886, cuando había logrado imprimir su edición número 1 en primer ejemplar.

En su destierro, Murillo descubrió que la Bandera de Ecuador había sido utilizada en una transacción entre Chile y Japón en 1895. La posición neutral que adoptaron los países americanos frente al conflicto entre China y Japón no permitía que ningún país se involucrara en el enfrentamiento.

La Bandera de Ecuador fue utilizada por la fragata chilena Esmeraldas que debía cruzar el océano Pacífico y sería entregada a Japón que la utilizaría en su guerra contra China. La noticia causó protestas en el país que terminaron con la salida de Luis Cordero Crespo de la presidencia. En 1898, todas las acciones de El Telégrafo son adquiridas por el ambateño José Abel Romeo Castillo. Así, el Diario se convierte en el principal matutino del Ecuador por varias décadas.

El 15 de noviembre de 1922, durante el gobierno liberal de José Luis Tamayo se asesinan a centenares de obreros en las calles de Guayaquil. El Telégrafo es el único diario del país en levantar su protesta y llenar sus páginas con denuncias en contra el régimen de esa época.

Luego de las publicaciones José Abel Castillo fue amenazado y perseguido. Así, decide salir del país y radica en Alemania por varios años. En esa época, El Telégrafo también fue presionado y censurado por los gobiernos.

El diario continuó su labor porque Manuel Eduardo y José Santiago Castillo, administraron el Diario.

En 1923 se inaugura el edificio de El Telégrafo, ubicado en las avenidas Diez de Agosto y Boyacá. En la actualidad funciona en un moderno edificio ubicado en la avenida Carlos Julio Arosemena.

En 1940, Santiago Castillo y Castillo asumen la dirección de El Telégrafo. Se dio acogida a renombrados periodistas y escritores del país como Manuel J. Calle, Medardo Ángel Silva, José H. Simmonds, Juan Emilio Murillo, Javier Maldonado.

Durante la gran crisis bancaria en Ecuador, en 1999-2000, El Telégrafo fue propiedad de Fernando Aspiazu Seminario, quien lo utilizó para defenderse de los cargos de peculado y estafa por los que sería finalmente condenado. Luego pasó a manos de un pariente de los fundadores, y definitivamente fue embargado por el Estado ecuatoriano en 2007.

El 17 de marzo de 2008, El Telégrafo fue refundado como diario público. Durante la dirección de Rubén Montoya el periódico adquirió un carácter marcadamente local.

En la actualidad, el periódico ha dejado de regalar sus ejemplares, se vende como los demás. Ha ganado el premio WAN IFRA 2012 como uno de los ocho diarios mejor impresos de América Latina. Así mismo ha obtenido premios y reconocimientos por sus infografías y entrevistas. Su línea editorial es criticada por la oposición, debido a su respaldo a la política comunicacional del expresidente Rafael Correa. Ahora circula a nivel nacional, mantiene ediciones regionales y locales, difunde el suplemento cultural denominado cartón piedra y uno de economía bajo el nombre de másQmenos.

El 15 de enero de 2015, por decreto ejecutivo se constituye la empresa pública El Telégrafo EP. Debido a su larga historia y a su quehacer político, diario El Telégrafo tiene mucha influencia en los guayaquileños, lo que es motivo de nuestro estudio en los ciudadanos de entre 45 y 65 años que viven al norte en la ciudadela La Garzota 1.

2.9 Análisis de algunas caricaturas del Diario El Telégrafo



Figura 4 Juntos pero no revueltos.

Bena.

Fuente: Diario El Telégrafo,
Miércoles, 11 Julio 2018, periódico
digital

En la gráfica se caricaturiza a la vicepresidenta del Consejo Nacional Electoral Ana Marcela Paredes, quien discrepa con los cuatro miembros del Consejo Electoral y se considera una voz disonante al interior del organismo. Pide a Contraloría y al Consejo de Participación Ciudadana una evaluación por separado del organismo.

Con esta caricatura el diario pretende demostrar el supuesto berrinche de una caprichosa resentida porque le han quitado su puesto y que amenaza con decir cosas en contra de los que la cesaron de su cargo.



Figura 5 Es tu culpa. Bena.

Fuente: Diario El Telégrafo
Viernes, 06 Julio 2018, periódico digital

En la gráfica se caricaturiza a la vicepresidenta del Consejo Electoral, Ana Marcela Paredes y David Rosero, exintegrante del CPCCS, quienes se culpan mutuamente ya que el uno manifiesta que deben ser cesados los integrantes del Consejo Electoral, mientras que ella indica que el 2011 no tuvo respaldo político. Mediante esta caricatura el diario ridiculiza a los altos mandos de entidades públicas que pelean por salvar su reputación pese a descubrirse sus irregularidades fraudulentas en su cargo.



Figura 6 Encargos. Bena.

Fuente: Diario El Telégrafo, 16 de junio de 2018, periódico digital

La nueva Judicatura retomará los concursos para los fiscales. Los juristas serán designados por el consejo transitorio.

Con esta caricatura el medio pretende evidenciar las irregularidades en la elección de los fiscales y en los concursos que realizan y que por “supuestos” fraudes quedan electos los mismos políticos de siempre.



Figura 7 Cesados. Ben.

Fuente: Diario El Telégrafo, 06 de junio de 2018, periódico digital

El medio compara al presidente del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social Transitorio CPCCST con Thanos “personaje de la película Avenger” utilizando el guante del infinito de la película antes mencionada, ya que puede hacer lo que desee dentro de su puesto. Por ello cesa al Presidente del Consejo de la Judicatura. El Superintendente de Economía Popular, Patricio Rivera, fue otro de los cesados.



Figura 8 Audiencia pública. Bena.

Fuente: Diario El Telégrafo 01 de junio de 2018, periódico digital

Mediante esta gráfica, el medio retrató un incidente que se suscitó en una audiencia pública entre el ex-presidente del Consejo de la Judicatura, Gustavo Jalkh, y el titular del Consejo Transitorio, Julio César Trujillo. Jalkh después de presentar la declaración se sentó entre el público, para lo cual Trujillo le indicó que se debía sentarse con sus compañeros, pero Jalkh le contestó, “acá estoy”, haciendo caso omiso al requerimiento.

2.10 Marco Legal

En la actualidad existen leyes que respaldan la interacción de la sociedad con los medios de comunicación en la forma que crean conveniente, esto con el objetivo de mantenerla informada de los acontecimientos diarios del país. Las Caricaturas son un recurso de comunicación y opinión pública, así se detallada en el artículo 16, literal 1 de la Sección tercera, denominada Comunicación e Información de la Constitución de la República del Ecuador:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

En la Ley Orgánica de Comunicación, título I, disposiciones preliminares y definiciones, en el artículo 1, se señala que:

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente

Así mismo los medios de comunicación tienen la responsabilidad de difundir la información oportuna y veraz a la sociedad como lo explica en el artículo 18 literal 1 y 2 de Constitución de la República del Ecuador:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Dado que las Caricaturas generan opiniones diferentes en cada individuo, la ley ampara el hecho de generar conciencia en la sociedad y así mismo de reservar las fuentes de donde la recibieron, esto dado que muchos caricaturistas se reservan su nombre real y su firma se realiza con un nombre ficticio esto se encuentra en el artículo 20 de la Constitución de la República del Ecuador:

Art 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

En el Título II Principios y Derechos capítulo I artículo 10 Principios normas deontológicas de la Ley Orgánica de Comunicación podemos mencionar que:

Art 10.- Concernientes al ejercicio profesional:

e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;

f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla.

Mencionado anteriormente la ley ampara al Caricaturista como persona natural con libre desarrollo de la personalidad sin limitaciones y con derecho a expresar su pensamiento y compartirlo con los demás por el medio que considere conveniente en este caso las caricaturas que son dibujos representativos de su forma de ver el mundo e informar, esto se encuentra en el

Capítulo sexto, Derechos de Libertad en la Constitución de la República del Ecuador, artículo 66 literal 5 y 6.

Art 66.- literal 5 y 6 se reconocen y garantizará a las personas:

5. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

De igual forma encontramos en la Ley Orgánica de Comunicación en el Capítulo II

Derechos a la comunicación sección I Derechos de libertad.

Art 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

La Sección Séptima, correspondiente a la Comunicación Social de la Constitución de la República del Ecuador, podría ser considerada como un respaldo para los comunicadores sociales o periodistas que ejercen la profesión, con el objetivo de compartir la información con libre expresión fortaleciendo la participación ciudadana en todos los ámbitos pueden ser: políticos, social, deportivo etc. Mediante los instrumentos que ello consideren como: televisión, radio, prensa escrita, esta última donde se comparte artículos de opinión entre ellos la Caricatura, pieza clave y analizada en esta tesis, en el artículo 384, indica sobre:

Art. 384: El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

2.11 Marco Conceptual

A continuación se detallan las palabras que son expuestas en la investigación con su respectivo significado y concepto para que sean de mayor claridad y entendimiento.

Eutrapelia.- La palabra que emplea Tomás de Aquino para referirse al campo de ejercicio de la eutrapelia es ludus, que, aunque normalmente se traduzca como juego, tiene un sentido más amplio que el que se le asigna habitualmente en castellano. Se puede traducirlo como: diversión, buen humor ya que se refiere no sólo a las actividades que llamamos lúdicas o deportivas, sino al ocio en general, es decir, a todo aquello que nos sirve para descansar del trabajo, desde el juego y el deporte hasta las bromas, chistes, ocurrencias y dichos ingeniosos (...). (Tomás de Aquino, Sto., 2001,).

Frívolo.- frívolo es aquello que insustancial o ligero. Este adjetivo, que proviene del latín frivōlus. Permite calificar a ciertos espectáculos, publicaciones, textos y canciones, donde predomina lo sensual y la forma en lugar del contenido. También se califica como frívolas a las personas que adoptan conductas ligeras y superficiales.

La frivolidad suele ser asociada a la estupidez o a una forma de inconciencia. La persona que es frívola no se compromete con la realidad y se limita a quedarse con lo banal. Sin embargo, la frivolidad es una parte inherente y, para muchos, necesaria de la conducta humana (...) (Julián Pérez Porto y María Merino, 2009).

Parodia.- La parodia es un tipo de imitación de características burlescas sobre algo o alguien, cierto tópico, una obra de arte, entre otras alternativas. La parodia se encuentra presente en diferentes contextos del arte, en el cine, en la tevé, en el teatro, en la literatura y hasta en la música; aunque los recursos, cualquiera sea el ámbito, son los mismos: apelación a la ironía y a la exageración para divertir a los espectadores, oyentes o lectores. (...).

La ironía y el humor son los dos elementos y condimentos que no pueden jamás faltar en una buena parodia que se precie de tal.

La literatura, pionera en la ironía, ha creado figuras retóricas como la ironía, que se ha aplicado tradicionalmente en diversos géneros literarios y luego por supuesto se extendió hacia otros formatos (...). (Florencia Ucha, 2011)

Hilaridad.- Sustantivo femenino. Este vocabulario hace alusión a una expresión o manifestación tranquila, serena, sosegada, del gozo, alegría, júbilo y la satisfacción del estado anímico. Algazara, gozo y regocijo que excita en una reunión en lo que se oye o se ve, también se aplica en un auditorio más o menos numeroso y también los ademanes y gestos alguno. (Definición a.com, 2016; E-Cultura Grupo)

Bagaje.- El gótico bagga derivó en el francés bague, que luego se convirtió en bagage. Este término que puede traducirse como “carga” llegó a nuestro idioma como bagaje.

Se denomina bagaje a las maletas (valijas), los bolsos y los bártulos que una persona lleva consigo cuando realiza un viaje. Por ejemplo: “Salí de casa con mi bagaje a cuestas, dispuesto a recorrer el mundo”, “Apenas arribamos a la ciudad, dejamos el bagaje en el hotel y nos fuimos a la playa”, “A María Laura no le gusta viajar con tanto bagaje”.

El concepto también se utiliza para nombrar al equipaje que trasladan las tropas cuando marchan y, por extensión, al animal usado para trasladar a los integrantes o el equipaje del ejército. (...).

Bagaje, por otra parte, se emplea en sentido simbólico para aludir a los conocimientos, las habilidades, las destrezas o la experiencia de un individuo. En este caso, el bagaje es el “equipaje intelectual” que carga una persona (...). (Julián Pérez Porto y María Merino, 2016)

Asimismo, no podemos pasar por alto la existencia de lo que se conoce como bagaje profesional. Con este término se viene a hacer referencia no solo a las titulaciones que puede tener un individuo sino también a la experiencia laboral que posee. De ahí que ese citado bagaje sea fundamental a la hora de que pueda conseguir un empleo (...).

Sucinto.- El origen etimológico del término sucinto nos lleva al vocablo latino succinctus. El concepto es un adjetivo que se emplea para calificar a aquello que resulta efímero, lacónico, resumido o de poca extensión. (...).

Aquello que se conoce como sucinto suele haber sido comparado con otro elemento similar o de su mismo tipo para que se lo haya podido calificar de esta forma: dicha comparación es lo que permite afirmar que se trata de algo sucinto. Si una persona lee un discurso que tiene miles de palabras y cuya pronunciación le lleva una hora, mientras que otro sujeto termina de presentar su discurso en apenas cinco minutos, resulta lógico calificar el segundo discurso como sucinto debido a su extensión. De todas formas, si comparamos el discurso de cinco minutos con otro discurso de un minuto, el discurso sucinto será el último.

Un análisis sucinto de una situación, por otra parte, es aquel que se realiza de manera veloz y con escasa profundidad. Por dichas características, esta clase de análisis nunca puede ser exhaustiva.

Un texto, por otro lado, será definido como sucinto cuando se caracterice por su escasa extensión. De manera similar a lo dicho respecto al análisis, el texto sucinto suele distinguirse por su falta de profundidad o de exhaustividad. (...). (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2014)

Anécdota.- e cree que el término anécdota proviene del vocablo francés anecdote, que a su vez derivaría de un concepto griego. Una anécdota es una narración breve donde se relata alguna cuestión curiosa a modo de diversión (...).

Las anécdotas giran en torno a hechos reales. Sin embargo, con el objetivo de hacerlas más atrapantes, es habitual que la persona exagere ciertas cuestiones o incluya elementos que no son verídicos. (...). (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2015)

Paradigmas.- Un paradigma es un modelo o patrón sostenido en una disciplina científica o epistemológica o, a diversa escala, en otros contextos de una sociedad.

La palabra "paradigma" viene del griego y significa "modelo" o "ejemplo". La concepción de paradigma data de fines de la década del '60 y refiere a un determinado modelo de pensamiento o de interpretación de las entidades que se corresponde con una disciplina y un contexto socio histórico dados. De cualquier forma, el concepto es amplio y puede hacer referencia a un modelo tan complejo como la explicación de determinado fenómeno científico y a algo tan informal y variable como es la interpretación de las relaciones sociales.

En cualquiera de los casos, un paradigma supone un determinado entendimiento de las cosas que promueve una forma de pensar en particular por sobre otras. (...) (Victoria Bembibre, 2009)

Polifónica.- Una composición polifónica consta de distintas melodías básicas. Dependiendo de las cualidades de las personas, cada sujeto podrá advertir más o menos melodías independientes en el marco de la creación polifónica. (...). (Julián Pérez Porto, Ana Gardey, 2015)

Polifonía.- Polifonía es una noción que procede de la lengua griega. El concepto se refiere a la simultaneidad de sonidos diferentes que forman una armonía. De este modo, pese a la independencia de estos sonidos, el oyente los percibe como un todo.

Una composición polifónica consta de distintas melodías básicas. Dependiendo de las cualidades de las personas, cada sujeto podrá advertir más o menos melodías independientes en el marco de la creación polifónica.

Lo que implica la polifonía, en definitiva, es una cierta clase de textura musical. Esta idea engloba las armonías, los ritmos y las melodías que se ponen en juego al crear una composición, dotándola de diversas cualidades. La textura musical es el resultado de las

relaciones entre estos componentes: en la polifonía, la variedad de las melodías no impide reconocer la obra como un todo (...). (Julián Pérez Porto, Ana Gardey, 2015)

Crónicas.- La crónica es una obra literaria que narra un hecho histórico respetando el orden cronológico en el que se sucedió, siendo esto último el rasgo diferencial de la pieza artística. Si una narración se vanagloria de ser una crónica y no sigue esta condición sine qua non, no se trata de una auténtica crónica.

General y tradicionalmente, esta modalidad es narrada en primera o tercera persona, por algún testigo presencial o contemporáneo al suceso en cuestión. De acuerdo con las características de cada escritor, se observa que la gran mayoría de los eventos de las crónicas son informados en pretérito, si bien en algunos casos puede especularse con la narración en presente, “casi en tiempo real”.

La crónica, además, es uno de los géneros más tradicionales dentro del ejercicio del periodismo. Un periodista que se precie de tal debe conocer y manejar a placer este tipo de contenidos, ya que desde los comienzos de la profesión hasta hoy son una parte integrante e importantísima dentro de cualquier periódico, noticiero o medio de información. Para muchos expertos, las primeras piezas de periodismo real han sido las crónicas. Sobresalen en ese sentido los textos efectuados por los cronistas que acompañaban a los exploradores, viajeros y grandes navegantes de la antigüedad. (...) (Florencia Ucha, 2008)

Acérrimo.- 1. Adj. Muy fuerte, vigoroso o tenaz es un defensor acérrimo de los derechos humanos. Voluntarioso 2. Intransigente, extremadamente brusco. Suave. (Gran Diccionario de la Lengua Española, Larousse Editorial, S.L, 2016)

CAPITULO 3

MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo está orientado a determinar a través de la investigación de campo, datos cuantificables que darán a conocer e identificar los diferentes aspectos sociales y psicológicos que afectan a la población por la percepción de las caricaturas publicadas en el diario El Telégrafo.

El contenido de esta investigación se sustenta en leyes vigentes como: la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

El presente documento tiene características investigativas y opiniones públicas recolectadas mediante encuestas delimitadas en un rango de edad y perímetro de la ciudad de Guayaquil con el fin de conocer la apreciación, conducta y postura reflejada ante las caricaturas publicadas por el medio antes mencionado.

3.1 Tipo de Investigación

En la presente investigación se tomó el estudio Bibliográfico y Documental, la fuente de investigación son libros, artículos de revistas e imágenes del periódico, objeto de estudio; además se complementará con Investigación de Campo, tomando en consideración que el contacto directo con la sociedad establece un enfoque lúcido respecto a los resultados determinados en el presente trabajo. Por lo que, esta investigación pretende ser exploratoria, ya que permite mediante los datos numéricos de una población delimitada conocer su postura y apreciación frente a la opinión que genera en ellos las caricaturas.

3.2 Enfoque de la Investigación

Esta investigación se enfocó en los métodos cuantitativos y cualitativos, debido a que la investigación recoge información de un sector o espacio determinado con el resultado de un número de personas que son muestra de población para determinar su opinión.

También se determina que la investigación es de métodos mixtos porque representa un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que implica la recolección y análisis

de datos y cualidades que denotan el modo de ser de un objeto o un individuo y además las propiedades y características específicas de algo, así como su valor distintivo.

3.3 Técnicas de la Investigación

En la presente investigación se ha utilizado técnicas como la entrevista y encuesta. Así mismo se representará mediante gráficos los resultados expuestos en las encuestas.

Encuestas: Fue aplicada a los habitantes de entre 45 a 65 años de la Garzota primera etapa. La misma constó de 12 preguntas cerradas mediante un cuestionario impreso de una carilla.

Entrevistas: Se realizan preguntas abiertas, que serán dirigidas a profesionales relacionados con el tema en estudio como: Sociólogo que nos brindara su concepto acerca de la reacción que produce las caricaturas en la población y el estudio que produce en ella. Así mismo compartirá su experiencia uno de los caricaturistas del Diario El Telégrafo de Guayaquil sobre el contenido de sus publicaciones, y el proceso que atraviesa antes de ser publicada.

3.4 Población y Muestra

La encuesta fue aplicada en la ciudadela la Garzota, primera etapa, ya que luego de un sondeo realizado en este sector se determinó que los moradores sienten preferencia por diario El Telégrafo.

Según registros del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en esta ciudadela existen 1254 habitantes de entre 45 a 65 años de edad. A esta cantidad considerada como nuestro universo le aplicamos la fórmula del muestreo probabilístico, arrojando un resultado de 294 personas. Por lo tanto se procedió a encuestar a 294 personas consideradas como nuestra muestra.



Figura 9 Referencia y delimitación de la ciudadela la Garzota.

Fuente: Página Web Google Maps.

<p>DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA</p> <p>n= MUESTRA N= POBLACIÓN σ= DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE LA POBLACIÓN - (Constante 0.5) Z= VALOR OBTENIDO MEDIANTE NIVELES DE CONFIANZA - (1.96) e= LIMITE DE ERROR MÁXIMO ADMISIBLE - (0,05)</p> <hr/> <p>$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1) E^2 + \sigma^2 Z^2}$</p>

Ecuación 1 Descripción de la Fórmula

$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1) E^2 + \sigma^2 Z^2}$
$n = \frac{1254(0.5)^2(1.95996398)^2}{(1254)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.95996398)^2}$
$n = \frac{1254(0.25)(3.8414588)}{(1254)(0.0025) + 0.25(3.8414588)}$
$n = \frac{1254(0.25)(3.8414588)}{0.7375 + 0.960364}$
$n = \frac{284.267953}{1.69786471}$
n 294.243135 *

Ecuación 2 Población y Muestra

3.5 Procesamiento de Datos

A continuación se procederá a tabular la encuesta, la misma que consta de 12 preguntas de opciones varias y en ciertas interrogantes se aplicó la escala de Likert. Cabe mencionar que este instrumento de investigación ayudará a alcanzar los objetivos propuestos.

Pregunta 1

Tabla 1 ¿Usted lee Diario el Telégrafo?

¿Usted lee Diario el Telégrafo?	
SI	159
No	135
Total	294

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

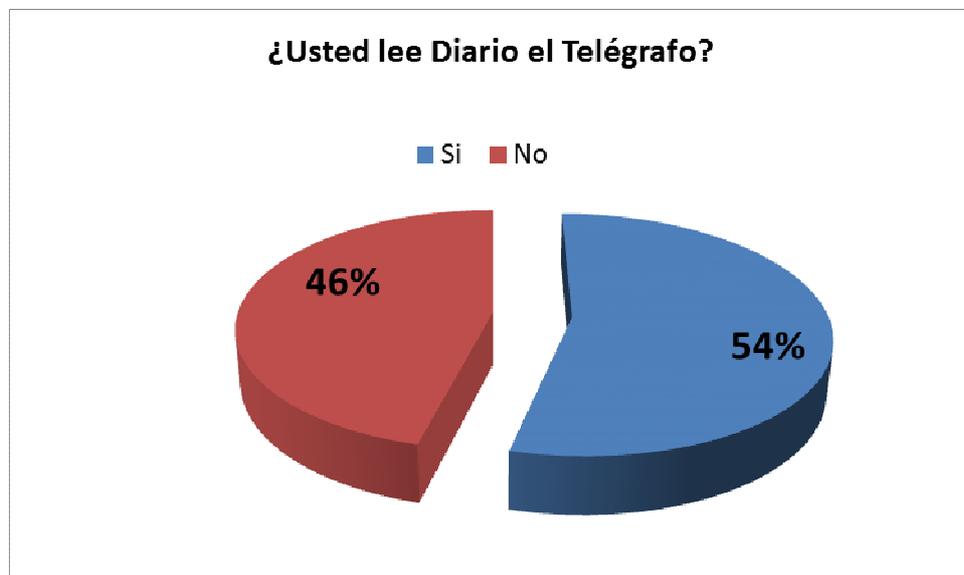


Gráfico 1 ¿Usted lee Diario el Telégrafo?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 54% respondió que lee diario El Telégrafo, mientras que el 46% restante dijo que no.

Pregunta 2

Tabla 2 En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?

En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?	
Si	71
No	88
Total	159

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

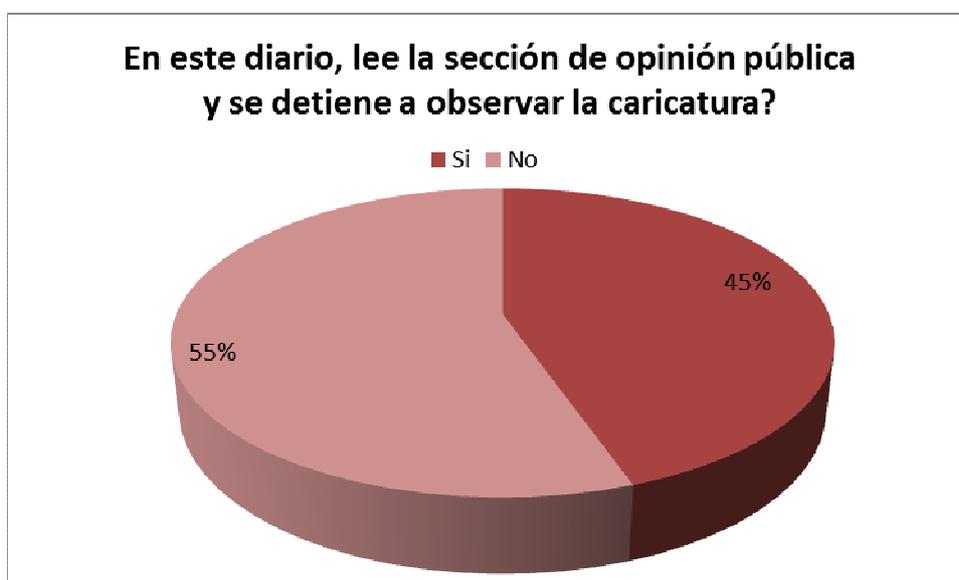


Gráfico 2 En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 45% respondió que sí se detiene a leer las caricaturas en el diario el Telégrafo, mientras el 55% no lo hace.

Pregunta 3

Tabla 3 Le parecen graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo

Le parecen graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo	
SI	71
NO	88
Total	159

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

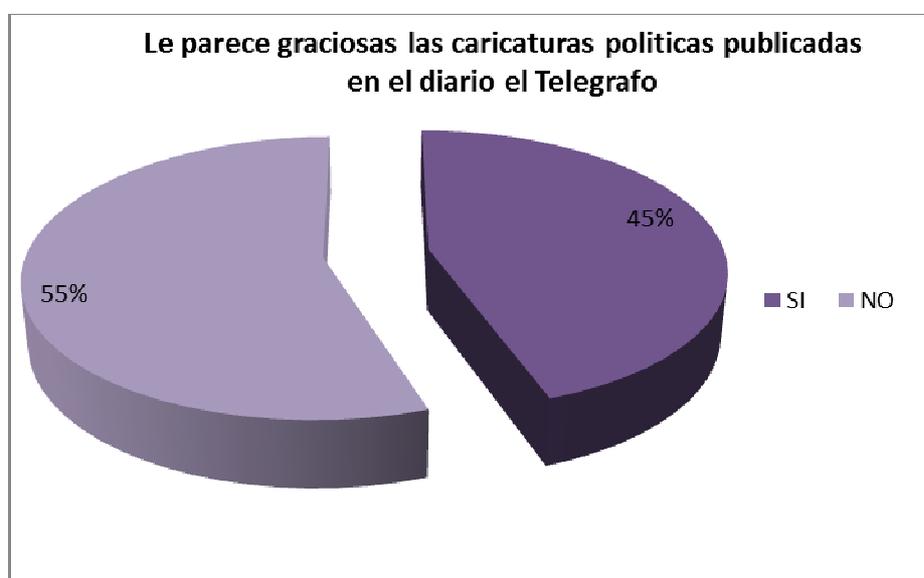


Gráfico 3 Le parecen graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del total de las personas que observan las caricaturas, al 45% le parece graciosas las caricaturas publicadas sobre política y mantienen el buen humor; mientras que el 55% considera que no son agradables ya que hacen referencia a una burla hacia los políticos y no están de acuerdo con las mismas.

Pregunta 4

Tabla 4 ¿Considera entretenidas las caricaturas publicadas sobre política?

¿Considera entretenidas las caricaturas publicadas sobre política?	
SI	60
NO	11
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

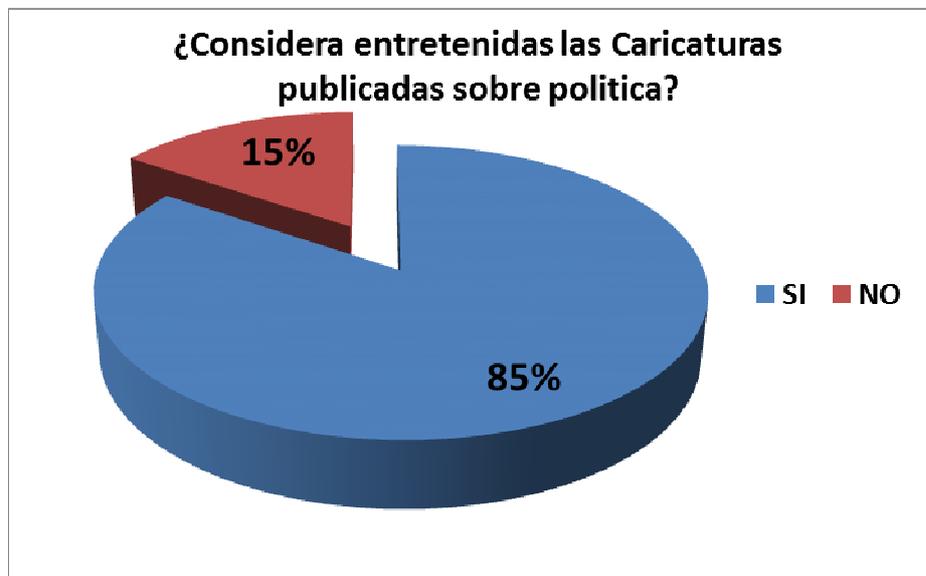


Gráfico 4 ¿Considera entretenidas las caricaturas publicadas sobre política?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del total de las personas que sí observan y leen las caricaturas en la sección de Opinión, al 85% le parecen entretenidos los gráficos publicados, al 15% final no le llama la atención.

Pregunta 5

Tabla 5 ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?

¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?	
SI	69
NO	2
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

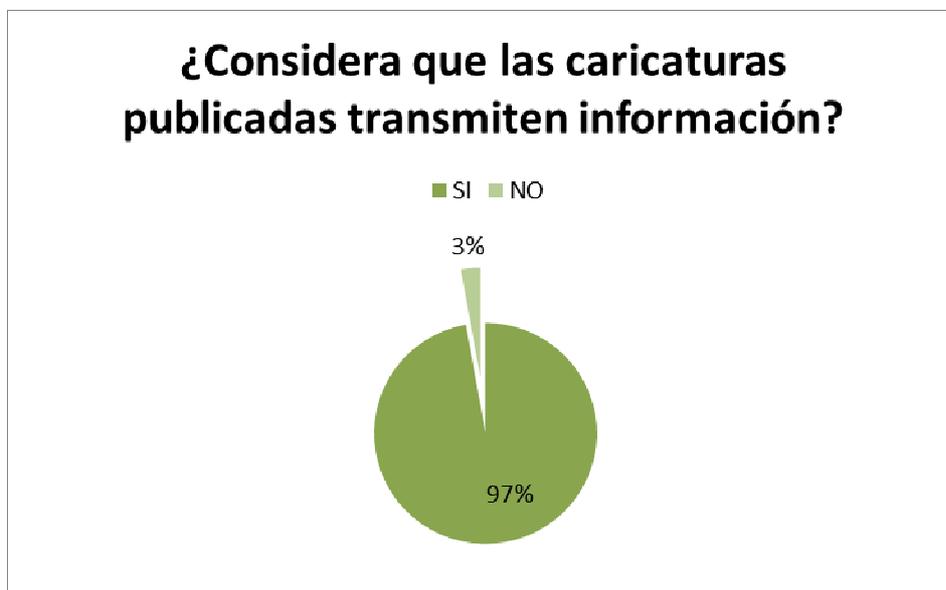


Gráfico 5 ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Esta pregunta permite concluir que las personas interesadas en leer esta sección lo hacen porque consideran que las caricaturas publicadas por este medio sí transmiten información de actualidad, solo 2 creen que no, lo que representa al 3%.

Pregunta 6

Tabla 6 ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?

¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?	
SI	62
NO	9
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

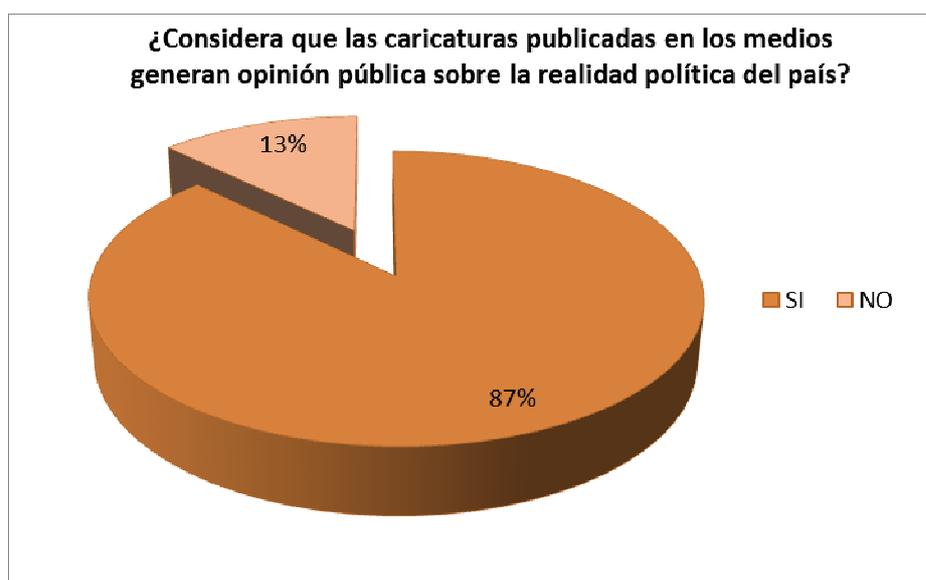


Gráfico 6 ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

En esta pregunta determinamos si las caricaturas generan opinión pública en los ciudadanos lectores y un 87% indica que si genera una opinión referente y a favor de la publicación y un 13% considera que el visualizarla no concibe nada en ellos.

Pregunta 7

Tabla 7 ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?

¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?	
POSITIVA	10
NEGATIVA	61
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



Gráfico 7 ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Al detenerse a observar los dibujos publicados del acontecer político en el país, las encuestas permiten determinar que en el 86% de las personas su postura política se vuelve negativa, mientras que en el 14% es positiva.

Pregunta 8

Tabla 8 ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?	
SI	65
NO	6
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

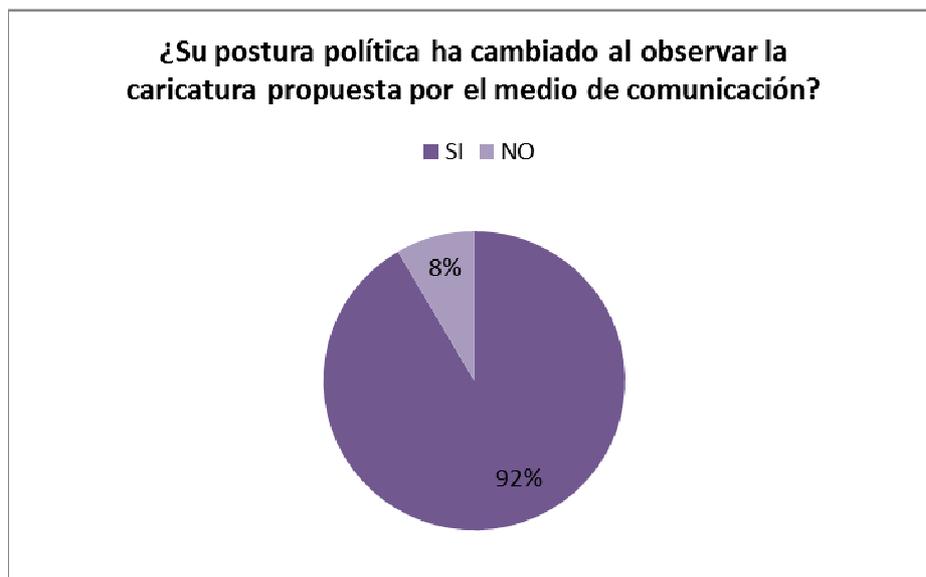


Gráfico 8 ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

De las 71 personas interesadas y que sí leen esta sección, 65 que corresponden al 92% confesaron que su postura política ha cambiado debido a los gráficos propuestos por este medio.

Pregunta 9

Tabla 9 Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política

Si su respuesta anterior fue positiva, indique con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política:	
A VECES	53
SIEMPRE	12
NUNCA	6
TOTAL	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

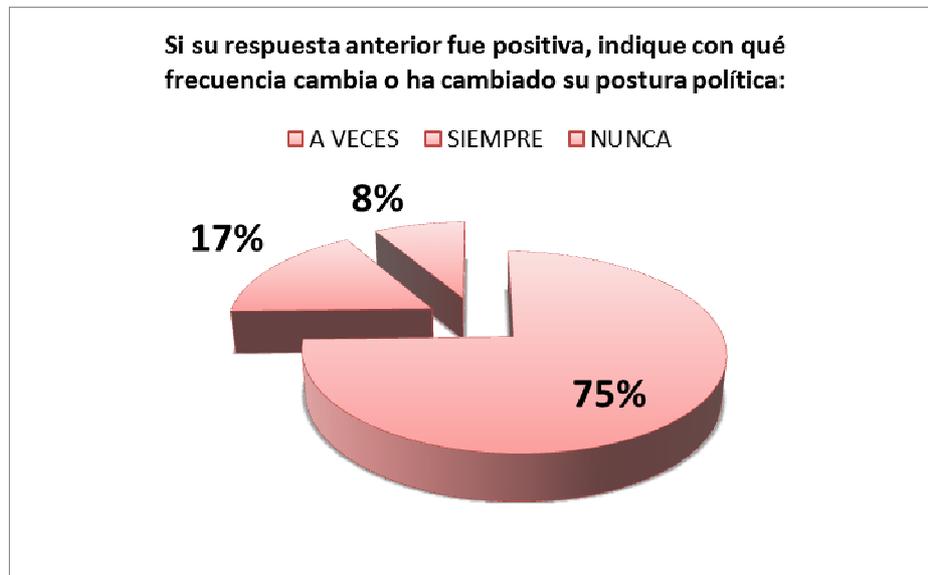


Gráfico 9 Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del total de las personas que afirmaron que su posición política había cambiado al observar la caricatura, se les consultó con cuánta frecuencia esto sucedía, dando como resultado que un 75% ha modificado su forma de pensar a veces; un 17% siempre porque se dan cuenta de la realidad del acontecer del país y un 8% nunca ha cambiado su postura.

Pregunta 10

Tabla 10 Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?

Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?	
SI	50
NO	21
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

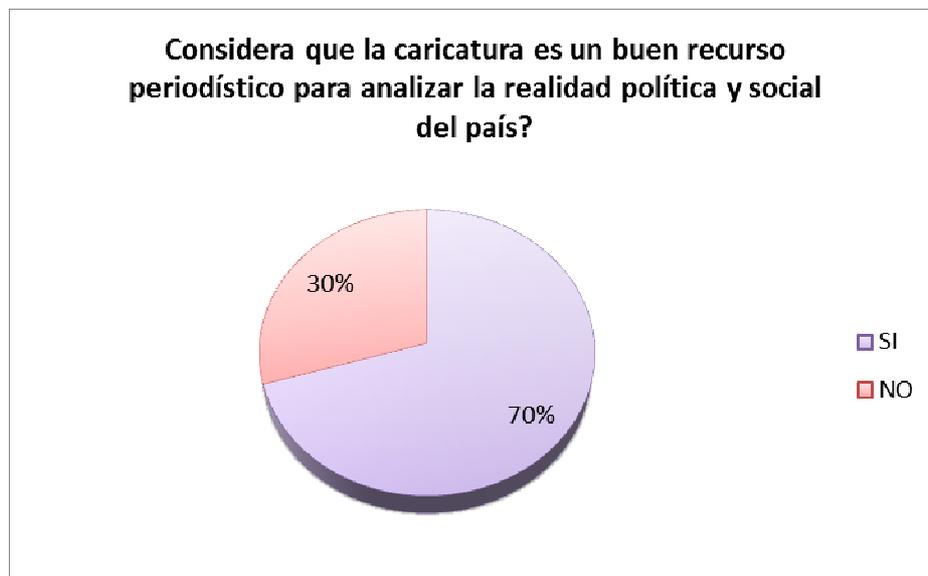


Gráfico 10 Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

Del 100% de los encuestados un 70% indicó que si considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar un tema político, así mismo un 30% considera que no, y que no se puede guiar de una caricatura para entender un tema social.

Pregunta 11

Tabla 11 ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?	
SI	62
NO	9
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.

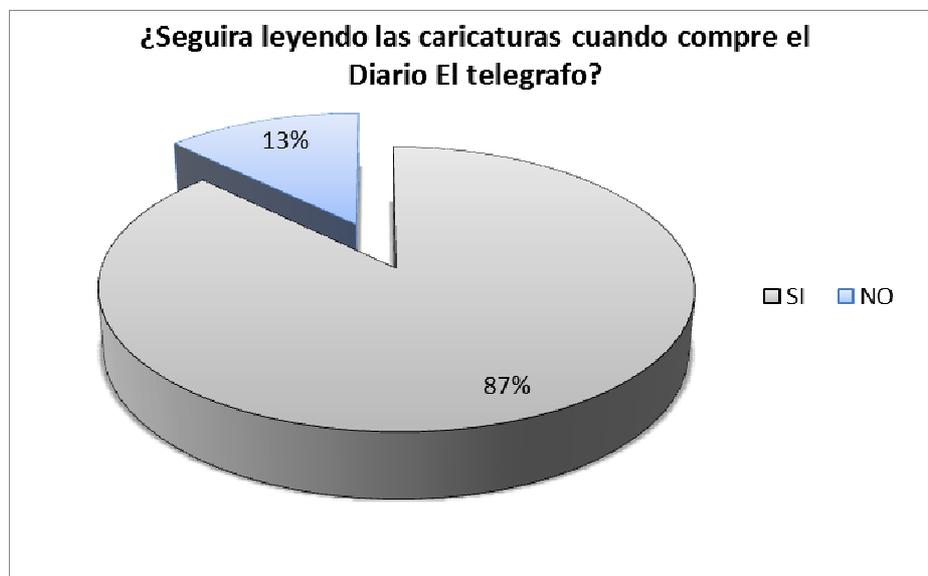


Gráfico 11 ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

El 87% de los encuestados indicó que sí seguirá leyendo las caricaturas publicadas en diario El Telégrafo, mientras un 13% dijo que no, sea porque no tienen tiempo o porque es irrelevante para ellos.

Pregunta 12

Tabla 12 ¿En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?

¿En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?	
1	2
2	9
3	38
4	12
5	10
Total	71

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



Gráfico 12 ¿En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

Análisis:

En una escala del 1 al 5, siendo el 5 el nivel más alto, 38 personas, lo que corresponde al 53%, escogieron el nivel 3 para representar su preferencia por las caricaturas de Diario El Telégrafo, lo que denota que más de la mitad de las personas que sí observan esta sección gustan de la propuesta humorística del medio.

Entrevista a Nico-Nicocartoon, caricaturista de Diario El Telégrafo

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, las autoras de esta tesis entrevistaron al caricaturista de Diario El Telégrafo “Nico-Nicocartoon”, quien prefiere mantener en el anonimato su nombre real por seguridad, según dice. El experto gráfico brindó información de su trabajo y dio detalles sobre lo que conlleva realizarlo, así mismo habló acerca del proceso que atraviesa una caricatura antes de su publicación.

Su verdadero nombre no puede ser revelado ya que, según cuenta, ha recibido amenazas hacia él y su familia debido a sus caricaturas de carácter político, lo que lo llevó a resguardarse hace varios años atrás bajo el seudónimo de Nico - Nicocartoon, para evitar ser una persona pública y que lo puedan identificar fácilmente.

El comunicador comenta que toda caricatura antes de ser publicada pasa por un filtro, quien es el director de área, el mismo que por órdenes superiores le asigna a él, el tema a tratar en el dibujo, cuando el gráfico está listo es presentado al Director del medio, el mismo que corrige o aprueba de ser el caso. Todos los temas son previamente autorizados y programados por el Director, el trabajo del caricaturista es desarrollarlo y corregir, por lo tanto el contenido de la caricatura no depende del dibujante sino del medio, según explica.

Sin embargo, Nico, aclara, que aquellos dibujos que son pensamiento crítico del caricaturista son los de temas deportivos. No salen publicados diariamente pero si se encuentran pautados dentro de las publicaciones del mes. Añade que existen casos en que el periódico tiene dos jornadas de publicación y en ambas se muestran las caricaturas las mismas que suelen ser de diversos temas dependiente del acontecer diario.

Afirma que actualmente se está manejando “un poco más ligero el tema político en el medio”, tratando de no causar mayor controversia, lo que ha permitido que los reclamos y amenazas al caricaturista decaigan. Finalmente confesó que espera mantenerse así indefinidamente por su bienestar como trabajador de un medio privado.

Entrevista al sociólogo Sandro Vanegas, Msc.

Para conocer si las caricaturas influyen en la conducta de las personas, y como las personas son vulnerables a lo que leen o visualizan por medio de dibujos, las autoras de la presente investigación entrevistaron al sociólogo Sandro Vanegas, quien además es máster en Educación y Diseño Curricular.

El experto señala que la sociedad está considerada como vulnerable a los comentarios y temas expuestos por los medios de comunicación ya que según explica, se deja convencer fácilmente de lo que lee o escucha, y esto ocasiona muchas veces que la información se tergiverse y se convierta en falsa o en rumores.

“Las caricaturas están hechas para divertir y para poner a pensar a la persona acerca de lo que quiso decir el caricaturista con su dibujo jocoso”, enfatiza. Sin embargo, añade, muchas veces esto puede ser de agrado o desagrado para el lector pero depende del carácter formado que tenga cada individuo.

Venegas afirma que la sociedad desarrolla mucho de lo que ve y escucha y en el ámbito de las caricaturas, por ejemplo, estas desde sus inicios a través de las historietas ayudaron a la formación y conducta de los lectores, niños y adultos de todas las edades pese a que los comics eran lo más entretenido en aquella época.

Destaca que los comics de súper héroes ayudaron al individuo a identificar lo bueno y lo malo; y con el paso del tiempo fueron evolucionando a otros temas, desarrollando la imaginación de la persona. Actualmente se considera que las caricaturas expuestas en los medios impresos revelan una realidad dentro de la sociedad donde se desenvuelve, lo cual hace al individuo cuestionar el acontecimiento por lo tanto influye mucho en su opinión, afirma.

Para Venegas, la sociedad ecuatoriana si se encuentra lista para este tipo de caricaturas ya que el cambio que ha tenido que atravesar en temas políticos ha sido duro y ha forjado su carácter y criterio frente a esto, de ahí que, aclara, no es fácil dejarse manipular por una caricatura, pero aquello, necesitaría mucho más como rumores, confirmaciones etc.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la presente investigación ha permitido obtener las siguientes conclusiones:

- 1) Luego de realizar un exhaustivo análisis bibliográfico sobre la construcción de la opinión política a partir de la publicación de caricaturas en los medios de comunicación, se sistematizaron los referentes teóricos que sustentan el presente tema de investigación. Además se pudo determinar que a lo largo de la historia se buscó una forma de tener un espacio en diarios independientes donde los ciudadanos expresaran su opinión y cuestionamientos, de ahí que dado que las caricaturas generan opiniones diferentes en los individuos la ley ampara estas publicaciones siempre que tengan características investigativas de situaciones públicas.
- 2) La caricatura como factor de interés periodístico es adecuada para forjar una decisión política sea positiva o negativa en la ciudadanía ya que el medio de comunicación a través de este recurso comunicacional logra influir como agente de socialización que impulsa a la toma de decisiones del ser humano basado en el desarrollo de una noticia, así lo demuestran los resultados de las encuestas aplicadas al público objetivo de esta investigación y sobre todo dicho planteamiento fue corroborado por el sociólogo Sandro Vanegas.
- 3) El presente trabajo de investigación permitió concluir que las caricaturas publicadas en diario el Telégrafo sí influyen en la opinión política de los ciudadanos de entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil. De hecho el 92% de los encuestados reconoció que su postura política ha cambiado luego de observar la propuesta cómica del medio.
- 4) Se confirmó además que la caricatura como recurso periodístico utilizado por los medios de comunicación logra influir en la construcción de la opinión política. Vanegas considera que esta genera crítica y reflexión, pues enfrenta o confronta una situación que se está viviendo actualmente. Por lo general las caricaturas de ámbito político son las más influyentes en la sociedad; sin embargo según el experto, no es preocupante ya que la sociedad ecuatoriana está bien preparada para interpretar ese tipo de situaciones por su criterio formado.

RECOMENDACIONES

1. El medio de comunicación debe mantener la caricatura como un espacio de opinión y reflexión sobre temas basados en el acontecer nacional, a fin de que la ciudadanía tenga un recurso más para informarse pero siguiendo siempre la ética y objetividad, principios básicos del periodismo.
2. Los medios de comunicación deberían ampliar los espacios destinados a la opinión tomando en consideración que el humor es un factor de interés periodístico, de esta manera permitirle al caricaturista abordar más temas relacionados al acontecer diario.

BIBLIOGRAFIA

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. (2010) Metodología de la Investigación (5ª Ed.). México: McGraw Hill Educación.
- Pagano, R. R. (2000). Estadística para las ciencias del comportamiento. Madrid: International Thompson.
- Sánchez Carrión, J.J. (1995). Manual de análisis de datos. Madrid: Alianza.
- Fuente: Página Web Google Maps.
- Azorín, Clásicos y modernos, Renacimiento, Madrid, 1913, p.51.
- Baudelaire, Charles, Pequeños poemas en prosa. Crítica de arte, Espasa Calpe, col. Austral, Madrid, 1968, p. 83.
- Gombrich, Ernst, Meditaciones sobre un caballo de juguete, Seis Barral, Barcelona, 1968, p.177.
- Descripción hecha por el egiptólogo Dr. Lepsius y recogida en Picón, Jacinto Octavio, Historia de la caricatura, Madrid, Universal, 1928. p.37
- McQuail, Denis 2000 Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, Paidós.
- Noelle-Neumann, Elisabeth 2003 La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona, Paidós.
- Price, Vincent 1994 La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona, Paidós.
- Mora, Manuel 2005 El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- El Universo: Caricaturas, dibujos y fotografías. Sección Cultura 2004. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/2004/07/28/0001/262/D9C121AC42DA408181BA90358E05853F.html>
- El Telégrafo: Ángel Emiliano hidalgo, La caricatura en revistas ilustradas, 2015. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/la-caricatura-en-las-revistas-ilustradas>
- El Universo: Informes, Trazos desde siempre irreverentes, 2015. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/08/nota/4529436/trazos-siempre-irreverentes>
- <http://retorica.librodenotas.com/Recursos-estilisticos-semanticos/humorismo-o-jocosidad>

file:///C:/Users/RECURSOS%20HUMANOS/Desktop/013-scioscioli-pensamiento-y-expressi
on-la-cadh-y-su-proyeccion-en-el-da.pdf

TOMÁS DE AQUINO, Sto., Sententia libri Ethicorum, Pamplona 2001., Suma de Teología,
BAC, Madrid 1994.

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2013. Definición de frívolo
(<https://definicion.de/frivolo/>)

Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2015. Actualizado: 2017.

Definicion.de: Definición de anécdota (<https://definicion.de/anecdota/>)

Título: Bagaje. Sitio: Definición ABC. Fecha: 19/09/2013. Autor: Florencia Ucha. URL:
<https://www.definicionabc.com/general/bagaje.php>

Constitución de la República del Ecuador

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, Tercer Suplemento Registro Oficial N° 22 --
Martes 25 de junio de 2013

ANEXOS

Entrevista dirigida al Caricaturista Nico - Nicocartoon del diario el Telégrafo.

¿El seudónimo Nico - Nicocartoon son la misma persona?

Si, ambos son creados por mí en honor a mi hijo Clásico, al inicio cuando inicié a trabajar en el diario el Telégrafo firmaba las caricaturas con mi nombre original, pero sufrí de amenazas por publicaciones y tuve que encontrar un seudónimo para evitar las mismas. Ya que a todo el mundo no le gusta lo que uno hace.

Nico, inicio como un tono más fresco solo caricaturas de deportes luego fuimos evolucionando con temas de política y social y lo cambiamos a Nicocartoon.

¿Cómo considera usted la reacción de la gente frente a caricaturas de deportes y de política?

Cuando son caricaturas deportivas la gente es un poco más flexible, porque se ríen, disfrutan, tengo seguidores de Barcelona y Emelec que son los clubes con hinchadas más grandes que me felicitan por mi trabajo.

Cuando son caricaturas de políticas es muy diferente, estas caricaturas están cargadas de pasiones la gente es muy apasionada a un partido político y no les interesa insultar y etc. Al comienzo uno se puede asustar ya que siempre hay personas que se sienten ofendidas y van a buscar al caricaturista para agredirlo y amenazarlo por eso he preferido mantenerme al margen y utilizar seudónimos.

¿Dentro de nuestra tesis hicimos un seguimiento en el proceso de la consulta popular del 4 de febrero pero pudimos notar que las caricaturas publicadas no fueron diariamente sobre este tema se mezcló mucho otros temas como internacionales y sociales, esto a que se debe?

Si, hubo que yo recuerde una semana intensa caricaturas en contra del presidente Correa, pero aquellos que aprueban la publicación de la caricatura son los editores, ellos piden ese tipo de dibujos, los caricaturistas nos debemos al trabajo y a lo que pidan nuestros superiores.

¿Esto significa que las publicaciones son revisadas por el Editor el mismo que les da el tema a dibujar y aprueba el dibujo que deberá salir en el día?

Exacto, ellos nos dan los temas y yo procedo a dibujar, muy pocas veces puedo hacer temas libres, cuando son caricaturas políticas demanda más responsabilidad y deben ser autorizadas y dirigidas por los editores, excepto en los dibujos de fútbol estos son temas libres.

¿Cuánto tiempo toma realizar una caricatura?

Depende a veces puede tomar muchas horas si son a colores, si son más sencillos no. Siempre tengo que investigar y leer de qué se trata y guiarme con las referencias de fotos que están en Internet.

¿Cuántos años tiene trabajando el telégrafo?

Ingrese en el 2010, actualmente tengo 8 años trabajando aquí.

¿Cuáles son sus estudios?

Me gradué en Bellas Artes, no tengo título de periodista, mi formación es artística dibujos he pintado murales, hace 8 años llevo trabajando como caricaturista de medios fue donde inicie.

¿Cómo es el proceso de dibujo de una caricatura?

Las caricaturas son digitales, yo las realizo en una tabla gráfica y luego las pinto.

Entrevista dirigida a Sandro Vanegas sociólogo de profesión y Máster en educación y diseño curricular.

¿Cree usted que los medios de comunicación logran influir en la toma de decisiones de la sociedad?

Si, los medios de comunicación forman parte de los agentes de socialización y tiene la humanidad. Los seres humanos pasamos por muchos agentes de socialización. Empezando por la familia, por la escuela, en el trabajo, en la universidad, en el estudio y obviamente los medios de comunicación también forman parte de los agentes de socialización.

Los agentes de socialización son los vehículos en los cuales el ser humano va adquiriendo las pautas culturales de su sociedad. Entonces los medios de comunicación va constantemente cambio al menos ya en la era moderna se han convertido en un tema de socialización por ende la sociedad de una y otra manera se ve influida por lo que dice, por lo que ve, por lo que observa, por lo que se reproducen en los medios de comunicación y pueden ir de una otra manera también formando tendencias para un determinado comportamiento que se inspira por medio de estos medios de comunicación influenciados.

¿Es conveniente que a partir de recursos periodísticos como la caricatura, la sociedad construya una percepción de la realidad?

Si es positivo. Los cómics siempre han logrado crear en el imaginario de la cultura, en el imaginario de los niños, en el imaginario de la sociedad situaciones que buscan un poco la recreación. Pero a la vez también la construcción de valores o reproducción de valores. Por ejemplo cuando nosotros vemos o leíamos las caricaturas de Superman, del Hombre Araña. ¿Ellos en el fondo que es lo que buscaban inculcar en la juventud de los niños? El sentido de la justicia, el sentido de lo bueno y de lo malo

¿Considera que lo que transmite el medio de comunicación mediante la publicación de caricaturas genera en la población una postura a favor de su línea editorial?

Sí, obviamente todo medio de comunicación pasa por un editorial, por un cuerpo editorial no cierto. Y por ende tiene un pensamiento ese medio de comunicación, entonces lo que transmite, lo que publica generalmente va dentro de esa línea de pensamiento de la institución.

¿La sociedad ecuatoriana está preparada para forjarse una opinión de la realidad política y social a partir de las caricaturas publicadas en los medios o cree que aún carece de juicio y seriedad frente a estos dibujos?

Creo que la sociedad ecuatoriana está muy bien preparada para poder interpretar ese tipo de situaciones, no cierto, publicada en los medios de comunicación como los cómics para ir mostrando una línea de pensamientos, ya que hace muchos años está caracterizada como una sociedad que ha pasado por diferentes procesos políticos no ciertos, sociales, los cuales ha ido superando constantemente y consideró que sí que la sociedad ecuatoriana está preparada para poder interpretar lo que ve, lo que publican los medios de comunicación

¿Cuál considera es el rango de edad de personas que se detienen a observar las caricaturas en los diarios?

Bueno, consideró que una persona que leen un diario finalmente es una persona que está ávida a informarse y de ello vemos que son las personas adultas no cierto, en un rango de edad te puedo decir de los 18 hasta los 60 o 70 años o sea las personas que leen los periódicos, y que ven este tipo de caricaturas generalmente observan con detenimiento. Porque si vemos hace poco cuando hubo la ley de comunicación, que un poco limitaba a los conocimientos de los medios hubo un periodista Como bonil quien fue muy censurado por estas leyes y por el gobierno anterior justamente porque sus caricaturas eran unas caricaturas de protesta unas caricaturas críticas hacia el gobierno y obviamente tuvo mucho impactó, pues la gente hizo mucho eco de este tipo de situaciones caricaturescas para un poco ir recreando lo que estaba viviendo en su momento la sociedad frente a un gobierno como el del economista Correa.

¿Cuál es el ámbito social que llama la atención a los ciudadanos en las caricaturas?

El ámbito social realmente en las caricaturas son de ítem político

¿Qué tipo de reacción considera que generan las caricaturas políticas en los ciudadanos?

La crítica, la reflexión no de una manera agradable pues enfrenta o se confronta con una situación que se está viviendo actualmente.

FORMATO DE ENCUESTA

INSTRUCCIÓN

LEA LAS PREGUNTAS Y SELECCIONE LA RESPUESTA, LAS PREGUNTAS
12 RESPONDE A RESPUESTAS MÚLTIPLES.

TESIS: "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL"	
Dirigido a: ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil.	
EDAD	<input type="text"/>
SEXO	<input type="text"/>
Encuesta	
1. ¿Usted lee Diario El Telégrafo?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
2. En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
3. Le parece graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
4. ¿Considera entretenida las Caricaturas publicadas sobre política?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
5. ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
6. ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
7. ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricatura, su postura política se vuelve?	
POSITIVA	<input type="checkbox"/>
NEGATIVA	<input type="checkbox"/>
8. ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
9. Si su respuesta anterior fue positiva, indique con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política:	
A VECES	<input type="checkbox"/>
SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
NUNCA	<input type="checkbox"/>
10. Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
11. ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
12. ¿En una escala del 1 al 5 siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?	
	<input type="text"/>

TESIS: "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL"

Dirigido a: ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadanía Garzona I de la ciudad de Guayaquil.

EDAD:	53
SEXO:	(Mujer) / F

Encuesta

1. ¿Usa el Diario El Telégrafo?

SI NO

2. En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?

SI NO

3. Le parece graciosa las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo

SI NO

4. ¿Considera entretener de las Caricaturas publicadas sobre política?

SI NO

5. ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?

SI NO

6. ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?

SI NO

7. ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?

POSITIVA NEGATIVA

8. ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

SI NO

9. Si su respuesta anterior fue positiva, indique con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política:

SI NO

10. Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país

SI NO

11. ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

SI NO

12. ¿En una escala del 1 al 5 siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?

TESIS: "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL"

Dirigido a: ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Gacaca 1 de la ciudad de Guayaquil.

EDAD:	48
SEXO:	M

Encuesta

1. ¿Usted lee Diario El Telégrafo?

SI NO

2. En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?

SI NO

3. Le parece graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo

SI NO

4. ¿Considera oportuno las Caricaturas publicadas sobre política?

SI NO

5. ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?

SI NO

6. ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios genera opinión pública sobre la realidad política del país?

SI NO

7. ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricatura, su postura política se vuelve?

POSITIVA NEGATIVA

8. ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

SI NO

9. Si su respuesta anterior fue positiva, indique con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política:

SI NO

10. Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país

SI NO

11. ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

SI NO

12. ¿En una escala del 1 al 5 siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?

5

TESIS: "EL USO DE LAS CARICATURAS EN LA PRENSA NACIONAL, COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL"

Dirección a: ciudadanos, entre 45 a 65 años, de la ciudadela Guzmán 1 de la ciudad de Guayaquil.

EDAD:	50
SEXO:	MASCULINO

Encuesta

1. ¿Usted lee Diario El Telégrafo?

SI NO

2. En este diario, lee la sección de opinión pública y se detiene a observar la caricatura?

SI NO

3. Le parece graciosas las caricaturas políticas publicadas en el diario el Telégrafo

SI NO

4. ¿Considera entretenida las Caricaturas publicadas sobre política?

SI NO

5. ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?

SI NO

6. ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?

SI NO

7. ¿Al analizar el contenido de lo que quieren mostrar las caricatura, su postura política se vuelve?

POSITIVA NEGATIVA

8. ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

SI NO

9. Si su respuesta anterior fue positiva, indique con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política:

SI NO

10. Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país

SI NO

11. ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

SI NO

12. ¿En una escala del 1 al 5 siendo el 5 el nivel más alto, indique cuánto le gustan las caricaturas publicadas por diario El Telégrafo?

FOTOS ENCUESTAS

